

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
PEDAGOĢIJAS PSIHOLOĢIJAS UN MĀKSLAS FAKULTĀTE  
IZGLĪTĪBAS ZINĀTŅU NODAĻA

**BURTVEIDOLU KOMPOZĪCIJAS KĀ GRAFISKĀS  
IZTEIKSMES LĪDZEKLIS**

DIPLOMDARBS

Autors: **Kristīne Riekstiņa**  
Studenta apliecības Nr.: kr13024  
Darba vadītājs: lektors Mg. art. Agris Dzilna

RĪGA 2017

## ANOTĀCIJA

Burtu nozīme dizainā ir nenoliedzami milzīga. Bieži vien tas ir svarīgākais elements dizaina projektā. Dizaineri iegulda daudz laika un darba, lai burtveidolus padarītu viegli uztveramus. Burtus pielieto ne tikai, lai nodotu informāciju avīzēs, grāmatās, žurnālos vai plakātos. No tiem var veidot kompozīcijas, kurās interesanta dizaina burti pastiprina teksta vēstījumu. Šobrīd t-krekls ir viens no plašāk izmantotajiem apģērba gabaliem tāpēc ir sastopami daudzi kreklu piemēri ar interesantām ilustrācijām, bet autore domā, ka ir nepieciešams vairāk t-kreklu, kuros tiktu pielietotas zīmētas burtu kompozīcijas. Bakalaura darba mērķis ir izpētīt burtveidolus un izveidot zīmētas burtu kompozīcijas, kuras tiktu realizētas uz t-krekliem. Tiek izvirzīts pētnieciskais jautājums - kā teksta kompozīcijas ietekmē burtveidola izvēle? Darba gaitā autore noskaidro, ka no burtveidola izvēles ir atkarīga teksta uztveramība, salasāmība un tas cik atmiņā paliekošs tas būs. Vispirms tiek sniegts ieskats burtu un burtveidolu veidošanas un kombinēšanas principos, kā arī to iedalījumā. Tiek izpētītas dažādas apdrukas metodes. Pēc tam tiek atlasīti dažādu zīmētu burtu kompozīciju piemēri, kuri tiek analizēti vairāku kritēriju ietvaros. Tad darba autore izveido savas zīmētas burtveidolu kompozīcijas, kuras tiek realizētas uz t-krekliem.

Atslēgvārdi: Burti, burtveidoli, burtveidolu kompozīcija, apģērba apdruka, t-kreklu dizains.

## SUMMARY

Type is really important in design process. Often it is the most important element in the design project. Designers spend a lot of their time and energy to make typefaces easily legible. Letters are used not only to pass on information in newspapers, books, magazines or posters. Designer can create compositions from typefaces with interesting design thereby intensifying the meaning of the text. T-shirt is one of the most used clothing pieces, and there are a lot of examples with interesting illustrations on the market right now. However, author thinks that there should be more t-shirts with hand drawn text compositions on them. The aim is to research type and typefaces and to create hand drawn letter compositions for t-shirts. Research question is – how a choice of the typeface affects text compositions? Author finds out that the choice of a typeface leaves impact on how memorable the text is and affects legibility and readability. An insight into type and typeface designing, combining and classification is given. Author also researches different printing methods. Then different hand drawn compositions are chosen and analyzed within several criteria. Lastly author creates her own hand drawn letter compositions for t-shirts.

Key words: Type, Typeface, typeface composition, garment printing, t-shirt design.

# SATURS

<b>IEVADS</b> .....	4
<b>1. TEORĒTISKĀ DAĻA</b> .....	5
<b>1.1. BURTI</b> .....	5
1.1.1. Burtu komponentes.....	5
1.1.2. Burtveidola veidošana.....	6
<b>1.2. BURTVEIDOLU IEDALĪJUMS</b> .....	9
1.2.1. Burtveidolu kategorijas.....	9
1.2.2. Burtveidolu ģimenes.....	16
<b>1.3. TEKSTA IZKĀRTOJUMS</b> .....	19
1.3.1. Vārdu un teksta veidošana.....	19
1.3.2. Teksta režģis.....	21
1.3.3. Hierarhija.....	23
1.3.4. Brīvie laukumi.....	24
<b>1.4. BURTVEIDOLU KOMBINĒŠANA</b> .....	25
<b>1.5. APĢĒRBA APDRUKA</b> .....	28
1.5.1. Apģērba apdrukas metodes.....	28
1.5.2. T-kreklu apdruka dažādos laika posmos.....	30
<b>2. PĒTNIECISKĀ DAĻA</b> .....	32
<b>2.1. Faktoloģiskā materiāla ieguve un apraksts</b> .....	32
<b>2.2. Dažādu burtveidolu kompozīciju salīdzinošā analīze</b> .....	33
2.2.1. Ēdienkaršu kompozīcijas.....	33
2.2.2. Plakātu kompozīcijas.....	40
2.2.3. Ielūgumu kompozīcijas.....	46
2.2.4. Produktu iepakojumu kompozīcijas.....	50
2.2.5. T-kreklu apdrukas kompozīcijas.....	54
2.2.6. Dažādi kompozīciju pielietojumi.....	58
<b>SECINĀJUMI</b> .....	63
<b>3. RADOŠĀ DAĻA</b> .....	64
<b>LITERATŪRAS SARAKSTS</b> .....	72
<b>PIELIKUMI</b> .....	76

## IEVADS

Burtu nozīme dizainā ir nenoliedzami milzīga. Bieži vien tas ir svarīgākais elements dizaina projektā. Lai gan jebkurš var izveidot savu burtveidolu, ir nepieciešamas zināšanas par burtu veidošanu un burtveidolu vēsturi. Bieži vien mēs ikdienā izmantojam lietas, kuras uzskatām pašas par sevi saprotamām, bet neaizdomājamies, ka tās ir radījis kāds cilvēks. Arī šajā burtveidolā- Times New Roman- ar kuru autore raksta šo darbu, kāds ir ieguldījis daudz laika un darbu, lai to padarītu viegli uztveramu un tas ļautu plūstoši lasīt tekstu. Tā ir vissvarīgākā lieta, kas jāievēro radot burtveidolus- tiem nevajadzētu apgrūtināt lasīšanu. Burtu pielietojums ir ļoti plašs. Tos pielieto ne tikai, lai nodotu informāciju avīzēs, grāmatās, žurnālos vai plakātos. No tiem var veidot arī interesantas kompozīcijas, kas izceltu katra burtveidola individuālās īpašības un ar interesanta dizaina palīdzību pastiprinātu teksta vēstījumu. Darba autore šo tēmu izvēlējās, lai padziļinātu savas zināšanas par burtiem, burtveidoliem un to kompozīcijām. Kā arī, lai izmantojot iegūtās zināšanas, izveidotu pati savas burtveidolu kompozīcijas, kuras attēlos autores iecienītākos citātus un realizētu tās uz t-krekliem. Tā kā šobrīd t-krekls ir viens no plašāk izmantotajiem apģērba gabaliem, tad ir sastopami daudzi kreklu piemēri ar interesantām ilustrācijām, bet autore domā, ka ir nepieciešami vairāk dizaini, kuros tiktu pielietotas burtu kompozīcijas un teksts.

Izvirzītais **pētnieciskais jautājums** ir: Kā teksta kompozīcijas ietekmē burtveidola izvēle? Tādēļ bakalaura **darba mērķis** ir izpētīt burtus un burtveidolus un izveidot zīmētas burtu kompozīcijas, kuras tiktu realizētas uz t-krekliem. Tāpēc bakalaura darbam tiek izvirzīti sekojoši **darba uzdevumi**: (1) Sniegt ieskatu burtu un burtveidolu veidošanas principos. (2) Sniegt ieskatu dažādos burtveidolu veidos. (3) Izpētīt dažādas apģērba apdrukas metodes un t-kreklu dizainu. (4) Atlasīt dažādu burtveidolu kompozīciju piemērus un izveidot kritērijus analizēšanai. (5) Izveidot burtveidolu kompozīcijas un realizēt tās uz t-krekliem. Lai izpildītu darba mērķi tiks izmantota **produktu izpētes metode**.

# 1. TEORĒTISKĀ DAĻA

## 1.1. BURTI

### 1.1.1. Burtu komponentes

Darba autore uzskata, ka veidojot burtveidolus un to kompozīcijas, vispirms ir jābūt informētam par to, kā veidojas burti. Saprotot, ka burti sastāv no daudziem elementiem un katram no tiem ir savs nosaukums var veiksmīgāk izveidot pats savus burtus, tos aprakstīt un saprast kādā burtveidolu kategorijā tie ietilpst, piemēram, vai tas ir serifu vai bez-serifu burtveidols. Pastāv vairāk nekā 25 termini, kas attiecas uz burtu sastāvdaļām.[2;64] Ikdienā parasti nav nepieciešams pārzināt un lietot visus terminus, bet daļa no tiem ir būtiskāki nekā citi.

Visi burti atrodas uz bāzlīnijas. Dažādos aprakstos par burtveidoliem vai to kombinēšanu bieži piemin, ka ir jāņem vērā burtveidola x-augstums, jo burti ar līdzīgiem x-augstumiem kopā izskatīsies labāk nekā burti ar ļoti atšķirīgiem. X-augstums ir mazā burta augstums jeb mazā 'x' burta augstums un no tā būs atkarīgs pārējo burta sastāvdaļu lielums. [5;37] Burtveidoli ar lielu x-augstumu attiecībā pret pārējām sastāvdaļām var šķist smagnējāki un pieblīvētāki, ja tie tiek lietoti lielos teksta laukumus.[10] Tā kā tas parasti ir vairāk raksturīgs bez-serifu burtiem, tad pastāv uzskats, ka lielos teksta laukumos labāk ir izmantot serifu burtveidolus.

Visiem mazajiem burtiem ir x-augstums, tomēr daļai mazo burtu ir arī apakšgarums un augšgarums, kas ir tās līnijas, kas stiepjas zem vai virs burtu x-augstuma.[10] Tādas ir, piemēram, burtiem 'h', 'g' vai 'k'. Veidojot burtveidolu, kas būs paredzēts lieliem teksta laukumiem, vajadzētu īpašu uzmanību pievērt tieši šo burta sastāvdaļu garumam, jo tās ļoti ietekmē lasīšanu un palīdz ātri atšķirt vienu burtu no otra. Tāpēc nav ieteicams lielus teksta gabalus rakstīt tikai ar lielajiem burtiem. Tā kā tie visi ir vienādā augstumā, bez apakšgarumiem un augšgarumiem, tad tos ir grūtāk atšķirt un lasāmība vairs nav plūstoša, jo cilvēka acis nogurst. Īpaši jāuzmanās, lai rindstarpas būtu pietiekoši lielas, lai augšgarumi un apakšgarumi nepieskartos citām teksta rindiņām, jo arī tas apgrūtina lasīšanu. Burtveidolus ar

īpaši gariem augšgarumiem un apakšgarumiem labāk izmantot dekoratīviem mērķiem, piemēram, virsrakstiem vai produktu nosaukumiem.

Varētu teikt, ka visi burti iedalās divās lielās kategorijās. Vai nu tiem ir serifi vai arī tie ir bez-serifu burti. Serifs ir maza papildus līnija, ko pievieno burta vertikālo un horizontālo līniju galos. Serifi iedalās vairākos veidos. Tie var būt iekavu-veida(*bracketed*) un bez-iekavu(*unbracketed*). Vēl serifus var iedalīt smalkajos(*hairline*), kvadrātveida un ķīļveida serifos.[10] Serifu veidi norāda uz kādu konkrētu vēstures posmu, kurā tie ir radušies, jo dažādos laikos populāri bija dažādi dizaini.

Visi noteikti ir ievērojuši arī to, ka burtu līnijas visu laiku nav vienāda biezuma. Brīžiem tās kļūst šaurākas, brīžiem platākas. Novelkot līniju starp burta diviem šaurākajiem punktiem var noskaidrot kāda ir burta ass- vertikāla vai diagonāla. To sauc par burta uzsvaru. Parasti to mēra burtam 'o'. Tā ir svarīga iezīme, kura var palīdzēt noteikt kādā burtu iedalījuma kategorijā ietilpst konkrētais burtveidols vai kādā vēstures periodā tas ir radies.

Burtiem tāpat kā citiem lielumiem arī ir sava mērīšanas sistēma. Burtus mēra punktos. Viens punkts ir 1/72 daļa no collas vai arī 0.35 milimetri. Tekstu var mērīt arī collās, milimetros un pikseļos.[4;36] Lielākā daļa lietojumprogrammu dizainerim ļauj izvēlēties tādu mērvienību, kāda patīk vislabāk; picas un punkti ir standarta noklusējuma mērvienības.

Var novērot, ka bieži vien, kad divi burtveidoli ir vienādā punktu izmērā, viens izskatās lielāks par otru. To ietekmē dažādi burtu x-augstumi, līniju biezums un burtu platums. Daudzās lietojumprogrammās noklusējuma burtu lielums ir 12 punkti. Lai gan tas parasti nodrošina labi salasāmu tekstu datora monitorā, tas izskatās pārāk liels un masīvs, kad to izdrukā uz papīra. 12 punkti ir ļoti labi piemērots burtu izmērs bērnu grāmatām, bet pārsvarā visam pārējam drukātajam tekstam tiek izmantoti burti lielumā no 9- 11 punktiem. [4;37] Eksperimentējot ar dažādiem burtu lielumiem, dizaineri izveido hierarhiju un kontrastu.

### **1.1.2. Burtveidola veidošana**

Pēc tam, kad dizaineris ir iepazinies ar burtu sastāvu, var uzsākt burtveidola veidošanas procesu. Mūsdienās burtveidolu daudzums vairs nav saskaitāms. To ir ļoti daudz un tos vairs neveido tikai profesionāli burtu dizaineri, kuri burtveidolu izstrādē pavada ļoti ilgu laiku, lai visu izveidotu atbilstoši visiem principiem. Šobrīd jebkurš var izveidot burtveidolu izmantojot

dažādas lietojumprogrammas. Burtveidolu tirgus šobrīd ir tik plašs un attīstās tik labi kā vēl nekad agrāk. Tā kā jebkurš var publicēt savus dizainus, tad ne visi pieejamie burtveidoli ir kvalitatīvi izveidoti. Daļa burtveidolu ir ļoti dekoratīvi un ir domāti tikai kādam konkrētam projektam. Tajā pašā laikā lielākiem teksta gabaliem joprojām ir iecienīti senāki, profesionāli izveidoti burtveidoli, piemēram, *Times New Roman*.

Burtveidoli ir visciešākajā veidā saistīti ar rokrakstu, jo tie ir radušies no tekstiem, ko agrāk rakstīja ar roku. Dizainerim nesagādā problēmas izdomāt iecerētā burtveidola kopējo dizainu vai stilu. Viena vai dažu burtu izveidošana arī nav ļoti sarežģīts process. Tomēr, lai izveidotu pilnu alfabētu, kā arī ciparus un dažādas papildus zīmes, ir nepieciešams daudz vairāk laika, pacietības un zināšanu. Burtiem ir jāizskatās labi ne tikai katram atsevišķi, bet arī savienotiem vārdos un teksta rindiņās. Visam ir jārada vienota veseluma sajūta. Neviens burts vai cipars nedrīkst krasi atšķirties no pārējā ansambļa. Pēc autores domām burtveidols ir jārada tāds, lai tas izpildītu tā galveno funkciju būt salasāmam un vienotam un saglabātu autora unikālo personību un stilu.

Sākot burtveidola veidošanu vairums dizaineru vispirms izvēlas noteiktus burtus, kurus izveidot pirmos. Ir jāizvēlas neliela burtu grupiņa, kas iekļautu dažādu formu burtus. Tas palīdzēs saprast kā atšķirīgi burti izskatās kopā un kā tie mijiedarbojas viens ar otru. Parasti tiek izveidots vārds, piemēram, "hamburģefons", kas ir viens no izplatītākajiem testa vārdiem. Jāizvēlas neliela burtu kopa, lai būtu iespējams bez lieliem laika un ieguldītā darba zaudējumiem izmainīt dizainu un stilu. Tādas burtu rindas kā 'a f g n p r s t', 'a b d e g h i o y' un 'a g h m o p', ir sen pārbaudītas kā laba izvēle tam, kurus burtus veidot pirmos. [6;39] Rodoties lielākai pieredzei dizaineris pirmajām dizaina skicēm var iesākumā izmantot arī mazāk burtus, jo attīstītā uztvere daudz ātrāk ļaus saprast vai iecerētais burtu izskats būs labs.

Izveidot burtveidolu, kas paredzēts gariem tekstiem ir sarežģītāk un tas aizņem daudz vairāk laika, kā veidot dekoratīvu burtveidolu virsrakstiem vai kādam konkrētam projektam. Nepietiek tikai uzskicēt iecerētos burtus, pārvērst tos digitālā formātā un uzskatīt, ka burtveidols ir gatavs. Dizaineris visu laiku nodarbojas ar dažādu nianšu pielabošanu un izveidoto burtu testēšanu gan datora ekrānā, gan izdrukājot uz papīra. Ikvienam dizainerim ir jāatceras, ka vienmēr vajadzētu veikt testa izdrukas pirms gala produkta drukāšanas. Tas ir jādara tāpēc, ka līniju un attēlu kvalitāte datora ekrānā mēdz atšķirties no izdrukātās versijas. Printeriem ir dažādi veidi un dažādas kvalitātes, kas var ļoti ietekmēt gala iznākumu un likt

vilties. Reizēm, kad darbs tiek izdrukāts, smalkās, rūpīgi izstrādātās burta nianses ir zudušas. Tāpēc testa izdrukas ir jāveic uz dažādiem printeriem, materiāliem un ar dažādām drukas metodēm. Tas palīdzēs saprast vai problēma ir drukāšanas procesā vai pašā dizainā. Tikai tad, kad uz sliktākas kvalitātes vai līdzīgas kvalitātes papīra dizains izskatās kā dizaineris ir iecerējis, būtu vēlams drukāt dizaina projekta gala versiju. Tas ietaupīs ne tikai finanses, bet arī neliks vilties gan dizainerim, gan projekta pasūtītājam.

Burtveidols var sastāvēt no dažāda daudzuma rakstu zīmēm. Burtveidoli, kas ir veidoti konkrēti kādam projektam vai dekoratīvie burtveidoli, bieži sastāv tikai no lielajiem un mazajiem latīņu alfabēta burtiem, cipariem un plašāk izmantotajām pieturzīmēm un simboliem. To varētu uzskatīt par standarta burtveidola izmēru. Burtveidoli, kas ir domāti arī lietošanai garākos tekstos, arī mēdz sastāvēt tikai no šī minimālā rakstzīmju komplekta. Pastāv arī tādi burtveidoli, kam ir tikai lielie burti. Dizaineris var brīvi variēt ar to cik plašs ir viņa veidotais burtveidols, atbilstoši projekta vajadzībām. Tāpat kā ar daudziem principiem dizaina jomā, arī šeit nepastāv likumi cik rakstu zīmēm vajadzētu būt burtveidolā. Tomēr ir vērts paturēt prātā, ka plašākiem burtveidoliem varēs atrast plašākus pielietojumus.

Jau daudzus gadus nemainīgi aug pieprasījums pēc burtveidoliem ar plašāku rakstzīmju klāstu kā tikai latīņu alfabēta burti. Dažādām operētājsistēmām un aplikācijām ir jāspēj nodrošināt dažādas valodas. Tāpat arī publikāciju un uzņēmumu zīmolu un pakalpojumu internacionalizācija rada pieprasījumu pēc plašākiem burtveidoliem. Kad dizaineris veido personalizētu burtveidolu kādam lielam uzņēmumam, tas var sastāvēt pat no vairākiem tūkstošiem rakstzīmju un vismaz pieciem burtveidola stiliem. Mūsdienās internacionāliem uzņēmumiem veidoti burtveidoli satur minimums trīs dažādus rakstzīmju veidus: kirilicu, grieķu un paplašinātu latīņu alfabētu. Papildus aizvien biežāk burtveidoli iekļauj arī arābu, indiešu un ebreju rakstzīmes.[6;47]

Izveidot burtus, kas nav latīņu ir sarežģītāk, jo bieži vien tie nesastāv no vienkāršām ģeometriskām formām un taisnām līnijām, kā tas ir latīņu alfabētā, kā arī tie var nepakļauties dažādiem noteikumiem un standartiem, kas pastāv veidojot latīņu alfabētu. Dizaineris var izveidot burtus arī valodai, kurā viņš vai viņa nerunā. Tam ir nepieciešams rūpīgi izpētīt konkrēto valodu un tās rakstības iezīmes. Jānoskaidro vai konkrētajā valodā ir pieņemts pārnest vārdu zilbes un nākamo rindiņu, cik gari parasti ir vārdi un teikumi, kādi ir konkrētajā reģionā pieņemtie teksta veidošanas principi un struktūra.[6;49]

## 1.2. BURTVEIDOLU IEDALĪJUMS

### 1.2.1. Burtveidolu kategorijas

Gatavojoties veidot savu burtveidolu ir jāiepazīstas ne tikai ar to kā veidot un kārtot burtus, bet jāizpēta kādos stilos iedalās burtveidoli, lai dizaineris varētu saprast kādā kategorijā ietilpst viņa izveidotais dizains vai arī, lai saprastu kādas iezīmes piemīt tam stilam no kura iedvesmojas veidojot savu burtveidolu. Zināšanas par to kā tiek iedalīti burtveidoli var noderēt, kad ir nepieciešams identificēt, izvēlēties vai kombinēt dažādus burtveidolus.

Bieži vien mākslā un jebkurā radošajā sfērā kopumā, ir jāsaskaras ar to, ka mākslas un dizaina darbus ir grūti klasificēt tā, lai visi eksistējošie piemēri atbilstu kādai konkrētai grupai. Mēģinājumi izveidot visaptverošu iedalījumu notiek ik pa laikam, tomēr pretrunu rašanās ir neizbēgama. Burtveidoliem piemīt daudz smalku detaļu, kuras ir iespējams nebeidzami variēt, tāpēc vienmēr būs burtveidoli, kas ir iekļaujami vairākās kategorijās, kā arī tādi, kas neiederas nevienā.

Lielāko daļu burtveidolu var iedalīt četrās pamata grupās: serifu burtveidoli, bez-serifu burtveidoli, kursīva burtveidoli un dekoratīvie stili. Gadu gaitā burtveidolu speciālisti ir izveidojuši dažādas sistēmas, kas palīdzētu tos klasificēt precīzāk. Tomēr tās visas joprojām ir nepilnīgas un vairāk subjektīvas, jo katrs cilvēks burtveidolus iedala pēc savas gaumes. Aplūkojot dažādas burtveidolu klasifikācijas sistēmas nākas secināt, ka reizēm vienam burtveidolu stilam tiek izmantoti dažādi nosaukumi atkarībā no tā, kā autoram ir šķitis pareizāk. „Būtībā šīs klasifikācijas sistēmas tikai apraksta burtveidolus; tās tos nedefinē. Tās nav nelokāmas, stingri noteiktas, tās vairāk kalpo kā palīgs, nevis nelaužams likums.”[8]

Pirmā burtveidolu klasifikācijas pamatsistēma tika izgudrota 19. gadsimtā, kad iespiedēji meklēja veidu kā nostiprināt un saglabāt sava amata mākslu.[5;46]

Galvenā ‘‘oficiālā’’ klasifikācijas sistēma, ko izmanto arī mūsdienās ir Vox-ATypI sistēma. To 1954. gadā izveidoja Maxmilien Vox un 1962. gadā to pārņēma Assocoation Typographique Internationale (ATypI). Kopš tā laika tā ir palikusi gandrīz nemainīga. Šī sistēma burtveidolus klasificē 11 pamatkategorijās ar dažām apakškategorijām. [8]

Viena no četrām lielajām kategorijām, ko jāzina katram dizainerim ir seifu burtveidoli. Tie bija pats pirmais burtu veids. Tie ir radīti iedvesmojoties no senākās rakstības, kad burtus zīmēja ar spalvaskātu. To struktūra ir sarežģītāka, kā bez-serifu burtveidoliem. Tomēr šī kategorija ir iedalāma smalkākos elementos, jo laika gaitā serifu burtu stili mainījās, jo radās

jauni burtu pielietošanas veidi. Kā arī dažādi dizaineri uzskatīja, ka ir radījuši labākus, pareizākus un plašāk izmantojamus burtu dizainus.

Pašus pirmos burtveidolus mēdz dēvēt par vecā stila, humānistu vai venēciešu burtveidoliem. Tie radās 15. gadsimta vidū, kad valdīja Renesanse. Šī kustība spēcīgi izpaudās Florencē un Venēcijā un iepazīstināja sabiedrību ar dizaina principiem, kas bija citādāki, kā Viduslaikos. Burtu veidotāji saprata, ka ir pienācis laiks jaunam, vieglāk lasāmam burtu dizainam. Tā kā tika izgudrota burtu iespiešanas tehnika, tad grāmatas vairs nevajadzēja rakstīt ar roku. Iedvesma tika smelta tā laika filozofu un mācītāju rokrakstos. Šos burtus dēvē par humānistu vai venēciešu, jo tas atspoguļo tā laika sabiedrības noskaņojumu, kā arī burtveidolu ģeogrāfisko izcelsmi. [8]

Burtu, kam ir liektas līnijas, ass parasti ir vērsta pa kreisi. Līniju biezumu kontrasts ir minimāls. Serifi gandrīz vienmēr ir iekavu-veida un diezgan biezi, kā arī tie ir slīpi, tāpat kā burtu virsotnes. Mazajam e burtam ir slīpa šķērslīnija un kopumā burtu x-augstums ir mazs.[17] Piemēram, *Garamond*.



1.2.1 att. Vecā stila burti

Laikam ejot burtu dizains turpināja pilnveidoties un mūsdienās burtveidolus, kas tika radīti starp vecā stila un modernajiem burtveidoliem, dēvē par pārejas stilu. Tas radās 18. gadsimta vidū un tam piemīt īpašības no senākiem un no jaunākiem burtveidoliem. Par stila izveidotāju tiek uzskatīts angļu burtu veidotājs *John Baskerville*. Viņš bija attīstījis drukāšanai paredzēto papīru un drukāšanas metodes, kas ļāva drukāt izsmalcinātākus burtus ar daudz smalkākām līnijām. Kad *J. Baskerville* radīja šo jauno burtu stilu, tad lielākā daļa burtu veidotāju viņu neatbalstīja un jauno stilu uzskatīja par šokējošu, tāpēc viņam nācās saskarties ar asu kritiku.[17] Apskatot paraugus var pamanīt, ka līniju biezumiem ir lielāks kontrasts kā vecā stila burtiem. Burtu ass ir vertikālāka. Serifi ir asākas, kantainākas formas.



1.2.2. att. Pārejas stila burti

Sākoties radikālām pārmaiņām burtveidolu dizainā, radās modernais burtu stils. Tas tika radīts 18. gadsimta beigās un 19. gadsimta sākumā Francijā. Šajā laikā druku Francijā pārvaldīja maza tekstu iespaidēju dinastija *Didot* ģimene. Vairāku paudžu garumā šī ģimene pilnībā nodevās tekstu drukas mākslai. Šīs ģimenes pārstāvis *Firmin Didot* kopā *Giambattista Bodoni* ir uzskatāmi par šī stila radītājiem. Smeļoties iedvesmu no *J. Baskerville*, viņi pārkāpa visas robežas, kas tajā laikā valdīja burtu dizainā.

Parasti šī stila burtveidolus izmanto virsrakstiem un reklāmas materiālos, jo to burti veido neveiklu vizuālo ritmu, tāpēc lielākos teksta gabalos tie varētu apgrūtināt lasāmību. Burtu dizains vairāk uzsver katru burtu individuāli nevis veido saskaņu ar citiem burtiem. Šādi burtveidoli ir, piemēram, *Bodoni* un *Didot*. [8]

Raksturīgas iezīmes šiem burtiem ir dramatiskais kontrasts starp tievajām un biežajām līnijām. Burtu ar liektām līnijām ass ir pilnībā vertikāla. Serifi ir taisni, bez-iekavu veida ar asu pāreju no pamatlīnijām uz serifu vai arī ar ļoti nemanāmu pāreju. Burtu nobeigumi bieži ir ar bumbas formu nevis kā taisna līnija.



1.2.3.att. Modernā stila burti

Sākoties Industriālajai revolūcijai, kas bija 19. gadsimta sākumā, radās *Slab* serifu burtveidoli.[23] Tie tika izveidoti dekoratīviem mērķiem un virsrakstiem, īpaši reklāmas plakātiem un citiem lieliem displejiem, jo masīvie serifi traucē lasīt, ja burti tiek lietoti mazā punktu izmērā.[8] Dažādās klasifikācijas sistēmās tos mēdz dēvēt arī par mehāniskajiem vai ēģiptiešu stila burtveidoliem.[23] Par pirmo šī stila aizsācēju uzskata *Vincent Figgins*, kurš agrākos paraugus radīja jau 1815. gadā. Viņa darbi tika gan ļoti slavēti, gan skarbi kritizēti.[8]

Pētot dažādus *slab* serifu burtveidolus var secināt, ka tie izskatās tāpat kā bez-serifu burtveidoli, tikai ar pievienotu smagnēju serifu. Kā arī, šo stilu var visvieglāk atšķirt no citiem, jo atšķirība starp biežajām un tievajām līnijām ir nemanāma, serifi ir kantaini un masīvi, vilkti ar biezu, smagnēju līniju. Pārēja no pamatlīnijām uz serifiem ir asa vai ļoti nemanāma.



1.2.4.att. *Slab* serifu burti

Glifiskā stila burtveidoli vairāk izskatās pēc akmeņkaļa iecirstiem burtiem akmenī nevis pēc līnijām, kas būtu uzvilktas ar spalvaskātu. Ir novērojams, tas, ka parasti līniju biezuma kontrasts ir minimāls un burtiem ar liektām līnijām ir vertikāla ass. Vispamanāmākā atšķirība šiem burtveidoliem ir izteikti trijstūra formas serifi un tas, kā līnijas pakāpeniski kļūst platākas, kad tuvojas līnijas nobeigums. Dažās klasificēšanas sistēmās šo grupu iedala divās apakškategorijās: glifiskie un lafīņu stila burtveidoli.[17]



1.2.5.att. Glifiskā stila burti

Nākošā lielā burtveidolu grupa ir bez-serifu burtveidoli. Vēsturē ar šīs grupas pārstāvjiem var saskarties pat tik agri kā 5. gadsimtā, tomēr iestājoties klasiskās vērtībās balstītajai renesansei burtu izskats atgriezās pie serifu burtveidoliem tādā veidā bez-serifu burtveidolus izslēdzot no vēstures līdz 20. gadsimtam.[9]

Paši pirmie bez-serifu burtveidoli, kas tika veidoti 19. gadsimta beigās un 20. gadsimta sākumā ir groteskie bez-serifu burtveidoli. Daudziem no šiem burtveidoliem bija tikai lielie

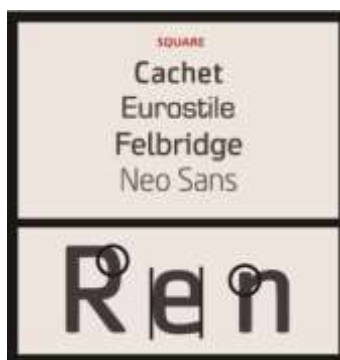
burti kā arī daudzi ir saglabājušies un apskatāmi tikai gadsimtu vecās burtveidolu paraugu grāmatās. Tomēr daži no tā laika burtveidoliem tiek plaši izmantoti arī mūsdienās.[8,17]

Var secināt, ka burtiem ir diezgan nemainīgs līniju biezums un tie visi ir nedaudz kantaini. Mazais ‘g’ atgādina serifu stila burtus. Burtu ass ir vertikāla. Burti šķiet arī nedaudz neveikli veidoti.



1.2.6.att. Groteskie burti

Balstoties uz grotesko burtu iezīmēm un proporcijām radās kvadrātveida bez-serifu burtveidoli.[17] Apskatot paraugus var pamanīt, ka to līnijas ir daudz vairāk kantainas kā groteskajiem burtiem, it īpaši liektās līnijās, piemēram, burtam ‘R’ vai burtam ‘o’.



1.2.7.att. Kvadrātveida bez-serifu burti

Ne visi dizaini tiek balstīti uz jau eksistējošiem paraugiem. Ģeometriskie bez-serifu burtveidoli tika radīti iedvesmojoties no ģeometriskām formām. Tā kā visi burti ir stingri balstīti ideālās ģeometriskās formās, kas ir vairāk vai mazāk līdzīgas visos alfabēta burtos, tad tas padara burtus mazāk atšķiramus vienu no otra. Tāpēc šāda veida burtveidoli ir grūtāk lasāmi. Šī iemesla dēļ tos parasti izmanto tikai reklāmas materiāliem, nevis lieliem teksta gabaliem.[9] Apskatot paraugus var secināt, ka burti bieži ir veidoti no optiski ideāliem apliem un tiem piemīt izteikti taisnstūrveida forma. Burti parasti tiek veidoti no pilnīgi vienāda biezuma līnijām.



1.2.8.att. Ģeometriskie bez-serifu burti

Iedvesmojoties no humānistu stila serifu burtveidoliem ir radušies humānistu bez-serifu burti. Tas nozīmē, ka tāpat kā humānistu serifos arī šajos bez-serifos ir jūtama spēcīga kaligrāfijas ietekme.[9] Tāpēc tiek uzskatīts, ka šīs grupas burtveidoli ir visskaidrāk un visvieglāk salasāmākie no visiem bez-serifu burtveidoliem. [23] Uzreiz var secināt, ka kontrasts starp līniju biezumiem ir daudz pamanāmāks kā citiem bez-serifu burtveidoliem. Daļa burtveidolu atgādina serifu stilu.



1.2.9.att. Humānistu bez-serifu burti

Pilnībā atšķirīga un viegli izšķirama burtu kategorija ir kursīva burtveidoli. To dizains ir veidots tā, lai izskatītos pēc rokraksta, kas būtu rakstīts ar otu vai pildspalvu un atgādina glītrakstīšanu. Pastāv daudzas kursīva klasificēšanas iespējas, bet kopumā to var iedalīt formālajā un ikdienišķajā kursīvā. Uzreiz var secināt, ka burti parasti ir izteikti slīpi un ļoti bieži tiek savienoti cits ar citu.



1.2.10.att. Formālais kursīvs



1.2.11.att. Neformālais kursīvs

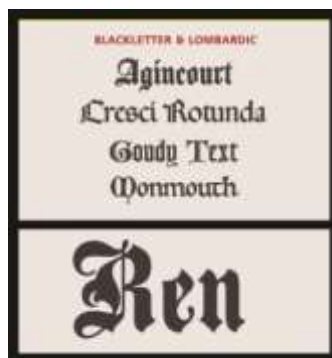
Līdzīgi kursīva burtveidoliem ir kaligrāfiskie burtveidoli. Var secināt, ka atbilstoši nosaukumam tie atgādina kaligrāfisko rakstību un izskatās tā it kā būtu rakstīti ar rakstāmpiederumu kam ir plakans gals. Burti savā starpā var gan tikt, gan netikt savienoti.



1.2.12.att. Kaligrāfiskie burti

Ļoti dekoratīvs burtveidolu stils ir *Blackletter*. Šī stila burtveidolus pirmais sāka izmanto *Johannes Gutenberg*. Īpaši populārs tas kļuva Vācijā, lai gan tas tika izmantots visā Eiropā no Viduslaikiem līdz Renesansei. Vācijā to izmantoja pat līdz 20. gadsimta vidum. „Kad parādījās vieglāk lasāmi burtveidoli, kuriem starp burtiem un rindiņām bija lielākas atstarpes, tos sāka dēvēt par *whiteletter* burtiem, jo bija vairāk negatīvās vietas, tāpēc veco burtu stilu atbilstoši nosauca par *blackletter*.” [9]

Apskatot tekstus, kur pielietoti *Blackletter* dizaina burtveidoli, var secināt, ka šie burti ir izkārtoti ļoti blīvi, tādā veidā atstājot maz negatīvās vietas starp burtiem. Tie rada dekoratīvu efektu, bet ir grūti lasāmi.



1.2.13.att. *Blackletter* burti

Kad tika izgudrots dators, tad attīstījās pavisam jauns burtu stils- pikseļu burtveidoli. Tie tiek balstīti ekrāna pikseļu formātā. Tie veidojas no pikseļu sakārtošanas noteiktā secībā un bieži tiek dēvēti par *bitmap* burtveidoliem, kas bieži vien tiek izveidoti tikai kādam noteiktam punktu izmēram.[25]

Apskatot pikseļu burtveidolus, autore secina, ka tie ir visģeometriskākie no burtveidoliem, jo veidojas no maziem kvadrātiņiem. Kā arī tos ir nogurdinoši lasīt, ja šis dizains ir pielietots lielākiem teksta gabaliem, jo rodas sajūta, ka burti dubultošanas.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0 123456789! ? #

1.2.14.att. Pikseļu stila burti

Var novērot, ka visplašākā un vislielākā burtveidolu grupa ir dekoratīvie burtveidoli. Šīs grupas pārstāvjus reti izmanto gariem teksta gabaliem, jo var rasties grūtības tos salasīt mazākā punktu izmērā. „Parasti tos pielieto virsrakstos, plakātos, reklāmas materiālos vai līdzīgās situācijās, kurās ir nepieciešams spēcīgs vēstījums, kas tiek panākts ar burtiem un tekstu.” [17] Tāpat tie bieži tiek veidoti īpaši kādam konkrētam projektam vai pielietojumam. Tie mēdz atainot kādu kultūras aspektu, piemēram, tetovējumus vai grafiti vai arī ataino kādu konkrētu laika periodu, tēmu vai prāta stāvokli. Reizēm dekoratīvie burtveidoli pat izskatās trīsdimensionāli. Šīs grupas pārstāvji nav tik ļoti noteikti savās dizaina īpašībās kā citi, jo šajā kategorijā ietilpst ļoti plašs burtveidolu spektrs.



1.2.15.att. Dekoratīvie burti

## 1.2.2. Burtveidolu ģimenes

Kad tika izgudroti pirmie burtveidoli, tad nevienam nenāca prātā doma, ka tos varētu iedalīt burtveidolu ģimenēs. Visi burtveidoli bija vienkārši parasti dizaini. Agri 16. gadsimta

sākumā radās kursīvraksta burtveidols, bet joprojām nepastāvēja burtveidolu ģimenes. Parastais burtveidols bija viens burtu stils un kursīvraksts bija pilnībā cits burtu stils, gluži kā serifu vai bez-serifu burtveidoli.[15]

Cilvēks, kuru pārsvarā uzskata par burtveidolu dalīšanas ģimenēs autoru, ir *Morris Fuller Benton*. Viņa ideja bija, ka vienas ģimenes burtveidoliem būs līdzīgas iezīmes, bet ar individuālām variācijām. Gadu laikā Bentona oriģinālā vīzija ir izvērsusies: burtveidolu ģimenes ir kļuvušas lielākas, dažādākas un labāk pārdomātas.[15]

1957. gadā šveiciešu burtu dizaineris *Adrian Frutiger* izveidoja jauna veida burtveidolu ģimeni. Viņam šķita, ka tradicionālā sistēma, kura burtu dizainiem deva tādus vārdus kā "trekns", "mazliet trekns" vai "mazliet trekns sašaurināts", bija mulinoša un novecojusi, viņš nāca klajā ar loģisku, sistemātisku numerācijas sistēmu. Frutigera sistēmā katram burtveidolam piešķir divciparu kombināciju. Pirmais cipars apzīmē burtu līniju biezumu, kur 3 apzīmē vistievākās līnijas un 9 apzīmē visbiezākās. Otrais cipars identificē burtveidola proporcijas, kur augstāki cipari tiek piešķirti sašaurinātiem burtveidoliem un zemāki cipari nozīmē izplestākus burtus. Kā arī, ja otrais cipars ir nepāra, tad burtveidols ir parasts, bet, ja tas ir pāra, tad burtveidols ir kursīvrakstā. Daži populārākie burtveidoli, kuri pielieto šo burtu ģimenes veidu ir *Univers*, *Neue Helvetica* un *Serifa*.

Burtveidolu ģimenes sastāv no parastajiem, kursīvraksta, treknraksta un vieglajiem treknraksta burtveidoliem, kā arī iekļauj tikai lielo burtu un samazinātu lielo burtu dizainus.[5;50] Parasti par burtu ģimenes kodolu uzskata parastos, taisnām līnijām veidotos burtus, no kuriem izceļas pārējā burtu ģimene.

Burtveidolus, kas ir ieslīpi, sauc par kursīvrakstu. Kursīvraksta burti tiek izmantoti, lai izveidotu uzsvarus. Oriģināli šis burtu dizains netika veidots tā, lai saskanētu ar parastajiem burtiem. Kad tie tika radīti 16. gadsimtā, tad tie bija neatkarīgi burtveidoli. Katrs kursīvraksta burtveidols sastāvēja tikai no mazajiem burtiem un tie bija tikai vienā līniju biezumā, nebija iekļauti ne lielie burti, ne cipari, ne pieturzīmes. Parasti visas trūkstošās zīmes aizguva no jebkāda cita parastā burtveidola, kāds tajā brīdī bija pieejams drukātavā. Tikai 17. gadsimtā kursīvraksts kļuva par oficiālu burtveidolu ģimenes daļu, kurai bija gan ieslīpi lielie burti, gan cipari.[16]

Kursīvraksta burtu formas atšķiras no tā paša burtveidola parastajiem burtiem. Piemēram, starp parastajiem un kursīvraksta a ir liela atšķirība. Daļa kursīvraksta burtu nemaz nav ieslīpi, bet gan saglabā savu taisno virzienu.[5;48]

Treknraksts un vieglais treknraksts tradicionālajiem burtu veidiem tika pievienoti tikai 19. gadsimta vidū, kad radās vajadzība pēc izteiksmīgām formām, jo iestājās Industriālā revolūcija un uzplauka reklāmas nozare. Pirmie populārie treknraksta dizaini bija reklāmas

dizaini, kas tika īpaši izveidoti, lai tos varētu izmantot lielos izmēros, tādā veidā piesaistot lasītāja uzmanību.

Galvenais treknraksta uzdevums ir nodrošināt uzsvarus vai parādīt teksta hierarhiju, tādā veidā izskaidrojot teksta saturu un norādot, kas ir svarīgāks. Treknraksts var palīdzēt vadīt lasītāju caur gariem un sarežģītiem dokumentiem. Tomēr, ja tekstā ir nepieciešams izcelt vairāk kā divus vārdus, tad labāk ir izmantot kursīvrakstu.[18]

Veidojot treknraksta un vieglā treknraksta burtus, dizaineris cenšas, lai treknās versijas šķistu līdzīgas un nebūtu pārāk smagnējas, salīdzinot ar parasto versiju. Burtu negatīvajiem laukumiem ir jā saglabājas skaidriem un atvērtiem arī mazos punktu izmēros.[5;48]

Samazināti lielie burti tiek veidoti tā, lai tie saderētu ar teksta līniju, kurā pilna izmēra lielie burti izskatītos neveikli. Samazināti lielie burti ir veidoti tā, lai tie atbilstu burtveidola x-augstumam. Šos burtus var veiksmīgi pielietot ne tikai lielos teksta laukumos, bet arī apakšvirsrakstos, ielūgumos, avīzēs norādot raksta autoru teksta apakšpusē un daudzās citās vietās. Vajadzētu izvairīties manuāli samazināt burtveidola lielos burtus, ja tajā nav iekļauti samazinātie lielie burti, jo tādā veidā burti var izskatīties kaulaini un īpatnēji, jo tie tam nav paredzēti.[5;48,52]

## 1.3. TEKSTA IZKĀRTOJUMS

### 1.3.1. Vārdu un teksta veidošana

Autore uzskata, ka veidojot burtveidolus, ir nepieciešams pārzināt ne tikai katra burta veidošanas principus, bet ir jāparedz arī tas kā izveidotie burti pēc tam kombinēsies kopā un veidos vārdus vai teksta rindas. Tāpēc pēc burtu izveides būtu jāpievēršas dažādu atstarpju koriģēšanai. Dizainerim ir jāpielāgo gan atstarpes starp burtiem, gan rindstarpas un visu laiku jāseko līdzi tam, lai teksts būtu viegli lasāms gan dažu vārdu, gan lielāka teksta gabala ietvaros. Atstarpju pareizs pielietojums nodrošina to, ka lasītājam nerodas problēmas izlasīt konkrēto tekstu. Burti savā starpā nedrīkst būt izvietoti pārāk tuvu vai pārāk tālu viens no otra. Tāpat arī atstarpes starp rindām nedrīkst būt tik mazas, ka lasītājs pazaudē nākamo rindiņu vai arī tik lielas, ka teksts sāk šķīst nebeidzami garš un lasītājam kļūst garlaicīgi. Atstarpju pielietojuma izprašana ļauj veidot ne tikai labi salasāmu, bet arī vizuāli patīkamu kompozīciju. Negatīvie, baltie laukumi kompozīcijā ir tikpat svarīgi cik teksts un objekti.

Ja burti ir izvietoti pārāk nevienmērīgi, atstarpes starp dažiem burtiem ir mazas, starp citiem lielas, tad teksts neizskatās kā vienots veselums. Visbiežāk pārāk lielas atstarpes rodas ap tādiem burtiem, kuru līnijas ir vērstas uz ārpusi vai iekļauj atvērtu laukumu, piemēram W, Y, V, T vai L. Izmantojot rakstsavirzes instrumentu, dizaineris var manuāli pielāgot atstarpes starp atsevišķiem burtiem vai to pāriem. Reizēm dizaina projektā ir nepieciešams palielināt atstarpes starp burtiem, lai uzsvērtu konkrēto ideju, bet parasti tas nebūs nepieciešams, jo visam ir jābūt viegli, plūstoši salasāmam.

Tikpat svarīgi teksta salasāmībai, kā atstarpes starp burtiem, ir arī atstarpes starp teksta rindiņām, jeb rindstarpas. Noklusējuma iestatījumos lielākajā daļā programmu parasti rindstarpu izmērs ir mazliet lielāks kā burtveidola lielā burta augstums. Palielinot atstarpes starp rindiņām, teksts izskatīsies ne tik smagnējs.[4;83] Nepastāv skaidri noteikumi cik lielai vajadzētu būt rindstarpai, lai tā vienmēr nodrošinātu labu salasāmību. Katram dizaina projektam vajadzētu izmantot individuālu pieeju tam cik lielas būs rindstarpas. Dizainerim ir jāņem vērā gan burtveidola izmērs punktos, x- augstums, augšgarumi un apakšgarumi, gan līniju biezums, gan atstarpes starp burtiem. Augšgarumiem un apakšgarumiem nevajadzētu

pieskarties vai būt ļoti tuvu augšējās vai apakšējās rindiņas burtiem. Šādā gadījumā rindstarpas izmērs ir jāpalielina.

Teksta līdzināšana piešķirt tekstam sakārtotu izskatu un ietekmē atstarpes starp vārdiem. Eksistē četri teksta līdzināšanas veidi: pa kreisi nolīdzināts teksts, pa labi nolīdzināts teksts, centrēts teksts un uz abām pusēm nolīdzināts teksts. Dažādās situācijās var būt nepieciešams pielietot dažādus līdzināšanas veidus. Katram no tiem ir savi plusi un savi mīnusi.

Uz abām pusēm līdzināts teksts ir izplatītākais no visiem veidiem un tas ir ticis izmantots kā standarta līdzināšanas veids jau kopš drukāšanas izgudrošanas. Šādā veidā teksts veido kantainu teksta laukumu ar divām taisnām malām, kas piešķir visai kompozīcijai ‘tīru’, sakārtotu izskatu, kā arī ietaupa vietu uz lapas. Tomēr reizēm starp daļu vārdu veidojas pārmērīgi lielas atstarpes, kas uzreiz ir pamanāmas. Tās uzreiz izjauc teksta sakārtotības efektu liekot tam izskatīties tā, ka dizaineris nemaz nav pievērsis uzmanību tam, kas notiek ar teksta laukumiem. No tā noteikti vajadzētu izvairīties. Šāda problēma rodas, kad burtu izmērs ir pārāk liels attiecībā pret teksta rindiņu garumu. No tā var izvairīties ieslēdzot zilbjdales (*hyphenation*) funkciju, kas vārdus pa zilbēm sadalīs vairākās daļās, nevis pārnesīs uz nākamo rindu visu vārdu, tādā veidā izveidojot lielas atstarpes iepriekšējā rindiņā. Koriģējot atstarpes starp burtiem arī ir iespējams novērst pārāk lielu atstarpju veidošanos starp vārdiem.

Līdzinot tekstu pa kreisi atstarpes starp vārdiem netiek ietekmētas, tāpēc var izvairīties no problēmas, kas rodas līdzinot tekstu uz abām pusēm. Šādu izlīdzināšanas veidu plašāk sāka lietot tikai 20. gadsimtā. Tas vairāk nodrošina to, lai teksts viegli lasītos, nevis labi izskatītos. Problēma ar šo nolīdzināšanas metodi ir tāda, ka dizainerim ir jāseko līdzi kā izskatās teksta nenolīdzinātā labā puse. Pārāk liels kontrasts starp rindiņu garumiem liks kopējai kompozīcijai izskatīties nesakārtotai. Tomēr teksta rindiņas nedrīkst būt arī pārāk vienādos garumos, kā arī kopējā kompozīcijā visām rindiņām nevajadzētu veidot formas, kas atgādina, piemēram, ķīļus vai pusmēnešus.

Garākos teksta gabalos vajadzētu izvairīties tekstu nolīdzināt pa labi, jo cilvēka acs dabiski virzās no lapas kreisās uz labo malu, tāpēc katru reizi meklēt jaunas rindiņas sākumu, kad tie ir dažādos garumos, var kļūt apgrūtināši. Tomēr, izmantojot šo līdzināšanas veidu īsākos teksta gabalos, dizaineris var radīt efektīvu teksta izkārtojumu, kas izcels konkrēto

informāciju. Katrā dizaina projektā ir jāizvērtē, kā nolīdzināts teksts izskatīsies vizuāli vislabāk tajā pašā laikā nezaudējot funkciju būt viegli, plūstoši lasāmam.

Centrētu tekstu bieži izmanto ielūgumos, uz kapakmeņiem vai sertifikātos. Teksts tiek vienādi izlīdzināts uz abām pusēm un ļoti kontrastējoši līniju garumi ir pieļaujami. Parasti šādu paņēmienu izmanto, lai vairāk izceltu svarīgāko informāciju.

### **1.3.2. Teksta režģis**

Autore uzskata, ka nepietiek tikai sakārtot atstarpes starp burtiem, vārdiem un rindiņām, jo ļoti svarīgs ir arī visas teksta kompozīcijas kopskats. Teksta kolonnām un laukumiem savā starpā arī ir jāizskatās sakārtotiem un jāveido labi uztverama kompozīcija. Grāmatās, žurnālos, avīzēs un citur pielieto dažādus teksta režģus, kas kalpo kā vadlīnijas jau pārbaudītu, veiksmīgu dizaina risinājumu iegūšanai. Protams nav obligāti jāizmanto jau gatavi teksta kārtšanas principi un paraugi, dizaineris var radīt arī pats savu elementu izkārtšanas veidu. Tomēr pastāv jau pārbaudītas metodes un dažādi ieteikumi kā vislabāk sakārtot izmantotos elementus- gan tekstu, gan attēlus.

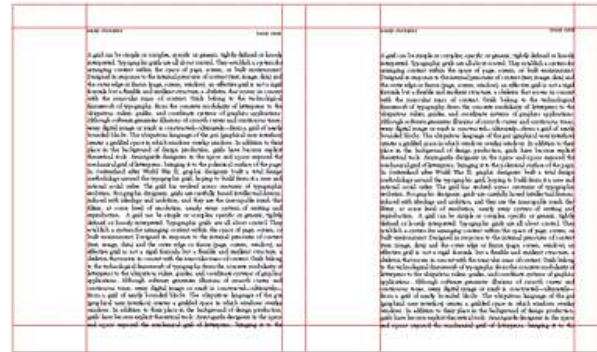
Teksta režģis sadala lapu vairākās daļās un tas sastāv no horizontālām un vertikālām līnijām, kas savā starpā krustojas izveidojot laukumus, kuros ievietot tekstu vai attēlus. Teksta režģis var sastāvēt no vienas vai vairākām kolonnām. Dizaina procesā ne vienmēr tiek pielietoti teksta režģi, bet tos lietojot teksts un attēli tiek novietoti tā, lai tie viens otru papildinātu un kompozīcija veidotos vienota, kas ļauj vieglāk uztvert informāciju. Tas arī ir dizainera galvenais uzdevums- visam likt izskatīties tā, lai tas nesagādātu problēmas kaut ko saprast no vizuālā viedokļa. Teksta režģi norāda cik platas būs lapas malas uz kurām nav teksta, kā arī to kādas būs aizpildīto laukumu proporcijas. Tās nosaka arī to, cik kolonnās kārtosies teksts, cik tās būs garas un platas un cik liela būs atstarpe starp kolonnām. [3;42] Teksta režģus var konstruēt izmantojot ģeometriskas formas vai arī izmantojot noteiktas mērvienības.

Veidojot grāmatu, bukletu, žurnālu vai jebkuru citu dizaina projektu, kur ir lapu atvērumi, uz izkārtojumu ir jāraugās kā uz visu atvērumu kopumā, nevis katru lapu atsevišķi. Teksta režģis var būt simetrisks vai asimetrisks. Simetrisks režģis ir tad, kad kreisā puse ir kā spogulis labajai atvēruma pusei. Turpretī asimetrisks teksta režģis ir, kad abas lapaspuses ir

pilnībā vienādas. Saliekot kopā, katras lapaspuses teksta režģis būs citādākā attālumā no atvēruma locījuma vietas. Dizainerim atkarībā no projekta ir jāizvēlas atbilstošākais novietojums. Jāņem vērā arī tas, ka biežākām grāmatām atvēruma vidusdaļā ir jāatstāj lielāks brīvs laukums, nekā no ārmalām, jo grāmatai lokoties teksts šķitīs tuvāk locījumam un var būt grūtāk salasāms.



1.3.1 att. Simetriski teksta režģi



1.3.2. att. Asimetriski teksta režģi

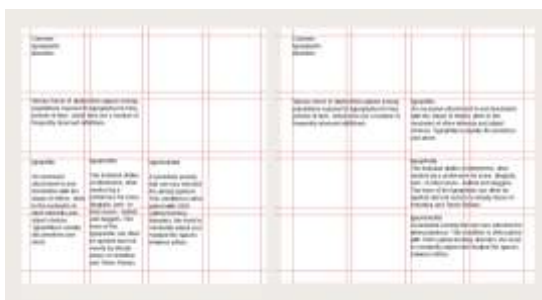
Grāmatās parasti izmanto teksta režģi ar vienu kolonnu, bet tas nenozīmē, ka viss ir tik vienkārši. Dizainerim ir jāņem vērā, lai no visām četrām lapas malām līdz tekstam būtu pietiekoši liels laukums. Apakšējā malā ir jāierēķina vieta lapaspuses numuram, augšējā malā jāatstāj vieta grāmatas vai nodaļas nosaukumam un no labās un kreisās puses jānodrošina pietiekoši daudz brīva laukuma, lai lasītājs varētu turēt grāmatu neaizsedzot tekstu. Avīzēs un žurnālos pielieto režģi, kas sastāv no vairākām kolonnām, lai atvieglotu sekošanu līdzī tekstam un lasītājs nejustos nogurdināts no garajām rindiņām. Vēl viens teksta režģa veids ir moduļos sakārtoti teksta laukumi. Tas ir tad, kad režģis sastāv ne tikai no vertikālām, bet arī no horizontālām līnijām.



1.3.3. att. Teksta režģis ar vienu kolonnu



1.3.4. att. Teksta režģis ar divām kolonnām



1.3.5. att. Moduļos sakārtoti teksta laukumi

### 1.3.3. Hierarhija

Sakārtojot teksta kolonnas vai teksta laukumus, ir jāsāk domāt par to, kas kompozīcijā būs galvenie elementi, kam uzmanība jāpiesaista vispirms. Ja dizaina projekts ir grāmata ar vienlaidu tekstu, tad, iespējams, nebūs jāpielieto hierarhija, bet citās teksta kompozīcijās tā ir ļoti svarīga. Parasti hierarhiju pielieto, lai izceltu to, kas ir vairāk svarīgs un kas ir mazāk svarīgs. To pielieto gan darbiem, kas tiek drukāti uz papīra, gan digitāli apskatāmām kompozīcijām. Elementus var izcelt dažādos veidos: ar burtu izmēru, burtu līniju biezumu, burtveidola dizainu, krāsu, kontrastu starp tekstu un fonu un teksta novietojumu. Vislabākie piemēri hierarhijas izmantošanai ir avīzes un žurnāli, jo tajos ir daudz informācijas, virsrakstu, apakšvirsrakstu, svarīgāki un ne tik svarīgi ziņojumi. Protams, hierarhiju var pielietot jebkurā dizaina projektā, ne tikai avīzēs, žurnālos un grāmatās. Mūsdienās, kad daudzi cilvēki vienlaicīgi dara vairākas lietas un netiek veltīta pilnīga uzmanība, ir ļoti svarīgi, lai dizains būtu viegli uztverams un uzreiz būtu saprotams, kas ir jāpamana vispirms, kas ir vissvarīgākais dizaina projektā.

Tajā pašā laikā nevajadzētu izmantot pārāk daudzus teksta izcelšanas paņēmienus vienlaicīgi vai arī izcelt pārāk daudz no visa kopējā teksta daudzuma. Šāda rīcība var dizainam likt izskatīties haotiskam. Lasītājs var nesaprast kura informācija ir vissvarīgākā, ja kaut kādā veidā būs izcelti pārāk daudzi elementi. Tas novērsīs uzmanību, liks dizainam šķist nepārdomātam un neprofesionālam. Autore uzskata, ka ir jāpielieto princips ‘‘mazāk ir vairāk’’ labāk izceļot dažus no svarīgajiem elementiem, nevis pilnīgi visus. Vajadzētu izvirīt vienu elementu, piemēram, uz produkta etiķetes, izcelt padarot burtus biežākus kā pārējam tekstam un arī tos lietojot kursīvā vai pasvītrotot. Tas liks elementam izcelties pārāk daudz uz pārējā fona un tas izskatīsies neiederīgs un neharmonizēs ar pārējo dizainu.

### **1.3.4. Brīvie laukumi**

Tikpat svarīgs cik teksts un attēli ir arī pārējais neaizpildītais laukums dizaina projektā, ko sauc par negatīvajiem vai baltajiem laukumiem. Sakārtojot pārējos elementus, ir jāpievērš uzmanība, kādi izskatās šie negatīvie laukumi. Tiem nevajadzētu būt pārāk lieliem, lai kompozīcija neizskatītos nepabeigta. Kā arī tiem nevajadzētu būt pārāk maziem, jo tad viss izskatīsies saspīests. Dažādos projektos un koncepcijās var būt nepieciešami atšķirīgi negatīvo laukumu risinājumi. Reizēm dizaineris ar nodomu dizaina laukumā atstāj daudz tukšas vietas, lai vairāk izceltu kādu elementu vai, lai uzsvērtu konkrēto sajūtu vai uzskatu, ko ataino projekts. Šādā gadījumā tas nav darīts nejauši un nenorāda uz to, ka dizaineris ir rīkojies neprofesionāli. Tomēr sliktām un nesakārtotām dizaina elementu un negatīvo laukumu attiecībām nevajadzētu rasties nejauši un bez konkrēta iemesla.

## 1.4. BURTVEIDOLU KOBINĒŠANA

Darba autore uzskata, ka veiksmīgai burtu kompozīciju izveidei ir nepieciešami ne tikai daudzi treniņi un mācīšanās no kļūdām, bet arī ir jāiepazīstas ar jau pārbaudītām metodēm un ieteikumiem. Tāpat kā burtveidolu kategorizēšanās arī šeit nepastāv stingri, nelaužami noteikumi. Tās drīzāk ir pārbaudītas darbības stratēģijas, kuras izmantojot, ir jāpatur prātā, ka neviena no tām neattiecas uz pilnīgi visiem gadījumiem. Dizainerim ir jāpaļaujas uz savu intuīciju. Reizēm burtveidoli saderēs kopā, lai gan spriežot pēc noteikumiem, tā nevajadzētu būt. Autore uzskata, ka papildus treniņiem ir jāvēro dažādi dizaina projekti sev apkārt, piemēram, mājaslapas, žurnāli, veikalu izkārtnes un produktu iepakojums. Jāpēta kādas burtveidolu kompozīcijas izskatās labi un kādas vajadzētu izmainīt.

Viens no ieteikumiem, ko darba autore iesaka paturēt prātā ir, ka burtveidoliem vajadzētu papildināt vienu otru, nevis konkurēt savā starpā. Tiem ir jāizceļ vienu otra labākās īpašības. Pretēji burtveidoli labi sader kopā, piemēram, aktīvs, izteiksmīgs burtveidols apvienojumā ar neitrālu, konservatīvu dizainu, viens otru izbalansē. [19]

Krasi atšķirīgu burtu pielietojums nav vienīgais veids, kā panākt kontrastu. Var pielietot arī dažādus burtu izmērus, burtu līniju biezumus, krāsas, atstarpes. Plaša burtu izmēru amplitūda noteikti liks tekstam nepārprotami izcelties. Serifu un bez-serifu burtveidoli kopā izskatās labi, jo starp tiem ir nepārprotams kontrasts. „Atšķirības dod iespēju katram burtveidolam izveidot savu noteiktu lomu, ļaujot katram no tiem individuāli izcelties.” [19]

„Strādājot ar projektiem, kur ir vairāk teksta, piemēram, žurnālu vai grāmatu, vispirms jāizvēlas pamatteksa izmērs un tad dramatiski jāpalielina pārējo tekstu izmēri paturot prātā, ka vissvarīgākajam tekstam vajadzētu būt vislielākajam, lai izveidotu hierarhiju.” [13]

Kontrasts ir neizbēgami nepieciešams, tomēr jāizvairās izmantot pārāk atšķirīgus burtveidolus, kas varētu radīt konfliktu nevis kontrastu. Burtveidoliem vajadzētu būt vismaz kādai, kaut vai mazai, kopējai īpašībai. Piemēram, līdzīgs x-augstums vai kantains vizuālais kopskats. „Vajadzētu izvairīties kombinēt burtveidolus ar dažādiem līniju slīpuma virzieniem. To vislabāk var pamanīt mazajā o burtā.” [13]

Darba autore domā, ka dizainā viss ir jānotur līdzsvarā, tāpēc arī pārāk līdzīgu burtveidolu izvēle var izjaukt dizaina projektu. Burtveidoli, kurus ir grūti atšķirt vienu no otra, būs tikpat aplama izvēle kā burtveidoli, kam nav nekā kopīga. „Vienkārša metode kā pārbaudīt vai divi vai vairāk burtveidoli nav pārāk līdzīgi, ir uz ekrāna novietojot tos vienu blakus otram, tad mazliet atkāpjoties un samiegt acis. Ja burtveidoli izskatās pilnībā vienādi,

tad tā ir laba norāde, ka vajadzētu palielināt kontrastu.”[19] Pārāk līdzīgu dizainu izvēle lasītājam šķitīs mulsinoša un traucēs, pat tad, ja viņš nebūs pārliecināts, kas ir pie vainas.

Kā jau tika minēts iepriekš, serifu un bez-serifu burtveidoli ir izplatīta izvēle kompozīcijās, jo pārsvarā visos gadījumos tā rada vēlamo kontrastu.

Pastāv nebeidzamas debates par to, kura veida burtveidoli ir vislabāk lasāmi. Parasti lieliem teksta gabaliem izmanto serifu burtveidolus, jo uzskata, ka serifi palīdz skatienam vienmērīgāk slidēt pār lapu, it īpaši drukātos materiālos. Bez-serifu burtveidolus biežāk izmanto tekstiem, kas būs lasāmi tikai ekrānā, jo vienkāršotie burti ir skaidrāk saskatāmi pie dažādām ekrāna izšķirtspējām.[19]

Vēl viena pārbaudīta metode ir kompozīciju veidošanai izmantot vienas burtveidolu ģimenes piedāvātos dizainus. Daļā burtveidolu ģimeņu ir pieejamas ļoti daudzas stilu un līniju biezumu variācijas. Tās iekļauj gan treknraksta, gan kursīvraksta burtveidolus, kas dod iespēju izveidot pietiekoši lielus kontrastus. Aktīvi variējot ar burtu izmēru, līniju biezumiem un arī pielietojot tikai lielos burtus, ir iespējams iegūt sakārtotu kompozīciju, kas būs arī hierarhiska.

Jau iepriekš tika minēts, ka vizuālā hierarhija ir viens no informācijas izkārtošanas pamatprincipiem. Pirmie piemēri, kas nāk prātā ir avīzes un žurnāli, jo tajos informācija tiek izvietota daudzos hierarhijas līmeņos- virsraksti, apakšvirsraksti, citāti, galvenais teksts, dažādas kolonnas. Izvēloties burtveidolus dizaina projektam, dizaineris domā uz ko viņš vispirms vēlas vērst skatītāju uzmanību.

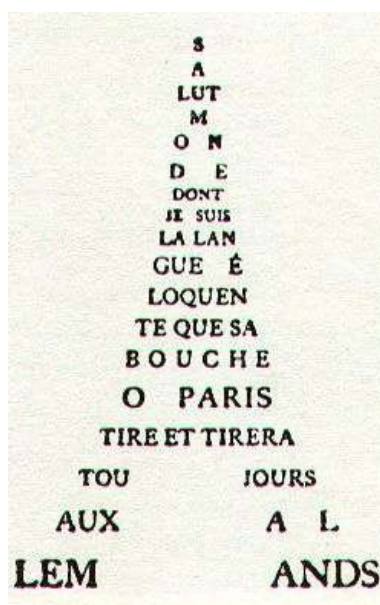
Pastāv uzskats, ka vienam dizaina projektam visatbilstošāk ir izvēlēties ne vairāk kā divus līdz trīs dažādus burtveidolus, bet tas nenozīmē, ka tas atbilst visiem dizaina projektiem vai, ka tas ir noteikums, kas obligāti jāievēro. Iedodot katram burtveidolam savu konkrēto lomu, dizaineris var sev palīdzēt kritiski apsvērt konkrēto dizainu izvēli. Tādā veidā, ja dizaineris saprot, ka nespēj izskaidrot kāds ir motīvs konkrētā burtveidola nepieciešamībai dizainā, tad, iespējams, ir jāsamazina burtveidolu daudzums. „Izvēloties strādāt ar vairāk kā diviem līdz trīs burtveidoliem, kopējam efektam vajadzētu būt harmoniskam, nevis pārblīvētam vai konfliktējošam.” [19]

Visbeidzot, nepietiek tikai izveidot harmonisku, kontrastējošu kompozīciju, kas ir labi pārskatāma. Nepieciešams, lai izvēlētie burtveidoli būtu atbilstoši dizaina projekta kontekstam, laika periodam vai iecerētajam noskaņojumam. Konservatīvos vai izsmalcinātos projektos nevajadzētu izvēlēties, piemēram, tādu burtveidolu, kas atgādina balonus vai grafiti. Tieši tāpat ielūgumiem uz bērnu dzimšanas dienas ballīti nevajadzētu izvēlēties drūmus vai pārāk garlaicīgus dizainus.

Žanri vai vēstures periodi arī ir lietas, ko var ņemt vēlā izvēloties burtveidolu. Veicot nelielu pētījumu iecerēto burtveidolu vēsturē, piemēram, noskaidrojot kad un kā tie tika izveidoti, kādam mērķim tie bija paredzēti un kur tie ir tikuši pielietoti pirms tam, var palīdzēt saprast vai tā ir piemērota izvēle konkrētajam dizaina projektam.[19]

Burti ir sastopami pilnīgi visur mūsu dzīvēs, bez tiem pasaule būtu pilnībā citādāka. Tradicionāli avīzes, žurnāli, grāmatas, plakāti, ir lietas, kas vispirms nāk prātā, kad runa ir par burtveidoliem. Tomēr burtus pielieto arī daudz kur citur. To kompozīcijas var būt mākslas darbs. Burti ir tik dažādi, tie nav tikai līniju kopums, kas paredzēts, lai nodotu informāciju. Eksistē daudz dekoratīvu burtveidolu, kas paši par sevi jau izskatās kā mākslas darbi, kam vajadzētu atrasties kādā muzejā.

Burtu kompozīcijas, kurās burtu dizains vai izkārtojums izveido attēlu, kas ir saistīts ar teksta nozīmi, sauc par kaligrammām. Kaligramma ir dzejas un vizuālās mākslas kombinācija. Kaligrammas var atrast daudzās kultūrās un civilizācijās vēstures gaitā. Šāds mākslas veids it īpaši tiek cienīts Islāma pasaulē. Islāmā ir aizliegts vizuāli attēlot dievišķo tāpēc kaligrammas tiek izmantotas reliģisku un svētu tekstu izrotāšanai. Viens no pazīstamākajiem kaligrammu piemēriem ir franču dzejnieka Guillaume Appolinaire dzejoļu grāmata „Calligrammes”. Viņa modernistu dzejolis, kurš rakstīts Eifeļa torņa formā tiek uzskatīts par slavenāko kaligrammas darbu. [12]



1.4.1.att. Dzejnieka Guillaume Appolinaire dzejolis Eifeļa torņa formā

## 1.5. APĢĒRBA APDRUKA

### 1.5.1. Apģērba apdrukšanas metodes

Burtu kompozīcijas var pielietot daudzos dažādos dizaina projektos. No tām var veidot, piemēram, kaligrammas, plakātus, mākslas darbus, logotipus vai izmantot apģērba apdrukā. Mūsdienās cilvēki savus uzskatus, vēlmes un noskaņojumu var izpaust ar apdrukām uz apģērba. Dažādi burtveidoli un kompozīcijas ir tās, kas palīdz nodot katra cilvēka ziņojumu apkārtējai pasaulei. Burtveidolu dizainam ir jābūt atbilstošam uzdrukātā teksta vēstījumam. Tikpat svarīgi cik attēlotā kompozīcija ir arī veids, kādā tā tiek uzdrukāta uz auduma. No tekstila apdrukšanas tehnoloģijas izvēles būs atkarīga apģērba kvalitāte un ilgmūžība. Tāpēc darba autore uzskata, ka ir nepieciešams apzināt apģērba apdrukšanas tehnikas, lai gadījumos, kad iecerētā burtu kompozīcija ir uz apģērba, dizaineris spētu izvērtēt visu tehniku plusus un mīnus un izvēlēties konkrētajam dizainam atbilstošo.

Pastāv daudzi dažādi veidi kā iecerēto kompozīciju no zīmējuma uz papīra vai no datora ekrāna pārnest uz audumu. Dažas apdrukšanas tehnikas ir vienkāršākas, citas prasa vairāk pieredzes un pacietības. Izmaksas un nepieciešamais laika periods, lai no dizaina idejas nonāktu līdz gatavam produktam, arī ir ļoti atšķirīgs. Apdrukšanas procesā var pielietot gan tradicionālas metodes, gan digitālo druku.

Agrākos laikos auduma apdrukai izmantoja koka blokus, uz kuriem tika iegrebtas nepieciešamās raksti un tad tie tika iemērkti krāsā un uzspiesti uz auduma. Tāpat tika izmantota metode, kurā raksts tika iegrebtas metāla plāksnē, kura tika noklāta ar krāsu un pēc tam ar spiediena palīdzību attēls tika pārnests uz audumu. Tehnoloģijām attīstoties plāksnes aizvietoja metāla ruļļi. Izplatīta metode bija arī apdrukāšana ar šablonu palīdzību, kur izmantojot plānu metāla sietu vai vaskotu papīru tika aizklāti laukumi, kurus nevajadzēja noklāt ar krāsu. Japānā joprojām pielieto šo metodi, lai tradicionālā veidā iegūtu izsmalcinātiem, detalizētajiem rakstiem noklātos kimono. [1;168-169]

Tehnoloģijām attīstoties ir radušās vēl citas apģērba apdrukšanas metodes, kas atšķiras ar piemērotību dažādiem projektiem, kā arī ar cenu. Viena no izplatītākajām metodēm ir sietspiedes tehnika. To ir iespējams veikt gan manuāli, jeb ar rokām, bet 20.gadsimta vidū tā tika mehanizēta, kas šo procesu padarīja daudz ātrāku. [1;169-170] Šo metodi pielieto vēl joprojām. Tā ir visizplatītākā apdrukšanas tehnoloģija pasaulē. Tas tā ir pateicoties zemajām izmaksām, it īpaši, ja ir nepieciešams apdrukāt lielu daudzumu auduma vai apģērba gabalu. Pētot dažādu apdrukšanas uzņēmumu piedāvājumu, darba autore uzzināja, ka gan Latvijā, gan

citās valstīs, uzņēmumi iesaka pasūtīt vismaz pāris desmitus apģērba gabalu, lai šīs tehnoloģijas izvēle atmaksātos un būtu izdevīgāka, kā citas. Sietspiede ir piemērota tehnika, ja dizainā nav ļoti smalkas līnijas vai raksti. Apdruka ir iespējama jebkādā krāsas tonī, bet nav iespējams attēlot ļoti smalkas toņu pārejas. Tad labāk izvēlēties kādu citu apdrukšanas metodi.

Digitālā apdruka ir jāizvēlas, ja ir nepieciešams attēlot bagātīgas, košas krāsas vai smalkas toņu pārejas. Šo metodi pirmo reizi sāka attīstīt 20. gadsimta 90. gados un ap 2003. gadu tā kļuva pieejama plašākam patērētāju lokam. [1;172] Krāsas noturība ir lieliska, jo tā tiek iespiesta audumā, nevis uzklāta pa virsu. Sākotnēji šo metodi izvēlējās, ja bija nepieciešams apdrukāt gaišu audumu, bet tagad ir iespējams apdrukāt arī melnu audumu. Šādos gadījumos zem krāsainā slāņa vispirms tiek uzklāts balts krāsas slānis, lai gala rezultātā būtu redzami tikpat koši toni, kā drukājot uz gaiša auduma.

Izpētot dažādu apdrukāšanu uzņēmumu piedāvājumus var secināt, ka šī metode ir izdevīga, ja nav nepieciešams apdrukāt lielu daudzumu apģērba gabalu, jo lielos daudzumos tā kļūst daudz dārgāka, kā, piemēram, sietspiede. Uzņēmumi piedāvā iespēju apdrukāt pat tikai vienu dizaina eksemplāru, jo tādā gadījumā izmaksas salīdzinot ar citām metodēm, vēl nebūs krasi atšķirīgas. Vienīgais digitālās drukas mīnuss ir tāds, ka apdrukātais laukums ir ierobežots, piemēram, nav iespējams apdrukāt visu krekla laukumu. Tomēr šis ir vienīgais apdrukšanas veids, kas piedāvā druku veikt pāri rāvējslēdzējiem, pogām un vīlēm.

Digitālā druka tiek uzskatīta par apģērba apdrukšanas nākotni. Tā ir dabai daudz draudzīgāka, kā citas apdrukšanas metodes, jo tiek izmantots tikai tik daudz krāsas, cik konkrētajam dizainam ir nepieciešams. Apdrukājot lielus auduma gabalus tie tiek apdrukāti viscaur tāpēc nerodas auduma pārpalikumi. Šī tehnoloģija patērē par 30% mazāk ūdens un par 40% mazāk elektroenerģijas kā tradicionālās apdrukšanas metodes. [1;178]

Mazliet atšķirīgs apdrukāšanas veids ir termodruka. Kā nosaukums vēsta, lai dizainu pārnestu uz audumu, ir nepieciešams izmantot siltumu. Attēls vai teksts vispirms tiek uzdrukāti uz īpaša papīra, ko pēc tam, ar karstuma palīdzību, uzspiež uz auduma. Lai gan visiem apdrukātiem audumiem ir nepieciešama īpaša kopšana, termodrukā iegūtus dizainus nav ieteicams gludināt. Dizainerim noteikti ir jāparedz kāds būs dizaina projekta pielietojums, lai izvēlētos citu apdrukšanas metodi, gadījumā, ja no gludināšanas nav iespējams izvairīties. Termodrukšanas mīnuss varētu būt tāds, ka ne vienmēr būs iespējams iegūt smalkas, tievas līnijas un detaļas. Gadījumos, kad nepieciešama smalka krāsu pāreja labāk izvēlēties digitālo apdrukšanu, jo termodruka būs labāk piemērota vienkrāsainiem krāsu laukumiem. Izpētot apdrukāšanu uzņēmumu piedāvājumus, var secināt, ka šo metodi piedāvā gan mazām, gan lielām apģērba gabalu tirāžām.

Iepriekš apskatītās apdrukšanas metodes vairāk vai mazāk ir domātas ierobežotiem apdrukšanas laukumiem. Tomēr gadījumos, kad nepieciešams, piemēram, apdrukāt visu kreklu, ir jāizmanto sublimācijas metode. Pirmssākumos to pielietoja citu preču apdrukai, piemēram, krūzītēm, bet tagad to izmanto arī apģērba apdrukā. Sublimācija nodrošina kvalitatīvas, spilgtas krāsas, smalkas detaļas un toņu pārejas.

Pētot apdrukšanas uzņēmumu piedāvājumu, darba autore uzzināja, ka parasti apdruku piedāvā veikt vispirms apdrukājot atsevišķas apģērba detaļas, kuras pēc tam sašuj kopā. Tāpēc šo metodi iesaka izvēlēties, ja ir nepieciešami vairāki desmiti apģērba gabalu, citādi izmaksas ir augstākas kā citām metodēm. Sublimāciju piedāvā veikt tikai uz poliestera auduma, kas ir šīs metodes lielākais trūkums. Tāpat ne vienmēr ir iespējams iegūt tumšu, bagātīgu melno krāsu, jo audums nespēj uzsūkt tik daudz krāsas pigmenta. Tā kā šī tehnoloģija īpaši piemērota lieliem apdrukšanas laukumiem, tad gadījumos, kad attēlam vai tekstam ir jāatrodas konkrētā vietā, būtu ieteicams izvēlēties kādu citu apdrukšanas metodi.

Apģērba apdrukāt ne tikai ar kādu no drukšanas metodēm. Iespējams, visizturīgākā metode ir izšūšana. Izmantojot neierobežotu krāsu variāciju diegus, ar rokām vai automatizētu mašīnu tiek izšūts iecerētais dizains. Tomēr jāatceras, ka nav iespējams iegūt krāsu pārejas, kā arī izšūt ļoti smalkus, sarežģītus dizainus. Tāpat arī burtu izmērs ir ierobežots, jo pārāk maza izmēra tekstu nav iespējams izšūt. Bieži to pielieto logotipu izšūšanā uz uzņēmumu krekliem vai uz citas atribūtikas.

Otra apdrukšanas metode, kas neizmanto druku ir nepieciešamo simbolu, burtu vai ciparu izgriešana no plāna, augstas kvalitātes vinila papīra, kas pēc tam tiek uzspiests uz apģērba. [24] To parasti izmanto sporta apģērbam, kad ir nepieciešams uz krekliem attēlot sportistu vārdus vai spēlētāja numurus. Šī ir vidēji noturīga metode, kurai nav iespējams iegūt krāsu pārejas, bet tikai tīrus toņus. Protams, šo metodi var izmantot arī dažādiem citiem dizainiem ne tikai sporta apģērbam. Viss ir atkarīgs no dizainera iecerētās idejas un tās atbilstības šai vai jebkurai citai no apdrukšanas metodēm.

### **1.5.2. T-kreklu apdruka dažādos laika posmos**

T- kreklu varētu uzskatīt par visu laiku vispopulārāko apģērba gabalu. Katram cilvēkam pieder vismaz viens t-krakls. Tos var valkāt gandrīz visās dzīves situācijās, tie ir ļoti praktiski un ērti apģērba gabali, kā arī to dizaina iespējas ir neierobežotas. Tieši t-krakli kalpo kā cilvēku uzskatu un noskaņojuma vēstnesis.

Pirmos t-krekļus vīrieši valkāja kā apakškrekļus un tie bija pieejami tikai vīriešiem. Pēc kāda laika, 1913. gadā, tos sāka izmantot armija un tie kļuva par neatņemamu karavīru apģērba sastāvdaļu. T- krekli bija gatavoti no bieza, elpojoša auduma tāpēc tie bija ideāli piemēroti treniņiem. Drīz vien arī ostu strādnieki, zemnieki un citi vienkāršie strādnieki sāka valkāt t-krekļus, jo tie bija lēti, viegli kopjami un ērti.

Pirmais apdrukātais t-krekls parādījās 1942. gadā uz amerikāņu žurnāla „*Life*” vāka. Uz krekla bija uzdrukāts „*Air Corps Gunnery School*” nosaukums un logotips. [25] Kad 20. gadsimta 50. gados t-krekli pirmo reizi parādījās kino filmās, piemēram, „*The Wizard of Oz*” un „*A Streetcar Named Desire*”, kur to valkāja slavenais aktieris *Marlon Brando*, t- krekli no strādnieku apģērba kļuva par apģērbu visiem. Jāpatur prātā, ka tas joprojām bija apģērba gabals tikai vīriešiem. Sievietēm tas tika piedāvāts nedaudz vēlāk. 19. gadsimta 60. gados populāra kļuva batikas metode un t- krekli kļuva koši un krāsaini. 70. gadu sākumā t- krekļus sāka izmantot kā politisko, muzikālo un dažādu citu dzīves uzskatu atspoguļojumu. [20]



**1.5.1.att. Pirmais t-krekls ar apdruku uz 1942. gada žurnāla „Life” vāka**



**1.5.2.att. Marlon Brando aizsāk t-krekla, kā ikdienas apģērba, valkāšanu**



**1.5.3.att. T-krekls pirmo reizi kinofilmā parādās „The Wizard of Oz”**



**1.5.4.att. Batikas stila t-krekli kļuva populāri 19.gs. 60 gados**

## PĒTNIECISKĀ DAĻA

### 6. DAŽĀDU BURTVEIDOLU KOMPOZĪCIJU SALĪDZINĀJUMS

#### 6.1. Faktoloģiskā materiāla ieguve un apraksts

Esam nonākuši punktā, kad mums apkārt ir tik daudz dažādu un arī tik daudz ļoti līdzīgu burtveidolu, ka atbilstošā dizaina izvēle nav nemaz tik vienkāršs uzdevums. Agrāk, kad burtveidolu bija daudz mazāk un tos veidoja tikai profesionāļi, iespējams, bija vieglāk saprast, kurš visvairāk atbilst dizaina projektam. Tomēr tagad bieži vien jāpavada vairākas stundas pareizā burtveidola meklējumos. Vienmēr šķiet, ka ir atrodams kaut kas labāks, vairāk atbilstošs burtveidols, kas veiksmīgāk spēs izcelt teksta jēgu. Apjukt plašajā izvēlē ir viegli, un tāpēc mēdz rasties dizaina projekti ar nepārdomātu burtveidola izvēli vai ar burtveidoliem, kas pilnībā neatbilst projekta stilam.

Tomēr ne vienmēr ir jāsamierinās ar to, ka nav iespējams atrast atbilstošu burtveidolu. Tādos gadījumos var izmantot iespēju veidot pašam savu burtu dizainu, kas perfekti atspoguļos teksta vēstījumu. Ikvienam ir pieejamas vairākas gan maksas, gan bezmaksas programmas, kurās, ievietojot burtu skices, ir iespējams izveidot savu unikālo dizainu. Burtiem obligāti nav jābūt veidoti no pilnībā taisnām vai ideāli liektām līnijām, tie var būt zīmēti ar neprecizātēm vai veidoti no kāda cilvēka unikālā rokraksta. Zīmējot burtus, dizainam tiek piešķirts savdabīgs izskats, kā arī tas nerada pārāk oficiālu un konservatīvu iespaidu.

Burtveidolu kompozīcijas veiksmīgs vai neveiksmīgs iznākums būs atkarīgs no vairākiem faktoriem. Vairumam dizaina projektu būs nepieciešams, lai teksts ir viegli salasāms. Teksta izkārtojuma un kompozīcijai nevajadzētu būt haotiskai. Tāpat nozīme ir krāsas pielietojumam un tam vai burtu stils atbilst teksta kontekstam.

Burtveidolu kompozīciju analizēšanai tiek izmantota produktu izpētes metode. Kopumā tika atlasīti 70 dažādi burtveidolu kompozīciju paraugi. Tie atšķiras ar dažādiem kompozīcijas risinājumiem un izmantotajiem burtveidoliem. Starp atlasītajiem dizaina paraugiem ir gan, piemēram, kompozīcijas uz t-krakšiem, gan kafējnīcu ēdienkartes. Lielākā daļa izvēlēto paraugu ir zīmētas burtveidolu kompozīcijas, kas tādā veidā saglabā savu unikalitāti un piešķir tām citādāku izskatu. Šādi paraugi tika izvēlēti, jo darba autores mērķis ir izveidot pašai savas zīmētas burtveidolu kompozīcijas. Tāpēc līdzīgu dizaina paraugu izpēte var iedvesmot un radīt priekšstatu par to, kas izskatās labi un, kas nē. Daļa no atlasītajām

kompozīcijām ir veidotas izmantojot datorprogrammas. Tās tiek iekļautas, lai noskaidrotu kuros gadījumos izmanto zīmētas un kuros gadījumos izmanto datorā veidotas kompozīcijas.

Kompozīcijas tiek vērtētas pēc sešiem kritērijiem:

1. Kompozīcijas risinājumi konkrētajā dizaina paraugā.
2. Krāsas pielietojums.
3. Papildus elementu, ilustrāciju izmantojums.
4. Hierarhija starp burtveidoliem un citiem kompozīcijas elementiem.
5. Burtveidola un citu elementu atbilstība kontekstam.
6. Salasāmība un teksta satura uztveršana.

Darba autore uzskata, ka šie kritēriji palīdzēs saprast, kā tiek veidotas kompozīcijas, kuras izskatās piesaistošas un pārdomātas. Sīkāka analīze ļaus noteikt un konkretizēt, kuri principi piešķir darbam tās smalkās nianšes, kas kompozīciju padara par veiksmīgu vai neveiksmīgu. Tāpat analīze ļaus saprast, ko kompozīcijai devis konkrētais burtveidols un kā tas ietekmējis iznākumu. Darba autore varēs izteikt savu viedokli par to, vai būtu nepieciešams kādu burtveidolu aizvietot ar citu. Kā arī paskaidrot, kā tas mainītu kompozīcijas dinamiku, uztveramību un kopējo izskatu.

## **6.2. Dažādu burtveidolu kompozīciju analīze**

### **6.2.1. Ēdienkaršu kompozīcijas**

Lai veiksmīgāk varētu analizēt atlasītos paraugus, tie tika sadalīti grupās, balstoties uz kompozīcijas pielietojuma veidu. Tie tika iedalīti sekojoši: burtu kompozīcijas ēdienkartēs, uz produktu iepakojumiem, plakātos, ielūgumos, uz t-krekliem un grupā, kur burtveidolu kompozīcijas pielietotas citām vajadzībām. Vispirms tiks analizētas kompozīcijas, kur burtveidoli tiek izmantoti dažādās ēdināšanas iestādēs apskatāmajos materiālos, kuru mērķis ir pavēstīt par piedāvāto ēdienu un dzērienu klāstu. Daļā paraugu burtveidolu kompozīcijas tikušas ar krīti zīmētas uz tāfeles. Tas ļauj viegli izmainīt iestādes piedāvājumu, nemainot visu pārējo tekstu. Šie burti ir zīmēti neizmantojot datorprogrammas, kas piešķir kompozīcijām autentiskumu un samazina iespēju, ka kaut kur citur varētu būt identisks ēdienkartes dizains. Šo burtveidolu kompozīciju galvenais uzdevums ir nodrošināt vieglu salasāmību. Klientiem ir skaidri jāsaprot kāds ir iestādes piedāvājums, kādas ir produktu cenas un kāds ir konkrēto ēdienu vai dzērienu sastāvs. Vienlaikus vajadzētu saglabāt uzmanību piesaistošu kopskatu.

Analizējot paraugus var secināt, ka parasti ēdienkaršu kompozīcijās izmanto taisnstūrveida vai kvadrātveida izkārtojumu. Tā kā kompozīcijas tiek veidotas uz tāfelēm, tad tas ir loģiski, ka tiek aizpildīts viss laukums. Dažos paraugos, kuros kompozīcijas nebija uz tāfeles, arī tika saglabāts taisnstūrveida izkārtojums. Otrā raksturīgā kompozīcijas risinājumā laukuma vidū attēlo ēdienu vai dzērienu, jo tie ir svarīgākie elementi. Šajos gadījumos teksts ir izkārtots apkārt galvenajam objektam. Parasti kompozīcija tiek sadalīta vairākos mazākos laukumos, ko reizēm atdala ar līnijām vai dekoratīviem elementiem. To dara, lai atdalītu dažādas piedāvājuma grupas, piemēram, zupas no salātiem utml. Tas palīdz klientam labāk saprast piedāvājumu un uzreiz atrast vēlamu kategoriju, nelasot visu ēdienkarti. Ja netiek atdalītas atsevišķas kategorijas, tad rodas nesakārtots un haotisks izskats, kas rada vēlmi neturpināt lasīt ēdienkarti. Piemēram, kā redzams paraugā nr.1 [Sk.6.1.att.] dažādas dzērienu kategorijas ir atdalītas atsevišķi, bet tās ir izkārtotas pārāk tuvu viena otrai, bez atdalošajiem elementiem, tāpēc kompozīcija izskatās nepārdomāta. Izvietojot elementu grupas tālāk vienu no otras un neveidojot tās dažādās formās vai vismaz līdzīgākās formās( visi taisnstūri vai trijstūri) varētu panākt estētiskāku, saprotamāku izskatu.



6.1.att. Paraugs nr1

Paraugā nr.2 [Sk. 6.2.att.] kompozīcija šķiet nesakārtota, jo tajā nav konkrētu centrālo elementu. Lai gan tiek pielietota ilustrācija, kas attēlo konkrēto ēdienu un arī produkta nosaukums ir izcelts, tik un tā visi teksta laukumi ir izkārtoti mazliet haotiski. Daži ir novietoti pārāk tuvu viens otram. Teksts nav rakstīts taisnās līnijās, bet gan radot efektu, ka tas ticis uzrakstīts ātri un nepārdomāti. Teksta nolīdzināšana pēc kāda no objektiem, piešķirtu sakārtotāku kopskatu visai kompozīcijai.



6.2.att. Paraugs nr2

Krāsas pielietojums ir diezgan plašs. Novērojams, ka teksts tiek attēlots baltā vai kādā citā ļoti gaišā krāsā, kas izceļas uz parasti tumšā fona. Citas krāsas tiek pielietotas galvenokārt papildus elementu un ilustrāciju attēlojumā. Plaši izmanto baltās un dzeltenās krāsas apvienojumu vai baltos un zilos toņus. Kompozīcijās, kuras ir tikai baltas, viss saplūst vienā masā un tāpēc reizēm ir grūtāk atšķirt tekstu no dažādiem papildus elementiem. Tādos gadījumos rodas sajūta, ka būtu nepieciešams kāds košāks krāsas akcents vai elements. Var secināt, ka veidojot kompozīciju ar daudziem, dažādiem elementiem un vairākiem burtveidoliem, vajadzētu izmantot vismaz dažus krāsainus akcentus, lai kompozīcija būtu vieglāk uztverama. Protams, krāsa nav vienīgais veids kā panākt kontrastu. Ar dažādiem rakstāmpiederumiem var panākt atšķirīgas faktūras vai līniju veidus. Starp elementiem atstājot dažādu izmēru brīvus laukumus var ne tikai neļaut visam saplūst vienā masā, bet arī izveidot hierarhiju.

Dizaina projektos, kas saistīti ar ēdieniem vai dzērieniem izmanto dažādus papildus elementus un ilustrācijas, jo tas padara kompozīciju interesantāku un palīdz uzsvērt tekstā aprakstītos piedāvājumus. Nereti fotogrāfijas tiek apvienotas ar rakstītu tekstu. Kompozīcija uzreiz kļūst pamanāma un koša. Izmantojot fotogrāfiju, tā kļūst par galveno elementu un

tekstam tiek piešķirta otršķirīga loma. Fotografija parāda kāds izskatīsies ēdiens vai dzēriens, tāpēc tekstam netiek pievērsta tik liela uzmanība. Arī zīmētas ilustrācijas ļoti labi paskaidro tekstā rakstīto.



6.3.att. Paraugs nr.3

Interesants risinājums ir rasts paraugos nr3., nr.4., un nr5. [Sk. 6.3., 6.4., 6.5.att.], kur klasiskas ilustrācijas vietā, tiek pielietoti burti. Kā redzams tie attēlo burgera formu un teksts pauž dažādus īpašības vārdus, kas ir saistīti ar konkrētā burgera īpašībām un sastāvdaļām. Vārdi tiek attēloti tādās krāsās un faktūrā, kāda būtu atbilstoša konkrētajai burgera sastāvdaļai. Kopumā viss rada neparastu un intriģējošu kompozīciju, no kuras noteikti var iedvesmoties. Lai iegūtu uzmanību piesaistošu kompozīciju, šāds risinājums varētu būt piemērota izvēle arī citu objektu attēlošanā.



6.6.att. Paraugs nr6

Ēdienkartēs tiek pielietoti līdzīgi hierarhijas principi kā citos informācijas avotos, piemēram, žurnālos. Ēdienu vai dzērienu kategorijas tiek izceltas ar lielākiem burtiem kā pārējais teksts. Izmantojot lielāku burtveidola izmēru vai dekoratīvu burtveidolu, tiek izcelti arī ēdienu/dzērienu nosaukumi. Tomēr ne visos paraugos ir redzama šī hierarhijas īpašība, piemēram, paraugā nr.6 [Sk. 6.6.att.] ir novērojams, ka viss teksts ir apmēram vienādā lielumā, bez īpašas kāda piedāvājuma izcelšanas. Vienīgās atšķirības ir burtveidolu dizainā. Paraugā tiek izmantoti daudzi dažādi burtveidoli. Gandrīz katrs piedāvājums ir veidots ar citādāku dizainu. Hierarhijas pielietojums nav pamanāms, tāpēc ir grūtāk uztvert šo kompozīciju un saprast, ko piedāvā konkrētā kafejnīca.



6.7.att. Paraugš nr7

Paraugā nr.7 [Sk. 6.7.att.] ir izteikti redzama hierarhija. Ēdienkartes virsraksts ir apmēram četras reizes lielāks kā piedāvājumu teksts. Katra piedāvājuma nosaukums ir veidots no dekoratīva kursīvraksta burtveidola. Tam ir lielāks izmērs, kā tekstam kas apraksta to no kā sastāv konkrētais dzēriens. Papildus tiek izmantots arī dzērienu kartes nosaukumā pielietotais burtveidols. Tomēr tas netiek izmantots visos dzērienu nosaukumos, tāpēc nav

saprotams pēc kāda principa tas tiek darīts. Iespējams, to dara tāpēc, lai kopskatu padarītu interesantāku un starp dzērienu nosaukumiem būtu lielāka atšķirība. Dzēriena sastāvam ir izvēlēts viegli salasāms bez-serifu burtveidols, lai klienti to varētu ātri izlasīt un uzreiz būtu skaidrs, kas ietilpst piedāvājumā.

Viens no veiksmīgas kompozīcijas izveides principiem ir burtveidola atbilstība kontekstam. Nepareiza izvēle, piemēram, konkrētam laika periodam neatbilstošs burtu dizains, var pilnībā pārvērst iecerēto kompozīcijas vēstījumu. Vērotājam var šķist, ka kaut kas kompozīcijā nav līdz galam pārdomāts, pat tad, ja cilvēks nespēs norādīt, kas tieši. Paraugos nr3., nr.4., un nr5. [Sk. 6.3., 6.4., 6.5.att.] izmantotie burtveidoli ir kontekstam atbilstoši, jo tie ir izvēlēti konkrēto burgera sastāvdaļu raksturojošās krāsās un faktūrā. Burtveidolu dizains ir izvēlēts ar nolūku, ka ar to asociējas konkrētā sastāvdaļa, piemēram, vārds „cheesy” ir zīmēts ar masīvu burtveidolu, kam ir trīsdimensionāls efekts un tā līnijas ir apaļīgas, it kā mīkstas. Kopējais skats patiešām atgādina sieru.



6.8.att. Paraugs nr8

Ja ir jāraksta ēdiena/dzēriena nosaukums vai tā sastāvs, tad parasti ēdienkartēs izmanto vienkāršus, ātri salasāmus burtveidolus. Dekoratīvāki burti tiek izmantoti virsrakstos un kategoriju nosaukumu izcelšanai. Piemēram, paraugā nr.8 [Sk. 6.8.att.] pamatteksts ir rakstīts

bez-serifu un vietām arī serifu burtveidolā ar smalkām, konkrētām, taisnām līnijām. Pārsvarā tiek izmantoti tikai lielie burti. Bet nosaukumi ir personalizēti atbilstoši katrai kategorijai, piemēram, sadaļā „Kafija” burtu dizainā ir pielietotas kafijas pupiņas. Nosaukumā „Dzērieni” burti ir zīmēti it kā pa pusei aizpildīti ar šķidrumu. Šāda metode piešķir kompozīcijai interesantāku izskatu, kā arī mazina iespēju sajaukt kategorijas savā starpā. Iespējams, pat cilvēks, kas nerunā ēdienkartē rakstītajā valodā, izmantojot šos zīmējumus, sapratīs, ka tiek piedāvāta kafija vai dažādi dzērieni. Protams, ne vienmēr visām kategorijām var atrast kādu raksturojošu elementu, ko iepīt nosaukumā. Kā redzams paraugā, tad šādos gadījumos nosaukums vienkārši tiek izcelts ar dekoratīvu burtveidola dizainu.

Pēc autores domām paraugos nr.9 [Sk. 6.9.att.] un nr.10 [Sk. 6.10.att.] arī ir izmantoti kontekstam atbilstoši burtveidoli. Nosaukums Āzijas ēdienu piedāvājumā ir austrumu kultūrām raksturīgā stilā, kas atgādina hieroglifus. Kā arī angļu brokastu piedāvājumā pielietotais burtu dizains šķiet atbilstošs, jo izmatotais kursīvraksts un serifu burtveidols rada tradicionālāku, izsmalcinātāku noskaņu, kas varētu asociēties ar Angliju.



6.9.att. Paraugs nr9



6.10.att. Paraugs nr10

Paraugos, kuros ir izmantoti serifu vai bez-serifu burtveidoli, tekstu ir vieglāk uztvert, kā tajos, kuros izmantots kursīvraksts vai pielietots kāda cilvēka rokraksts. Dažos paraugos, piemēram, nr.2 [Sk. 6.2.att.] un nr.6 [Sk. 6.6.att.] teksts ir grūtāk salasāms, jo tā rindiņas ir izvietotas pārāk tuvu viena otrai vai arī teksta laukumi ir izvietoti pārāk cieši. Reizēm ātru uztveramību ierobežo gadījumi, kad teksts nav izkārtots pierastajā lasīšanas veidā ( no kreisās uz labo pusi), bet gan vispirms ir jāizlasa teksta gabaliņš kreisajā pusē, tad teksts labajā pusē

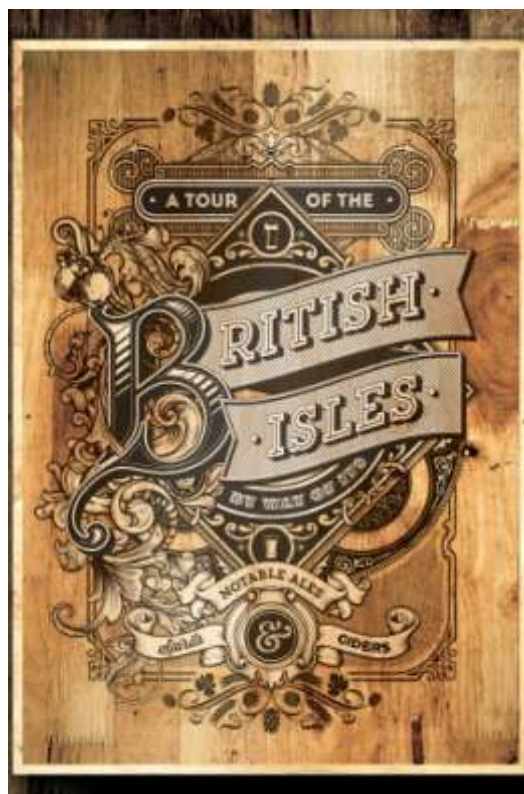
un tad, teksts pa vidu. Protams, tas var kalpot kā labs paņēmieni galvenā teksta izcelšanai, jo tas tiek novietots pa vidu, bet ir jābūt uzmanīgam, lai tas neapgrūtinātu uztveramību.

### 6.2.2. Plakātu kompozīcijas

Nākamie paraugi, kas tika analizēti, ir dažādi plakāti, kuros teksta kompozīcijām ir rasts interesants risinājums. Plakātiem, tāpat kā ēdienkartēm, svarīgākais uzdevums ir informācijas sniegšana. Analīzei tika izvēlēti atšķirīgu dizaina risinājumu plakāti, kas informē par dažādiem pasākumiem. Plakātu dizaina iespējas ir ļoti dažādas, jo, reklamējot pasākumus, plakātos sniegtais informācijas daudzums ir atšķirīgs. Plakāta galvenais uzdevums ir piesaistīt cilvēku skatienus, tāpēc nereti tie ir ļoti košās krāsās, ar interesantām ilustrācijām un pielieto drosmīgus, izteiksmīgus burtveidolus, kas ir ļoti dekoratīvi.



6.11.att. Paraugs nr11



6.12.att. Paraugs nr12

Analizējot kompozīciju var secināt, ka plakātos bieži izmanto centrālo kompozīcijas objektu, kuram pakārto pārējos elementus. Svarīgākā objekta novietošana pa vidu ir veiksmīgs risinājums, jo cilvēks vispirms paskatās uz plakāta vidusdaļu un tikai tad sāk lasīt pārējo informāciju, kā redzams piemēros nr.11 [Sk. 6.11.att.], nr.12 [Sk. 6.12.att.] un nr.14 [Sk. 6.14.att.]. Veidojot šādu kompozīciju, jāizvēlas vidusdaļā novietot to informāciju, kuru

vērotājam būtu vēlams pamanīt un atcerēties visvairāk, piemēram, pasākuma datumu vai norises laiku.



6.13.att. Paraugs nr13



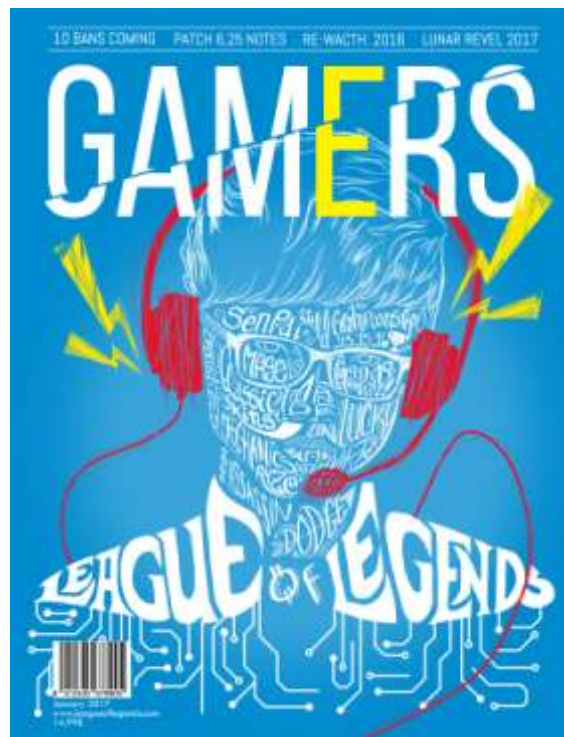
6.14.att. Paraugs nr14

Lai gan šis kompozīcijas risinājums ir plaši pielietots, tiek izmantoti arī citi paņēmieni kā izkārtot tekstu un ilustrācijas. Teksta elementus var izvietot taisnstūrveida kompozīcijās, kas aizpilda visu plakāta laukumu, kā piemēros nr.13 [Sk. 6.13.att.] un nr.15 [Sk. 6.15.att.] Šāds izkārtojums atgādina kafejnīcas ēdienkartes dizainu. Informācija ir viegli uztverama, jo tā tiek lasīta no lapas augšpusē uz leju, virzienā no kreisās uz labo pusi. Darba autore domā, ka šāds kompozīcijas risinājums var tikt veiksmīgi pielietots brīžos, kad ir nepieciešams kompozīcijā iekļaut daudz teksta vai informācijas.

Kompozīcijas galvenajam elementam ne vienmēr ir jābūt tekstam, tas var būt arī attēls vai ilustrācija, kā paraugā nr.16 [Sk. 6.16.att.]. Ilustrācija ir galvenais elements, kurš papildināts ar lielu uzrakstu, tādā veidā uzreiz piesaistot attiecīgo mērķauditoriju. Daļa no pasākuma nosaukuma ir atjautīgi paslēpta ilustrācijā, kas piešķir kompozīcijai pārsteiguma elementu. Visa pārējā informācija par pasākumu ir neuzkrītoši novietota plakāta malā, lai netraucētu galvenajam plakāta elementam un vēstījumam, bet tajā pašā laikā būtu pieejama un vienkārši pamanāma.



6.15.att. Paraugs nr15



6.16.att. Paraugs nr16

Atlasītie paraugi parāda, ka krāsas plakātos galvenokārt tiek pielietotas divos veidos. Plakāti ir vai nu ļoti koši, jo ir bagātīgi ar daudzām krāsām vai arī izmanto divu vai trīs krāsu salikumus. Mazāk krāsu tiek pielietots kompozīcijās, kurām ir jābūt izsmalcinātākām vai arī jārada kāda īpaša noskaņa, piemēram, par kaut ko bīstamu vai par kādu konkrētu laika periodu. Piemēram, paraugā nr.17 [Sk. 6.17.att.] ir izmantots divu krāsu salikums, kas piešķir kompozīcijai izsmalcinātu izskatu. Rodas sajūta, ka plakāts tiešām radīts kādā senākā gadsimtā un, ka mākslinieks visu zīmējis ar spalvas kātu.

Paraugā nr.19 [Sk. 6.19.att.] izmantots baltās, melnās un sarkanās krāsas apvienojums. Baltā un melnā krāsa norāda uz reklamētā pasākuma mistisko un biedējošo pusi. Sarkanā tiek izmantota kā ļoti labs akcents citu krāsu izcelšanai. Tā piešķir plakātam mazliet baisu noskaņu, jo saistās ar asinīm un kaut ko karstu, bīstamu, rada trauksmes sajūtu, kas šķiet atbilstoši reklamētajam pasākumam. Turpretī paraugā nr.14 [Sk. 6.14.att.] ir pielietots daudz košu krāsu. Plakātos ir attēloti citāti no animācijas filmas tāpēc, lai tie tiktu asociēti ar konkrēto filmu, tiem ir jābūt līdzīgā stilā un krāsu gammā.

Darba autore domā, ka krāsas plakātos tiek pielietotas galvenokārt noskaņas radīšanai visā darbā kopumā, nevis lai izceltu kādu konkrētu teksta daļu. Krāsas, protams, ir ļoti nozīmīgs līdzeklis pasākuma žanra un noskaņas parādīšanai.



6.17.att. Paraugs nr17



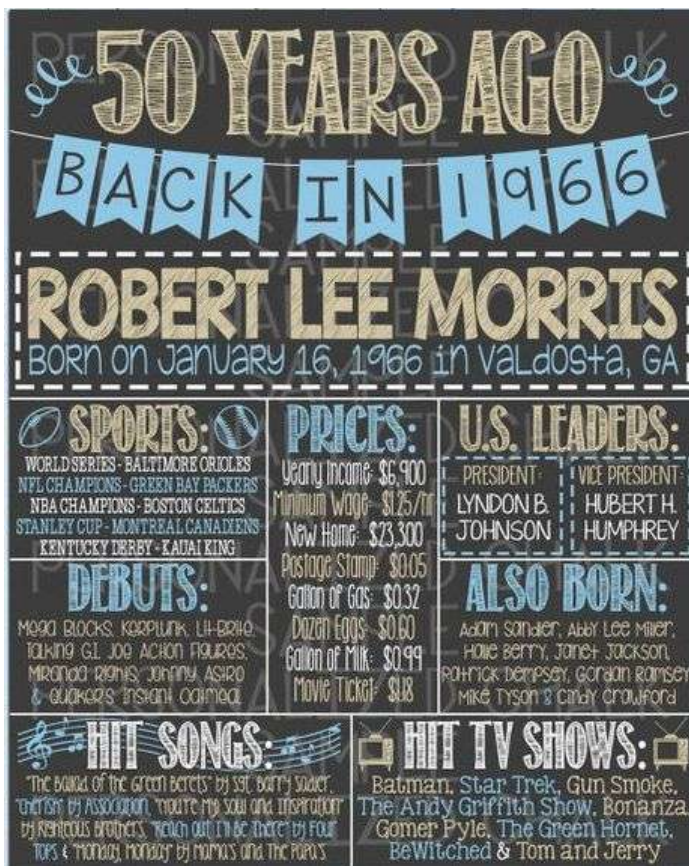
6.19.att. Paraugs nr19

Plakāti ir tāds dizaina projekts, kurā var izpausties ilustrāciju, fotogrāfiju un citu papildus elementu ziņā. Ilustrācijas var kalpot gan kā papildinājums tekstam, gan kā centrālais elements, kurš būs galvenais vēstnesis par pasākumu. Piemēram, paraugā nr.16 [Sk. 6.16.att.] ilustrācija ir galvenais elements, kas papildus ir paredzēts arī informācijas nodošanai. Ilustrācija ir veidota no burtiem kā kaligrama. Ilustrācijā iekļautais teksts pavēsta gan pasākuma nosaukumu, gan dažādas aktivitātes, kuras notiks pasākuma ietvaros. Tas ir ļoti labs paņēmieni kā plakātā iekļaut visu nepieciešamo informāciju, piesaistošu ilustrāciju un piešķirt plakātam interesantu, neierastu dizaina risinājumu - to visu izdarot ar vienu objektu.

Ne vienmēr ir nepieciešams plakātā iekļaut daudz papildus elementus. Plakātos, kuros ir daudz teksta, ilustrācijām nemaz nepietiek vietas un to izmantošana var likt plakātam izskatīties pārblīvotam. Piemēram, paraugā nr.20 [Sk. 6.20.att.], plakāts nevēsta par kādu konkrētu pasākumu, bet gan kalpo informatīviem mērķiem, sniedzot vispārīgu informāciju par kādu tēmu. Šajā gadījumā teksta ir ļoti daudz, tāpēc ilustrācijas tiek izmantotas tikai kā nelieli papildus elementi katras kategorijas uzsvēršanai. Visticamāk plakāts lieliski iztiktu arī bez šiem elementiem.

Arī paraugā nr.21. [Sk. 6.21.] netiek izmantots daudz papildus elementu, galvenais ir teksts. Kūciņas zīmējums kompozīcijā iederas ļoti labi. Tas ir neliels, bet uzsver pasākuma būtību. Arī bez šī elementa plakātā nekas netrūktu. Tas ir tāpēc, ka apkārt tekstam ir uzzīmēts dekoratīvs rāmis, kurš palīdz radīt vienota veseluma sajūtu. Rāmis nodrošina to, ka nerodas

nepieciešamība plakātā ievietot citus elementus, jo tas ir pietiekoši interesants, kā arī nenovērš uzmanību no informācijas.



6.20.att. Paraugs nr20



6.21.att. Paraugs nr21

Ilustrācijas var darboties ne tikai kā no teksta neatkarīgi elementi. Tās var tikt cieši sasaistītas ar teksta kompozīciju un burtveidolu dizainu. Tā tas ir paraugā nr.11 [Sk. 6.11.att.]. Līniju dizains ir saskaņots ar burtveidolu dizainu. Daudzie smalkie elementi padara kompozīciju vienotu. Teksts ir ievīts starp ilustrācijām, tāpēc tas izskatās dekoratīvi. Ja ar tēmu saistīti elementi būtu zīmēti atsevišķi no teksta, tad kompozīcija neizskatītos tik vienota, cik tā ir tagad.

Hierarhija plakātos ir ļoti atšķirīga. Dažos apskatītajos paraugos vairāk tiek izcelts pasākuma nosaukums vai dalībnieki, citos lielāks ir teksts, kas pavēsta norises laiku. Dizainerim ir jāpārdomā, kas ir tā informācija, kuru būtu nepieciešams iegaumēt visvairāk un tā jāzīmē lielāka, kā pārējais tekstu vai jāizmanto cits burtu dizains.

Plakātā nr.22 [Sk. 6.22.att.] pasākuma nosaukums ir izcelts ar ļoti lieliem burtiem- tas aizņem pusi plakāta laukuma. Tā kā pasākums, kuru reklamē, ir karaoke vakars, tad pārspīlēti izceļot nosaukumu, ar šī viena vārda pamanīšanu viss par pasākumu jau būs skaidrs, jo visi cilvēki zina, kas notiek karaoke vakaros, nav nepieciešami sīkāki paskaidrojumi. Netraucē arī

tas, ka ilustrācija mazliet pārklāj pasākuma nosaukumu, jo tas ir tik liels, ka tas netraucē vārda uztveršanai.

Plakātā nr.23 [Sk. 6.23.att.] attiecība starp tekstu un zīmējumu ir līdzvērtīga. Tie ir veidoti vienādā stilā, tāpēc neviens nedomā otru. Ilustrācija piešķir reklamētajam festivālam nepieciešamo māksliniecisko noskaņu. Teksts ir izvietots ietekmējoties no ilustrācijas formām, kas kompozīciju padara interesantāku.



6.22.att. Paraugs nr22



6.23.att. Paraugs nr23

Apskatītajos paraugos burtveidoli ir izvēlēti atbilstoši kontekstam un pasākuma noskaņai. Piemēram, paraugā nr.17 [Sk. 6.17.att.] ir izmantoti izsmalcināti kursīvraksta burtveidoli, kas piešķir kompozīcijai nepieciešamo aristokrātisko noskaņu, jo plakāts reklamē karalisko ziemas gadatirgu. Lai gan lielāko plakāta laukumu aizņem ilustrācija – ģerbonis, tekstam arī ir jābūt iekļautam kopējā stilā.

Paraugā nr.19 [Sk. 6.19.att.] burtveidolu izvēle ir ļoti atbilstoša plakāta „smagajai”, rokmūzikas noskaņai. Izvēlētie burtveidoli ir robusti, masīvi serifu burtveidoli, kuriem saplaisājušais un trīsdimensionālais efekts piešķir vajadzīgo noskaņu. Smagnējie un smalkie burtveidoli savā starpā kontrastē ļoti labi.

Plakātā nr.22 [Sk. 6.22.att.] dizains ir veidots senākas dekādes noskaņās. Tie varētu būt piecdesmitie vai sešdesmitie gadi. Burtiem ir piešķirtas ēnas, kas saskaņojas ar pārējām krāsām plakātā lieliski tās papildinot. Šis burtu stils atgādina plakātu dizainu no citām dekādēm.

Tā kā plakātos bieži pielieto dekoratīvus burtveidolus, kas domāti uzmanības piesaistīšanai, tad reizēm teksta salasāmības funkcija tiek atlikta otrajā plānā. Jāizvēlas burtveidoli, kas vienlaikus ir gan dekoratīvi, gan saprotami. Piemēram, paraugā nr.11 [Sk. 6.11.att.] informācija ir viegli salasāma un burtiem ir piešķirts interesantu dizains. Pašā plakāta apakšā esošais teksts ir drukāts ļoti mazā punktu izmērā, tāpēc darba autore nav pārliecināta vai tas ir viegli salasāms. Iespējams, konkrētais plakāts tika nodrukāts lielā izmērā un teksts bija saprotams arī tad, ja skatītājs nestāv pie plaša plakāta.

Apskatītajos paraugos pārsvarā tiek pielietoti viegli saprotami serifu vai bez-serifu burtveidoli, kas nerada salasāmības problēmas. Grūtības, kā parasti, var sagādāt kursīvraksta burtveidoli, jo tie sastāv no daudz vairāk detaļām, kas nav novienkāršotas. Nedaudz sarežģītāk saprast informāciju, ir paraugā nr.16 [Sk. 6.16.att.], jo teksts ir paslēpts ilustrācijā un ir izmantots kaligrāfiskā stila burtveidols. Kā arī paraugā nr.17 [Sk. 6.17.att.], jo tiek pielietots kursīvraksts. Tas gan šajā gadījumā netraucē salasīt tekstu, jo tā nav daudz un tas ir pielietots tikai dažos vārdos. Lielākos teksta laukumos tas noteikti sagādātu salasāmības problēmas.

### 6.2.3. Ielūgumu kompozīcijas

Viens no veidiem, kā dizaineris var veidot aizraujošas, dažādas burtveidolu kompozīcijas, ir ielūgumu dizains. Ielūgumi parasti ir jānoformē atbilstoši pasākuma tēmai un tie var kļūt ļoti dekoratīvi. Kāzu, dzimšanas dienas ballīšu, bērna piedzimšanas svinību vai skolas izlaiduma ielūgumiem dizains variē visdažādākajos veidos – minimālas, tradicionālas kompozīcijas, elementiem bagātīgas kompozīcijas vai ielūgumi veidoti kāda noteikta laika perioda vai temata stilā. Tika izvēlēti ielūgumi uz dažādiem pasākumiem un svinībām, lai varētu apskatīt atšķirīgās un kopīgās dizaina īpašības.

Kompozīcijas ielūgumos tiek veidotas līdzīgi kā plakātos, jo ielūgumi pavēsta līdzīgu informāciju - pasākuma nosaukumu/iemeslu, norises vietu un laiku, kā arī paredzētās aktivitātes/pasākuma programmu. Atšķirība ir tāda, ka plakātu uzdevums ir pavēstīt par gaidāmo pasākumu pēc iespējas vairāk cilvēkiem, bet ielūgumos tas nav nepieciešams, jo tie tiek sūtīti konkrētām personām, kas tos izlasīs pat tad, ja noformējums nebūs košs un izteismīgs. Aplūkotajos paraugos kompozīcijas ir vienkāršas, taisnstūrveida, ar atsevišķi nodalītām iedaļām dažāda veida informācijai, piemēram, pasākuma norises vietai un paredzētajā aktivitātēm.

Krāsas pielietojums ielūgumos ir pārdomāts un izvēlēts atbilstoši pasākuma noskaņai. Tiek izvēlēta gan klasiska melnas un baltas krāsas kombinēšana, gan divu, trīs dažādu saskanīgu toņu apvienojums.

Analizējot paraugus, uzreiz var pamanīt, ka ielūgumos netiek plaši izmantotas ilustrācijas. Dažos paraugos parādās nelieli zīmējumi, kas lietoti, lai uzsvērtu tekstā sniegto informāciju, bet tie nekur nav centrālais, galvenais elements. Piemēram, paraugā nr.24 [Sk. 6.24.att.] ir daži nelieli zīmējumi, kas ir atbilstoši kontekstam, bet tie noteikti nav uzmanību piesaistošākie elementi. Tie lieliski papildina kompozīciju, aizpildot brīvos laukumus.



6.24.att. Paraugs nr24

Veidojot ielūgumus, jāievēro, ka galvenais ir cilvēkiem pavēstīt par pasākumu vienkāršā un saprotamā veidā, lai nekas netiktu pārprasts un nerastos neparedzētas situācijas apmeklējot svinības. Protams, tas neizslēdz iespēju izmantot ilustrācijas kā galveno komunikācijas veidu. Galvenais, lai viss būtu saprotams jebkurai no ielūgtajām personām.

Vēl viena kopēja iezīme ir rāmīšu pielietojums apkārt teksta laukumam. Tas aizstāj ilustrāciju nepieciešamību. Rāmis palīdz savākt kopā visu kompozīciju un mazina iespēju, ka tā varētu izskatīties haotiski.

Paraugā nr.25 [Sk. 6.25.att.] ir izmantotas dažādas smalkas detaļas, kas domātas brīvo laukumu aizpildīšanai un kalpo dekoratīviem mērķiem. Tām nav saistības ar ielūgumā minēto pasākumu - koledžas izlaidumu. Kompozīcija izskatītos nepabeigta, ja netiktu pielietoti papildus elementi. Protams, ne vienmēr ir jāizmanto ilustrācijas, viss ir atkarīgs no tā, kā tiek izvietots teksts.

Skatoties uz elementu mijiedarbību, var secināt, ka tiek izcelts pasākuma rīkošanas iemesls, rīkotāju vārdi un norises laiks. Tās arī ir svarīgākās detaļas, kuras būtu jāatceras vai nepieciešamības gadījumā ātri jāatrod tekstā. Piemēram, paraugā nr.26 [Sk. 6.26.att.], kas ir ielūgums uz kāzām, tiek izcelti iesaistīto personu vārdi un norises vieta. Viss teksts ir rakstīts

ar vienu burtveidolu, bet dažādu krāsu, burtu lielumu un atstarpju starp burtiem pielietojums ļauj izveidot hierarhiju un pietiekoši lielu kontrastu, lai viss teksts nesaplūstu vienā masā.



6.25.att. Paraugs nr25



6.26.att. Paraugs nr26

Paraugā, nr.24 [Sk. 6.24.att.], tāpat kā citur, tiek izcelta daļa elementu, bet pēc darba autores domām, ne visos gadījumos tas ir izdevies veiksmīgi. Burtveidoli, kuri pielietoti dažu vārdu izcelšanai ir izteiksmīgi un masīvi, bet tiek izmantoti vārdiem, kuriem izcelšana nebūtu

nepieciešama. Tas novērš uzmanību no svarīgākas informācijas, kas ir mazāk izcelta, ar ne tik lieliem burtu izmēriem un ne tik masīvu burtveidolu. Piemēram, pasākuma mērķis pazūd starp pārējo tekstu. Tāpat arī personu vārdi, kam par godu tiek rīkotas svinības, izceļas mazāk, kā citi elementi tekstā.

Burtveidolu izvēle ielūgumiem ir diezgan vienkārša, ja vien svinības netiek rīkotas kādā konkrētā, specifiskā tematikā. Ielūguma tekstu var veidot ar vienu burtveidolu, ja vien tas tiek dažādi variēts. Kā arī var pielietot daudzus dažādus burtveidolus, kā galvenokārt ir parādīts atlasītajos paraugos. Piemēram, paraugā nr.27 [Sk. 6.27.att.] norisinās piektās dzimšanas dienas svinību ballīte, kuras tematika ir karnevāls. Pasākuma nosaukumam, kā arī dažās citās vietās, tiek izmantots dekoratīvs, masīvs burtveidols, kurš atbilst pasākuma tematikai. Izvēlētais burtveidols atgādina uzrakstus uz izkārtnēm un plakātiem līdzīgos pasākumos, piemēram, atrakciju parkā. Otrs izvēlētais burtveidols ir līdzīgs, bet ne tik dekoratīvs. Tas padara to viegli salasāmu arī mazākā punktu izmērā. Ja dekoratīvais burtveidols tiktu lietots arī mazākajam tekstam, tad tā dizains nebūtu tik pamanāms un, iespējams, tiktu apgrūtināta lasāmība.



6.27.att. Paraugs nr27



6.28.att. Paraugs nr28

Paraugā nr.28 [Sk. 6.28.att.] ir pielietoti daudzi dažādu stilu burtveidoli. Tie visi varētu būt atbilstoši pasākuma kontekstam. Tomēr, raugoties uz kompozīciju, rodas haotiska sajūta. Iespējams, ir pielietots pārāk daudz burtveidolu. Lai gan paraugā ir izmantoti tikai četri

burtveidoli, šajā gadījumā tas ir pārāk daudz. Nešķiet, ka burtveidolu kombinēšana ir izdevusies veiksmīga, jo daži no tiem ir pārāk atšķirīgi un nesader ar visiem pārējiem, bet gan tikai ar daļu burtveidolu. Izvēloties kombinēt daudzus burtveidolus ir jāraugās, lai tie saderētu ar visiem pārējiem burtiem, nevis tikai ar trīs no četriem burtveidoliem. Iespējams, ja konkrētos burtveidolus apmainītu vietām un izmantotu cietām teksta daļām, tad kopskats radītu pārdomātāku iespaidu.

Lai izvairītos no pārpratumiem, informācijas uztveramība ir galvenā atslēga. Burtveidoli, kuri apskatāmi atlasītajos paraugos, lielākoties ir viegli salasāmi. Gadījumos, kad tie ir ļoti dekoratīvi, tie tiek lietoti tikai dažu vārdu garumā, tādā veidā neapgrūtinot lasāmību. Ja viss ielūguma teksts būtu veidots no viena, izteiksmīga, dekoratīva burtveidola, tad to būtu grūtāk izlasīt. Dažos paraugos, piemēram, nr.24 [Sk. 6.24.att.] vai nr.28 [Sk. 6.28.att.] tiek pielietoti daudzi atšķirīga dizaina burtveidoli, tāpēc informācija var nešķīst viegli uztverama, jo katra pasākuma detaļa ir citādākā burtveidolā. Tas var apgrūtināt cilvēka acis, jo ātri jāpārslēdzas starp nelieliem teksta gabaliņiem ar atšķirīgu dizainu.

#### **6.2.4. Produktu iepakojumu kompozīcijas**

Burtveidolu kompozīcijas ir sastopamas visur, ne tikai plakātos un žurnālos. Ejot iepirkties, uz produktu iepakojumiem ir apskatāmas nebeidzamas kompozīciju variācijas. Parasti uz iepakojuma visvairāk tiek izcelts produkta nosaukums un ražotāja logotips. Cits papildus teksts ne vienmēr tiek iekļauts iepakojuma dizainā. Tādai informācijai kā sastāvs, lietošana un ražotāja kontakti ir jābūt skaidri uzrakstītai, ar kādu vienkāršu burtveidolu, kā arī šis teksts parasti ir ļoti mazā punktu izmērā. Analizēšanai tika izvēlēti produktu iepakojumi, uz kuriem veidotajās burtveidolu kompozīcijās, ir vairāk teksta, kā tikai produkta nosaukums. Kā arī tādi iepakojumi, kuros ir izmantoti dekoratīvi burti. Visos paraugos tiek kombinēti vairāki burtveidoli.

Produktu dizainā kompozīcijai ir jāpielāgojas produkta iepakojuma formai un īpašībām. Produkts ne vienmēr būs taisnstūrveida formas, kā tas bija ēdienkartēm, plakātiem un ielūgumiem. Tas noteikti ļauj variēt ierastos dizaina risinājumus un izmēģināt kaut ko netradicionālāku. Piemēram, paraugā, nr.29 [Sk. 6.29.att.] ir nepieciešams izveidot vairākas kompozīcijas. Etiķete sastāv no divām atsevišķām kompozīcijām – vienas produkta priekšpusē un otras produkta aizmugurē. Kopā tās veido visa iepakojuma kopējo kompozīciju. Šajā gadījumā priekšpusē esošā kompozīcija tiek veidota ap galveno elementu, kas ir produkta nosaukums. Aizmugurē ir izveidota taisnstūrveida kompozīcija, kas tiek atdalīta no priekšējās kompozīcijas ar vēl vienu teksta laukumu, kurš ir pagriezts citā virzienā. Visticamāk tas ir

produkta sastāvs un ražotāja kontaktinformācija. Arī tās iekļaušanai kompozīcijā var izdomāt interesantus risinājumus.



6.29.att. Paraugs nr29

Paraugā nr.30 [Sk. 6.30.att.] kompozīcija ir veidota ļoti netradicionālā veidā. Iepakojuma šķautnes netraucē izkārtojuma - tās tiek pielietotas kā vēl viens kompozīcijas elements. Visticamāk šāds risinājums ir rasts, jo uz vienas iepakojuma plaknes nepietiktu vietas visiem iecerētajiem dizaina elementiem. Šāds iepakojums noteikti ir vairāk uzmanību piesaistošs, kā ierastāki iepakojuma dizaina risinājumi.

Kā novērojams paraugos, tad parasti iepakojumam izmanto divu līdz trīs saskanīgu vai kontrastējošu krāsu apvienojumu. Pārāk daudzu krāsu izmantojums pircējam var šķist haotisks, kā arī produkts var „pazust” starp ļoti raibo produktu klāstu, kas atrodams veikalos. Paraugā nr.31 [Sk. 6.31.att.] izmantojot tradicionālu melnas un baltas krāsas apvienojumu, kas akcentēts ar zelta krāsas detaļām, tiek panākts izsmalcināts, augstvērtīga produkta izskats.



6.30.att. Paraugs nr30



6.31.att. Paraugs nr31

Paraugos novērojams, ka melns un balts ir veiksmīgs, izteiksmīgs risinājums krāsu izvēlē. Tā kā daudzi produktu iepakojumi ir krāsaini, tad šāds, bezkrāsains iepakojums noteikti tiks pamanīts. Tādā veidā tiks izpildīta viena no iepakojuma galvenajām funkcijām. Atkarībā no kategorijas, kuru pārstāv konkrētais produkts, būs atkarīga iepakojuma spēja izcelties. Piemēram, alkoholisko dzērienu iepakojumā visbiežāk izmanto tumšos toņus, kā melnu, brūnu, apvienojumā ar balto, sudraba vai zelta krāsu. Tāpēc košs, krāsains iepakojums šajā kategorijā noteikti izcelsies. Pilnībā pretēji tas būtu, piemēram, konfekšu iepakojuma dizainā.

Uz iepakojuma nereti tiek izmantoti attēli, lai pircēji varētu saprast, kāds izskatīsies produkts, kurš tiek nopirkts. Ja netiek izmantots attēls, tad teksts tiek papildināts ar atbilstošām, nelielām ilustrācijām. Piemēram, paraugos nr.32, nr.33 un nr.34 [Sk. 6.32., 6.33., un 6.34.att] uz iepakojuma ir konfekšu attēls, jo iepakojums ir necaurspīdīgs. Tāpēc attēla izmantošana pircējam izraisīs lielāku uzticēšanos produktam, jo būs redzams kā šis produkts izskatās.



6.32.att. Paraugs nr32

Turpretī paraugā nr.35 [Sk. 6.35.att.] ir saprotams, ka produkts ir kafijas pupiņas, tāpēc nav nepieciešams to attēls, pat tad, ja iepakojums nav caurspīdīgs, jo visi zina, kā tās izskatās. Tomēr, lai kompozīciju padarītu piepildītāku un piesaistošāku, tiek izmantotas kafijas pupiņu ilustrācijas.

Galvenokārt iepakojumu kompozīcijās būtu jāizceļas produkta nosaukumam, jo tas ir viens no galvenajiem elementiem, kas paliks pircēja atmiņā. Tāpat vajadzētu izcelt produkta īpašības, ja tās ir paredzēts attēlot uz iepakojuma, piemēram, ka tas ir tradicionāls produkts, gatavots pēc senām, pārbaudītām receptēm utml. Tās ir lietas, kas vienmēr piesaista potenciālos pircējus un pārlicina iegādāties kādu produktu.



6.35.att. Paraugs nr35



6.36.att. Paraugs nr36

Paraugā nr.36 [Sk. 6.36.att.] galvenokārt ir izcelts produkta nosaukums, bet, tā kā iepakojumam ir vairākas puses, tad ir iespēja kaut ko izcelt katrā no tām. Šajā gadījumā produkta aprakstā ir izmantoti vairāki burtveidoli, kuri ļoti labi saskan savā starpā, vienlaikus ļaujot katram teksta gabaliņam izcelties arī atsevišķi.

Izvēloties burtveidolus, galvenokārt ir jāsaprot, kā konkrēto produktu vēlas reklamēt, kādu priekšstatu par to radīt. Ja vēlas, lai produktu asociētu ar kaut ko vieglu, gaisīgu un pozitīvu, tad vistīcāmāk jāizvēlas smalkām līnijām veidots burtveidols vai kursīvraksta burtveidols. Gadījumā, ja produkts ir ass, spēcīgs, bagātīgs uzturvielām, var izvēlēties kādu masīvāku, izteiksmīgāku, dekoratīvu burtveidolu.

Piemēram, paraugā nr.37 [Sk. 6.37.att.] ir izmantots vienkāršs bez-serifu burtveidols, kas ir atbilstošs nosaukumam, kurš tulkojumā nozīmē „viegls ķermenis”. Tas ir papildināts ar kursīvraksta burtveidoliem, kas piešķir kompozīcijai viegluma noskaņu.

Paraugā nr.31 [Sk. 6.31.att.] izmantoti vairāki dekoratīvi burtveidoli, kuri ir saskanīgi savā starpā. Tie tiek apvienoti ar vienkāršu bez-serifu burtveidolu. Šis produkts ir veidots veclaicīgā stilā un burtveidoli noteikti ir izvēlēti atbilstoši. Svarīgu lomu spēlē ne tikai burtu dizaina izvēle, bet arī tas, kā tie tiek pasniegti. Šajā gadījumā zelta akcentu izmantojums dod papildus efektu, lai burtveidols šķistu veclaicīgs.



6.37.att. Paraugs nr37

Uz iepakojuma nav nepieciešams attēlot daudz teksta. Vismaz ne uz priekšpuses, kas parasti ir dekoratīva, salīdzinājumā ar iepakojuma aizmuguri vai apakšpusi, kur visticamāk būs atrodams daudz obligātās, uz iepakojuma novietojamās, informācijas. Šī iemesla dēļ ir nepieciešams izvēlēties tikai vienu vai divus salasāmus, dekoratīvus burtveidolus, kas reklamēs produktu. Tā kā teksta nav daudz, tad nevajadzētu rasties problēmām ar uztveramību, pat tad, ja izmantotais burtveidols ir sarežģītāk izlasāms. Līdzīgi kā citos dizaina projektos, nedrīkst izmantot pārāk daudz dažādus burtveidolus, jo tad var rasties problēmas uztvert informāciju.

### 6.2.5. T-kreklu apdrukas kompozīcijas

Kā apskatījām citās nodaļās, tad teksta kompozīcijām uz apģērba ir liela saistība ar katra cilvēka personību. Cilvēki izvēlas t-kreklus, kuru teksts atbilst viņu uzskatiem, sapņiem, noskaņojumam. Tikpat svarīgs cik teksta vēstījums ir arī tas, kāds ir tā dizains. Uz t-krekliem var izmantot ļoti dažādus burtveidolus. Pat ļoti dekoratīvus vai grūti salasāmus, jo arī tādi izskatīsies labi, ja vien kompozīcija būs interesanta un gaumīgi izveidota. Tika atlasīti dizaina paraugi ar ļoti atšķirīgām kompozīcijām, lai varētu gūt plašu ieskatu tajā cik dažādas tās var būt.

Kompozīcijas risinājumi uz t-krekliem var būt dažādi. Viss atkarīgs no teksta daudzuma un tā, cik dekoratīva, detaļām bagāta tā paredzēta. Analizējot paraugus var novērot, ka plaši

tiek pielietotas apļa veida kompozīcijas, piemēram, paraugā nr.38 [Sk. 6.38.att.]. Otrs izplatītākais kompozīcijas risinājums ir visu krekla priekšpusi noklāt ar ilustrāciju un tekstu, veidojot pamanāmu un košu dizainu, piemēram, paraugā nr.39 [Sk. 6.39.att.].



6.38.att. Paraugs nr38



6.39.att. Paraugs nr39

Krekla krāsu gamma ir atkarīga no tā kāds ir teksta vēstījums un kādu noskaņu darba autors vēlas radīt. Iespējām nav robežu. Efektīvi izskatās gan kompozīcijas, kurās pielietotas pretkrāsas, gan kompozīcijas ar analogām krāsām. Kompozīcija tikai baltā krāsā uz tumšāka, krāsaina krekla būs tikpat uzmanību piesaistoša cik koša, viscaur krāsām bagāta kompozīcija. Piemēram, paraugā nr.40 [Sk. 6.40.att.] kompozīcijas ir izteismīgas un ļoti labi izceļas uz košajiem audumiem. Nerodas sajūta, ka kaut kas pietrūkst pat tad, ja tiek izmantota tikai viena krāsa. Piemēram, analizējot ēdienkaršu paraugus darba autore secināja, ka izmantojot vienu krāsu tekstam un papildus elementiem, viss saplūst kopā un ir grūti uztverams. T-kreklu dizainā tas vairs nav tik būtiski, jo atšķirībā no ēdienkartēm viegla teksta uztveršana vairs nav prioritāte. Ieteicams kompozīciju veidot kontrastējošā tonī ar apģērbu, lai tā būtu viegli uztverama un nesaplūstu kopā ar fonu.

Apģērbu apdrukā ļoti plaši tiek pielietotas ilustrācijas un dažādi papildus elementi. Tie papildina tekstu gandrīz visos apskatītajos paraugos. Apdruka var šķist garlaicīga un nepabeigta, ja tā sastāvēs tikai no teksta, kam būs izvēlēts vienkāršs, klasisks burtveidols. Kaut vai nelielas ilustrācijas pielietošana spēs to atsvaidzināt. Piemēram, paraugā nr.38 [Sk.

6.38.att.] izmantotais kalnu zīmējums lieliski palīdz izveidot un noslēgt apļa kompozīciju. Kā redzams, ilustrācijai nav jābūt sarežģītai vai detalizētai, pietiek tikai ar vienkāršām formām, lai atsvaidzinātu visu kompozīciju.



6.40.att. Paraugs nr40

Paraugā nr.41 [Sk. 6.41.att] ir ļoti maz teksta- tikai trīs vārdi. Teksts tulkojumā nozīmē „Tavos sapņos”, tāpēc bez izteismīgas ilustrācijas tas nebūtu saprotams. Labs piemērs tam, ka ilustrācijai nav obligāti jābūt krāsainai. Monohromā krāsu gamma liek ilustrācijā esošajām sarkanajām acīm izskatīties draudīgām. Krāsainā kompozīcijā tās vistīcāmāk pazustu.



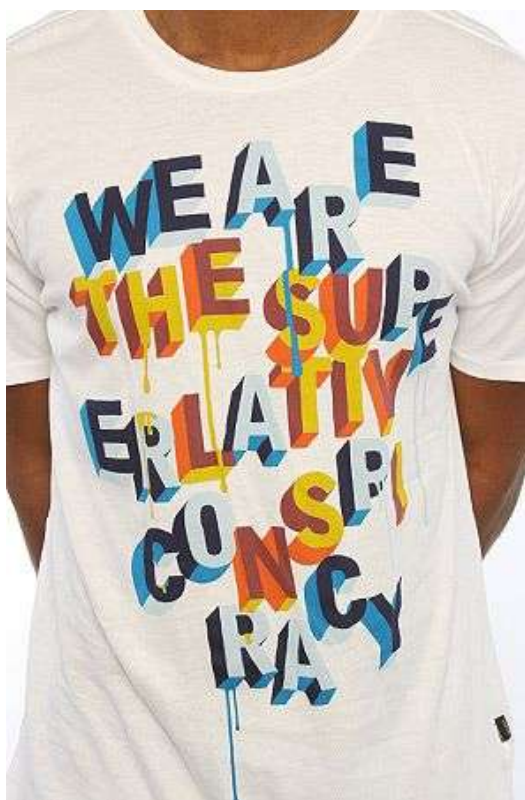
6.41.att. Paraugs nr41



6.42.att. Paraugs nr42

Paraugā nr.42 [Sk. 6.42.att.] ilustrācija un teksts ir apvienoti vienā elementā - kaligrammā. Tā izskatās atraktīvi un sevī iekļauj arī konkrētu paziņojumu, kas ir t-kreklu dizaina galvenie mērķi. Kaligrammā izmantotie burtveidoli ir ļoti atbilstoši pašam attēlotajam tēlam. Lai gan tie nav vienkārši saprotami, ja vien skatītājs nav attēlotās filmas tēla fans, tie izskatās dekoratīvi un ļoti labi veido kaligrammai nepieciešamās formas.

Hierarhija burtveidolu kompozīcijās ir atkarīga no teksta, kas tiek izmantots. Dizaineris izvēlas, kurus vārdus izcelt vairāk, piemēram, izmantojot atšķirīgu burtu izmēru vai lielumu un kurus izcelt mazāk. Protams, ne vienmēr ir nepieciešams kaut ko izcelt. Viss teksts var būt rakstīts ar vienu burtveidolu. Piemēram, paraugā nr.43 [Sk. 6.43.att.] kompozīcija tiek veidota no viena burtveidola, bet tas to nepadara garlaicīgu. Izmantojot krāsas, trīsdimensionālo efektu un dažus notecējušas krāsas efektus, kompozīcija izskatās bagātīga.



6.43.att. Paraugs nr43



6.44.att. Paraugs nr44

Izvēloties burtveidolu galvenais, kas jāņem vērā ir teksta vēstījums. Uz kreklīm visbiežāk izmantotais teksts ir dažādi citāti. Jāpārdomā vai pozitīvam, jaukam citātam piemērs, piemēram, burtveidols gotiskā stilā vai kāds ļoti smagnējs burtu dizains.

Paraugā nr.44 [Sk. 6.44.att.] pielietotie burtveidoli ļoti labi iederas kompozīcijā un šķiet atbilstoši kontekstam. Tā kā burti ir masīvi un līnijas ir biezas, tad tajos ideāli var iekļaut arī ilustrācijas, bez kurām kompozīcija neizskatītos tik interesanta. Iespējams, pēdējiem diviem

teksta vārdiem „are here” varētu izmantot to pašu burtveidolu, kas izmantots vārdam „is”, jo šķiet, ka tas labāk sader kopā ar kursīvraksta burtveidolu, ar kuru rakstīts pārējais teksts.

Paraugā nr.39 [Sk. 6.39.att.] izmatotais citāts ir diezgan drūms, tāpēc šķiet neparasti, ka ilustrācijas ir tik pozitīvas un košas. Izmantotā jūras un pludmales tematika asociējas ar tekstu par vasaru un dzīves baudīšanu, nevis ar attēloto citātu. Darba autore uzskata, ka lai gan vizuāli kompozīcija un izvēlētais burtveidols izskatās ļoti labi, tie tomēr neatbilst teksta kontekstam un šim citātam vajadzētu izvēlēties citas ilustrācijas.

Kā jau iepriekš tika minēts, tad teksta salasāmība ne vienmēr ir svarīgākais faktors kompozīcijām uz t-krekliem. Reizēm nozīmīgāk ir tas, cik dekoratīvs ir kopskats. Nepieciešamo vēstījumu var nodot arī caur ilustrācijām, krāsām vai faktūrām. Piemēram, paraugā nr.45 [Sk. 6.45.att.] šķiet, ka teksts veidojas atstarpēs starp krāsainajiem gabaliņiem. Lai gan patiesībā krāsainie gabaliņi atrodas starp burtiem. Šis teksts ir nedaudz grūtāk salasāms, bet pateicoties tam, ka kompozīcija izskatās ļoti dekoratīvi un koši, ir redzams, ka tas tā veidots ar nodomu.



6.45.att. Paraugs nr45

### 6.2.6. Dažādi kompozīciju pielietojumi

Pēdējā dizaina paraugu grupa veidojas no dažādiem kompozīciju paraugiem, kuri neiederējās citās kategorijās. Darba autore uzskata, ka ir nepieciešams parādīt to, ka zīmētu burtu kompozīciju pielietojumam nav robežu. To izmantošana neaprobežojas ar ielūgumiem un plakātiem.

Izvēlētie paraugi ir ļoti atšķirīgi tāpēc katram no tiem ir citādāki kompozīcijas risinājumi. Tie galvenokārt ir atkarīgi no tā uz kā atrodas konkrētā kompozīcija. Piemēram, paraugā nr.46 [Sk. 6.46.att.] tiek pielietota apļveida kompozīcija. Pa vidu tiek izcelts galvenais teksts, kuram tiek pakārtots pārējais teksts un elementi. Šī kompozīcija ir attēlota uz lielas sienas, kas parāda, ka zīmētu burtveidolu kompozīciju izmēriem nav nozīmes. Tās labi izskatās gan ielūgumos, gan milzīgos sienas gleznojumos.



6.46.att. Paraugs nr46



6.47.att. Paraugs nr47

Paraugā nr.47 [Sk. 6.47.att.] kompozīcija ir ar krītu uzzīmēta uz melnas tāfeles, kā tas tika darīts ēdienkartēm. Tā ir vienkārša taisnstūrveida kompozīcija, kas veidota ievērojot tāfeles formātu. Šis paraugs parāda, ka arī šādus vienkāršus paziņojumus par to, ka norādītajā vietā nevajadzētu novietot mašīnu, var radoši un neierasti pasniegt.

Paraugā nr.48 [Sk. 6.48.] ir pielietoti vairāki kompozīcijas risinājumi. Tās tiek veidotas gan apļveida, gan kvadrātveida vai taisnstūrveida. Katrai mazajai kompozīcijai ir labi jāizskatās gan atsevišķi, gan apvienojumā ar citām mazajām kompozīcijām jāveido sakārtota kopējā kompozīcija. Dažās vietās teksta izkārtojumu ietekmē mašīnas detaļas, piemēram, riepas vai durvis.

Katram paraugam tiek izvēlēta konkrētajam pielietojumam atbilstoša krāsu gamma. Novērojams, ka bieži tiek pielietots efekts, kad teksts būtu it kā ar krītu rakstīts uz melnas tāfeles. Protams, ēdienkartes vai paziņojumus visbiežāk tiešām raksta izmantojot tāfeles krītus, bet citos gadījumos tas tiek imitēts. Šādas kompozīcijas visbiežāk ir melnbaltas, kā redzams piemērā nr.48 [Sk. 6.48.], kurā ēdināšanas auto ir apdrukāts ar šo tāfeles efektu. Kā

arī piemērā nr.49 [Sk. 6.49.att.], kur kalendārs ir izveidots tā, it kā katrs mēnesis būtu maza tāfelīte. Kompozīcijas var būt arī krāsainas, kā piemērā nr.50 [Sk. 6.50.att.], kur teksts papildināts ar krāsainām ilustrācijām.



6.48.att. Paraugs nr48



6.50.att. Paraugs nr50



6.51.att. Paraugs nr51

Šīs grupas dizaina paraugos ir redzams, ka no papildus elementiem vai ilustrācijām ir grūti izvairīties, jo kaut kādā mērā tās parādās visos darbos. Neierastāks veids kā veidot ilustrācijas un teksta kompozīcijas ir piemēri nr.51 un nr.52 [Sk. 6.51. un 6.52.att.]. Šīs kompozīcijas efektīvi izskatās gan veidotas datorprogrammās, gan zīmētas ar otu, kā var redzēt šajos piemēros. Svarīgs ir burtu tonis, kas palīdz radīt telpisku efektu, kā arī burtu novietojums. Tie tiek gan stiepti, gan saspiesti, gan dažādi citādi deformēti, kas nebūtu pieļaujams citādākās burtu kompozīcijās. Piemērā nr.53 [Sk. 6.53.att.] ilustrācijas ir ļoti cieši

sasaistītas ar tekstu. Tās to pārklāj un rada iespaidu, ka ilustrācijas ir iekļautas burtos. Starp tekstu un papildelementiem veidojas ļoti laba mijiedarbība. Tie viens otru veiksmīgi papildina.

Piemēros nr.46 un nr.48 [Sk. 6.46. un 6.48.att.] papildus elementi pārsvarā ir dekoratīvas līnijas un citi dekoratīvi raksti, kas aizpilda tukšos laukumus un padara kompozīciju piepildītāku, lai tā neizskatītos nepabeigta.



6.52.att. Paraugs nr52



6.53.att. Paraugs nr53

Hierarhija starp elementiem nedaudz tika analizēta jau iepriekšējā kritērija ietvaros. Hierarhijas principi ir līdzīgi pilnīgi visur- gan uz plakātiem, gan apģērba, gan uz mašīnas apdrukām. Piemērā nr.49 [Sk. 6.49.att.] ir redzams, kā katrā no kompozīcijām svarīgākie vārdi tiek izcelti. Kalendārā katru mēnesi tiek likts uzsvars uz kādu neparastu starptautiski atzīmējamu svētku dienu. Tāpēc tekstā visvairāk tiek izcelts tieši atzīmējamās dienas nosaukums. Tam ir izvēlēts dekoratīvāks burtveidols kā pārējam tekstam, kuram pielieto vienkāršus serifu vai bez-serifu burtveidolus.

Paraugos nr.51 un nr.52 [Sk. 6.51. un 6.52.att.] ir sarežģīti spriest vai izvēlētais burtveidols ir atbilstošs kontekstam. Tas tiek izvēlēts tāds, kurš labi veidotu kopējo kompozīciju un kuru varētu dažādi deformēt, lai iegūtu vēlamās formas. Tā kā teksta galvenais mērķis nav lasīšana, tad nav tik svarīgi cik piemērots dizains tiek izvēlēts. Burtveidols nebūs kā atsevišķs elements, tas būs daļa no kopējā attēla.

Citos paraugos burtveidolu izvēle ir bijusi piemērota. Piemēram, paraugā nr.50 [Sk. 6.50.att.] izvēlētie burtveidoli izskatās zīmēti. To līnijas nav ideāli taisnas, kas ir atbilstoši

efektam, ko ir iecerēts radīt - it kā šī kompozīcija būtu uzzīmēta uz tāfeles. Arī ilustrācijas atbilst citāta tekstam.

Paraugā nr.49 [Sk. 6.49.att.] burtveidoli ir veidoti atbilstoši katras svinamās dienas tematikai, piemēram, vārds „saldējums” ir pārklāts ar sniega zīmējumu. Vārdā „arbūzs” burti sastāv no arbūzu gabaliņiem. Apvienot ilustrācijas ar burtveidoliem ir interesants risinājums, kurš noteikti padarīs kompozīciju izteiksmīgāku un piešķirs tai personiskāku, pārdomātāku izskatu.



6.49.att. Paraugs nr49

Atlasītajos paraugos netiek izmantots daudz teksta, tāpēc tos ir diezgan vienkārši salasīt un uztvert. Paraugos nr.51 un nr.52 [Sk. 6.51. un 6.52.att.] teksts nav domāts tā cītīgai pētīšanai un lasīšanai. Tas kalpo kā faktūra, kas aizpilda kādu noteiktu formu.

Paraugā nr.48 [Sk. 6.48.] katra atsevišķā kompozīcija ir bez problēmām saprotama. Tomēr visa mašīna ir lielā laukumā noklāta ar daudzām kompozīcijām un tekstu, tāpēc skatītājs var apjukt, jo viss šķitīs pārāk raibs. Tā kā uz mašīnas nav attēlota ēdienkarte, tad skatītājs var neiedziļināties kompozīcijās, bet uztvert tās kā kopēju, bagātīgu kompozīciju, kura sastāv no daudz detaļām. Gadījumā, ja uz mašīnas ir jāattēlo arī ēdienkarte, tad to būtu nepieciešams izcelt, piemēram, ar citu krāsu vai atdalīt ar līnijām, vai brīvu laukumu no pārējām kompozīcijām. Ja tas netiks darīts, tad klienti nespēs atrast nepieciešamo kompozīciju un ēdiena iegādes process tiks apgrūtināts.

## SECINĀJUMI

1. Burtveidolu kompozīcijas ir sarežģīti analizēt tikai katra atsevišķā kritērija ietvaros, jo dažādas īpašības savā starpā mijiedarbojas un brīžiem nav iespējams runājot par vienu nepieminēt kādu citu.
2. Zīmētās burtu kompozīcijās, neatkarīgi no to pielietojuma, izmanto līdzīgus kompozīcijas veidošanas principus.
3. No konkrētajam darbam piemērotākā burtveidola izvēles ir atkarīga noskaņa, ko rada kompozīcija un vēstījums, ko tā sniedz.
4. Burtveidola izvēle ietekmē to, kā teksts būs salasāms, uztverams, atmiņā paliekošs.
5. Kompozīcijās tiek izcelti galvenie vārdi no teksta.
6. Hierarhija ir vissvarīgākais burtveidolu kompozīciju veidošanas aspekts. To var panākt ar krāsu, burtu lielumu, līniju biezumu un brīvo laukumu pielietošanu.
7. Serifu un bez-serifu burtveidolus ir vieglāk uztvert kā kursīvrakstu vai burtveidolu, kurš veidots kāda cilvēka rokrakstā.
8. T-kreklu apdrukā visbiežāk ir sastopamas apļveida kompozīcijas.
9. Nepareizas burtveidola izvēles gadījumā teksts var šķist haotisks un grūti salasāms.

### 3. RADOŠĀ DAĻA

Bakalaura darba mērķis bija izveidot burtveidolu kompozīcijas, kuras tiktu realizētas uz t- krekliem. Kopumā tika izveidotas piecas dažādas kompozīcijas. Katrai kompozīcijai tika izvēlēts viens citāts angļu valodā no darba autores iemīļotākajiem citātiem. Tika attēloti tādi citāti, kuru sniegtais vēstījums ir pozitīvs un veicina ticību saviem spēkiem.

Kompozīcijās attēlotie citāti:

1. You live, but once; you might as well be amusing. (Coco Chanel)
2. When things go wrong don't go with them. (Elvis Presley)
3. I don't know where I'm going, but I'm on my way. (George Fairman)
4. The limit is not in the sky, the limit is in the mind. (Nezināms)
5. Creative minds are rarely tidy. (Nezināms)

Visās kompozīcijās tika attēlots citāts un dažādas to papildinošas ilustrācijas, kuras ir atbilstošas citāta saturam vai noskaņai, ko tas rada. Galvenie elementi ir teksts. Izmantotie burtveidoli ir gan autores zīmēti, gan jau gatavi internetā atrasti bezmaksas burtveidoli. Katrā kompozīcijā ir izmantoti vairāki burtveidoli.

Visi kompozīciju elementi ir baltā krāsā un tika uzdrukāti uz melniem krekliem. Krāsa ir ļoti labs un vienkārši pielietojams dažādu elementu izcelšanas līdzeklis. Tāpēc tās trūkums ļauj dizainerim pielietot dažādus citus kompozīciju hierarhijas veidošanas paņēmienus. Tādā veidā parādot plašāku iegūto zināšanu apjomu.

Pēc citātu izvēles sekoja katras kompozīcijas skiču veidošana. Katrai no kompozīcijām tika izveidoti vairāki varianti līdz radās skaidrāka ideja par to kādas šīs kompozīcijas vēlas redzēt darba autore. Tad katra no šīm idejām tika attīstīta smalkāk.

Uzsākot darbu, ideja bija visus kompozīcijām nepieciešamos burtveidolus veidot pašai darba autorei. Tika izveidotas visu alfabēta burtu skices, no kurām bija iecerēts izveidot vai nu visus alfabēta burtus, vai arī tikai konkrētajām kompozīcijām nepieciešamos. Tomēr drīz vien šī ideja tika atmesta, jo tas ir pārāk laikietilpīgs process, kas būtu apjomīgāks, kā nepieciešams izstrādājot bakalaura darbu.

Pēc skiču apstiprināšanas lielākā izmērā tika uzzīmētas kompozīcijas ar visām nepieciešamajām smalkajām līnijām. Tad visas līnijas tika ievilkas ar rapitogrāfu, lai tās būtu vieglāk pēc tam apstrādāt kādā lietojumprogrammā. Tās tika ieskenētas datorā un pēc tam apstrādātas lietojumprogrammā Adobe Illustrator. Tika izmantota opcija Image Trace, kura zīmētās līnijas pārveidoja rediģējamus vektoros un laukumos. Pēc tam tika veiktas dažādas

korekcijas, lai līnijas iegūtu iecerēto izskatu. Kompozīcijas tika vairākas reizes pārkārtotas, kamēr tika iegūts iecerētais rezultāts.

Lai gan sākumā darba autore vēlējās visus burtus uzzīmēt pati, lai radītu zīmētas burtu kompozīcijas efektu, tomēr tika pieņemts lēmums izmantot arī jau gatavus burtveidolus. Tie palīdzēja vairāk nostiprināt kompozīciju koptēlu un atsevišķos gadījumos padarīt konkrēto tekstu izteiksmīgāku.

Gatavās burtveidolu kompozīcijas tika izmantotas piecu dažādu kreklu apdrukai. Apdruka tika veikta izmantojot gan sietspiedes, gan digitālās apdruckas tehnoloģijas. Šāds apdruckas veids tika izvēlēts, jo gan sietspiede, gan digitālā apdruka piedāvā iegūt kvalitatīvu, ilgnoturīgu, košu krāsas klājumu.

Šajā kompozīcijā tika attēlots citāts „*You live, but once; you might as well be amusing.*” Kompozīcijai tika izvēlēts augu un ziedu motīvs. Autore domā, ka tas kompozīciju padara pozitīvu un iepriecinošu. Augu motīvi, kas dažādos virzienos apvij tekstu, dod tai rotaļīgu noskaņu. Citāts tulkojumā stāsta par to, ka dzīve ir tikai viena tāpēc cilvēks var būt amizants, ja viņš tā vēlas. Attēlotie papildus elementi atbilst citāta būtībai. Kompozīcijā izmantoti trīs dažādi burtveidoli. Viens ir autores zīmēts. Pārējie divi *Watermelon Script Demo* un *Faerytale Woods* burtveidols izvēlēti jau no gatavajiem burtveidoliem.



3.1.att. Citāta attēlojums nr1

Kompozīcijā attēlots citāts „*When things go wrong don't go with them.*” Šīs kompozīcijas forma ir citādāka kā pārējām. Pārējās kompozīcijas veidotas apla vai ovāla formā, bet šī ir taisnstūrveida. Tas darīts ar nolūku. Lai visas kompozīcijas nešķistu pārāk līdzīgas, kad novietotas blakus. Ilustrācijas attēlo meža tematiku- egles, koki, ragi, putni. Putnu pēdu nospiedumi attēlo citātā pausto ziņu par kustību- kad lietas iet greizi, tad neej tām līdz. Šajā kompozīcijā burti ir ciešāk sasaistīti ar ilustrācijām. Burts ‘o’ pārveidots par senatnīgu velosipēdu un uz burta ‘T’ nosēdusies pūce. Kompozīcijā izmantoti četri dažādi burtveidoli. Trīs no tiem ir darba autore zīmēti, bet viens tika izvēlēts no internetā pieejamajiem bezmaksas burtveidoliem. Tā nosaukums ir *Blenda Script*.



3.2.att. Citāta attēlojums nr2

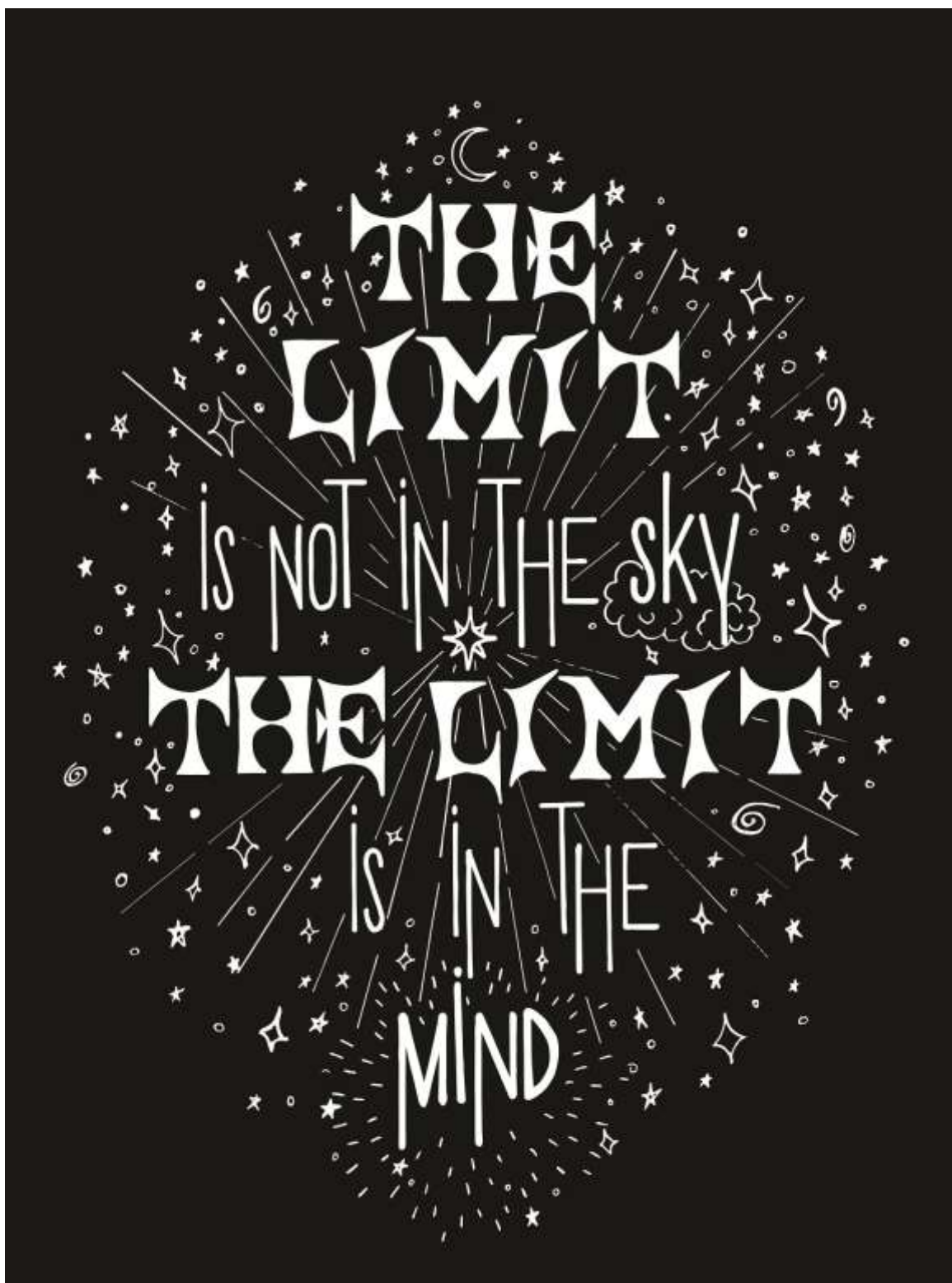
Kompozīcijā attēlots citāts „*I don't know where I'm going, but I'm on my way.*” Tas vēsta- Es nezinu kurp es dodos, bet esmu ceļā. Tas liek pasapņot par dažādiem ceļiem, kur dzīve var aizvest. Tāpēc ilustrācijās attēlota zemeslode ar dažādiem ceļojumu galamērķiem- kalniem, lielpilsētām, senām pilīm. Kā arī ar dažādiem pārvietošanās līdzekļiem- vilcienu, kuģi, gaisa balonu. Citāta attēlošanai izmantoti četri dažādi burtveidoli. Pāris no tiem tiek pielietoti arī citās kompozīcijās. Visvairāk šajā kompozīcijā tiek izcelts centrā esošais vārds ‘*where*’. Pēc autores domām tas ir svarīgākais vārds citātā, tāpēc tam jābūt izteiksmīgam. Burtveidols *Pinewood* ir interesants un dekoratīvs tāpēc atbilst šim uzdevumam.



3.3.att. Citāta attēlojums nr3

Kompozīcijā attēlots citāts „*The limit is not in the sky, the limit is in the mind.*” Tā kā citātā tiek pieminētas debesis, tad autore uzskata, ka zvaigžņu tēma papildus elementos ir

atbilstoša. Tulkojumā citāts vēsta, ka limits nav debesīs, bet gan prātā. Tā kā zvaigznes ir saistītas ar visumu, kurš ir bezgalīgs, tas šajā gadījumā norāda uz to, ka limits nemaz neeksistē un iespējas ir bezgalīgas. Kompozīcijā izmantoti divi autores zīmēti burtveidoli. To līniju biezums un dizains ir ļoti atšķirīgs, lai rastos lielāks kontrasts.



3.4.att. Citāta attēlojums nr4

Pēdējā kompozīcijā attēlots citāts „*Creative minds are rarely tidy.*” Tulkojumā tas nozīmē, ka radoši prāti reti ir sakārtoti. Arī šajā kompozīcijā ir pielietoti divi kontrastējoši burtveidoli. Viens no tiem autores zīmēts ar kontrastējošām tievajām un biežajām līnijām. Kā arī masīvāks bez-serifu burtveidols ar nosaukumu Bubble letters. Bez šiem diviem burtveidoliem, kompozīcijā tiek izmantots vēl trešais - *DJB Skritch Scratch*, kurš attēlo tikai vienu īsu, bet svarīgu vārdu. Citāta attēlojumam izvēlēta cilvēka smadzeņu forma. Vienā pusē tekstam smadzenes tiek attēlotas liektām, harmoniskām līnijām, bet otrā pusē tās ir laužas un asas. Tas parāda citāta vēstījumu par to, ka prāts ne vienmēr ir sakārtots un mierīgs, bet mēdz būt arī haotisks, nesaprotams un biedējošs.



3.5.att. Citāta attēlojums nr5

Bakalaura darba prezentēšanai tika izveidots dizains sešām planšetēm. Tās veidotas līdzīgā stilā kā t- krekli. Baltās zīmētās burtu kompozīcijas novietotas uz melna planšetes fona. Viena no planšetēm veidota citādāk, lai kopskats nešķīstu pārāk vienmuļš. Planšetes fons ir balts un uz tās attēlots melns t-krekls ar vienu no zīmētajām burtu kompozīcijām. Diplomdarba nosaukums arī ir rakstīts zīmētā burtu stilā. Darba autore vēlējas, lai planšetes būtu pilnībā melnbaltā krāsu gammā.



3.6.att. Visas planšetes



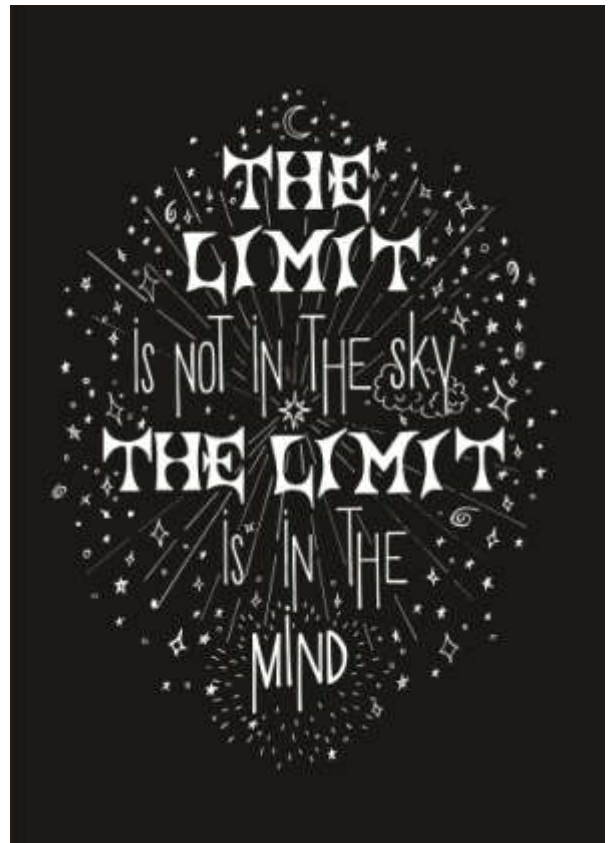
3.7.att. Planšete nr1



3.8.att. Planšete nr2



3.9.att. Planšete nr3



3.10.att. Planšete nr4



3.11.att. Planšete nr5



3.12.att. Planšete nr6

## **Ekonomiskie aprēķini**

Diplomdarba izmaksas veidojas no diplomdarba teksta materiāla izdrukas divos eksemplāros un iesiešanas cietajos un mīkstajos vākos, sešām A2 formāta plašetēm un piecu t-kreklu apdruckas digitālās drukas un sietspiedes tehnoloģijās.

*3.1.tabula* **Ekonomiskie aprēķini**

Teksta materiāla izdruka 2 eksemplāros	40 €
Iesiešana cietajos un mīkstajos vākos	10 €
5 t-krekli	40 €
5 t-kreklu apdruka	50 €
6 melnbaltas A2 formāta plašetes	40 €
<b>KOPĀ</b>	<b>240 €</b>

## LITERATŪRAS SARAKSTS

### Grāmatas

1. Bowles M., Isaac C. (2009) *Digital Textile Design*. London, United Kingdom: Laurence King Publishing LTD
2. Dabner D., Stewart S., Zempol E. (2014) *Graphic Design School, The principles and practise of graphic design*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
3. Haslam A. (2006) *Book Design*. United Kingdom: Laurence King Publishing LTD
4. Lupton E. (2004). *Thinking With Type, a critical guide for designers, writers, editors & students*. New York: Princeton Architectural Press
5. Lupton E. (2010). *Thinking With Type, a critical guide for designers, writers, editors & students. Second, revised and expanded version* New York: Princeton Architectural Press
6. Tselentis J., Haley A., Seddon T., Leonidas G., Saltz I., Henderson K., Alterman T., Poulin R. (2012). *Typography referenced a comprehensive visual guide to the language, history, and practice of typography*. New York: Rockport Publishers

### Interneta resursi

7. *A Brief Anatomy of Type I: Stress* 14.10.2012 <http://briancoale.com/graphic-design/typography-graphic-design/a-brief-anatomy-of-type-i-stress/> (Skat. 09.03.2017)
8. Alessio J. *Making Sense Of Type Classification (Part 1)*. 17.04.2013. <https://www.smashingmagazine.com/2013/04/making-sense-type-classification-part-1/#type-classification-systems> (Skat. 07.03.2017)
9. Alessio J. *Making Sense Of Type Classification (Part 2)*. 19.06.2013. <https://www.smashingmagazine.com/2013/06/making-sense-of-type-classification-part-2/> (Skat. 07.03.2017)
10. *Anatomy of type / Type glossary*. <http://www.typographydeconstructed.com> (Skat. 09.03.2017)
11. Bonneville D. *Best Practices Of Combining Typefaces*. 04.11.2010 <https://www.smashingmagazine.com/2010/11/best-practices-of-combining-typefaces/> (Skat 08.03.2017)
12. *Calligram*. 16.04.2013 [http://www.artrepublic.com/art\\_terms/47-calligram-html/](http://www.artrepublic.com/art_terms/47-calligram-html/) (Skat. 09.03.17)

13. Cousins C. *Mixing Typefaces: Tips and Techniques*. 19.03.2013  
<https://designshack.net/articles/typography/mixing-typefaces-tips-and-techniques/>(Skat 08.03.2017)
14. Howard Bear J. *What Is Typography Stress?*  
<http://desktoppub.about.com/od/glossary/fl/Stress.htm> (Skat. 08.03.2017)
15. Haley A. *About typeface families* <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-families/about-typeface-families> (Skat. 09.03.2017)
16. Haley A. *Italics*. <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/italics> (Skat. 09.03.2017)
17. Haley A. *Type Classifications* <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/type-classifications> (Skat. 07.03.2017)
18. Haley A. *Uses of Bold Type in Text*.  
<https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-2/text-typography/bold-type-in-text> (Skat. 09.03.2017)
19. Kiever J. *10 Golden Rules You Should Live By When Combining Fonts: Tips From a Designer*. 05.03.2015 <https://designschool.canva.com/blog/combining-fonts-10-must-know-tips-from-a-designer/> (Skat 08.03.2017)
20. Mack P. *The history of the graphic tee* 16.05.2017 <http://www.thingsmag.us/2016/05/the-history-of-graphic-tee.html> (Skat.06.03.2017)
21. *Portraits of war Birth of the American Graphic T-Shirt: The Las Vegas Gunnery School Official WWII Shirt*. 03.09.2017. <https://portraitofwar.com/2015/09/03/birth-of-the-american-graphic-t-shirt-the-las-vegas-gunnery-school-official-wwii-shirt/> (Skat.06.03.2017)
22. Strizver I. *Anatomy of a Character*  
<https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/anatomy> (Skat. 09.03.2017)
23. *The Type Classification System* <http://lisagarnerdesign.co.uk/blog/wp-content/uploads/2016/01/Vox-Atypi-Classification-System-Poster-1.png> (Skat. 07.03.2017)
24. *T-shirt Printing Techniques Explained + Cons and Pros* 19.03.2015.  
<https://www.slideshare.net/Printsome/printing-techniques-46039055> (Skat.06.03.2017)
25. *Type Classification*. <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/> (Skat. 07.03.2017)

## **Attēli**

- 1.2.1.att. – 1.2.13., 1.2.15.att. <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/type-classifications>

- 1.2.14.att. <https://www.pinterest.com/pin/349310514818877652/>
- 1.3.1., 1.3.2., 1.3.5.att. <http://thinkingwithtype.com/grid/>
- 1.3.3.att. <http://www.webdesignstuff.co.uk/ta006/category/applied-art-for-the-web/page-layout-essay/>
- 1.3.4.att. <http://www.magazinedesigning.com/magazine-columns/>
- 1.4.1.att. <https://www.pinterest.com/pin/339458890635054946/>
- 1.5.1.att. <https://portraitofwar.com/2015/09/03/birth-of-the-american-graphic-t-shirt-the-las-vegas-gunnery-school-official-wwii-shirt/>
- 1.5.2.att. [http://www.allposters.com/-sp/Marlon-Brando-A-Streetcar-Named-Desire-1951-Directed-by-Elia-Kazan-Posters\\_i9733909\\_.htm?ac=true](http://www.allposters.com/-sp/Marlon-Brando-A-Streetcar-Named-Desire-1951-Directed-by-Elia-Kazan-Posters_i9733909_.htm?ac=true)
- 1.5.3.att. [http://www.icollector.com/OZ-screen-worn-T-shirt-from-Emerald-City-worker-in-The-Wizard-of-Oz\\_i10499708](http://www.icollector.com/OZ-screen-worn-T-shirt-from-Emerald-City-worker-in-The-Wizard-of-Oz_i10499708)
- 1.5.4.att. <http://wp.youplus.co/?p=781>
- 6.1.att. <https://www.behance.net/gallery/22249607/Design-for-DIVE-bar>
- 6.2.att. <https://www.behance.net/gallery/12502591/Chalkboard-Menu-Typography>
- 6.7.att. <https://www.pinterest.com/pin/529806343648837613/>
- 6.3.-6.5.att. <https://www.behance.net/gallery/11255969/TGI-Fridays-Burger-Illustrations>
- 6.6.att. <https://www.behance.net/gallery/34439363/Chalkboard-menu-for-Mundo-do-Cafe-da-Baixa>
- 6.7.att. <https://www.pinterest.com/pin/529806343648837613/>
- 6.8.att. <https://www.behance.net/gallery/31828299/Cafe-Chalk-Typography>
- 6.9., 6.10.att. <https://www.behance.net/gallery/10258577/Mitchells-Butlers>
- 6.11.att. <https://www.pinterest.com/pin/283726845246935786/>
- 6.12.att. <https://www.behance.net/gallery/22915375/A-Tour-of-the-British-Isles>
- 6.13.att. <https://www.behance.net/gallery/10268901/White-Lilac-Inn-Web-Launch-Poster>
- 6.14., 6.60.-6.62.att. <https://www.behance.net/gallery/50019297/Hand-lettered-Moana-posters>
- 6.15.att. <https://www.behance.net/gallery/10571171/School-of-Cross>
- 6.16.att. <https://www.behance.net/gallery/49150279/Portada-de-Revista-Magazine-Cover>
- 6.17.att. <https://www.behance.net/gallery/12094529/Royal-Agricultural-Winter-Fair-Poster>
- 6.19.att. <https://www.pinterest.com/pin/517562182157608918/>
- 6.20.att. <https://www.pinterest.com/pin/26529085283521025/>
- 6.21.att. <https://www.behance.net/gallery/13854271/Poster-design-Private-school>
- 6.22.att. <https://www.behance.net/gallery/18806215/KARAOKE-NIGHT->
- 6.23.att. <https://www.behance.net/gallery/48820193/Greenroom-Festival-2017>

6.24.att. <https://www.behance.net/gallery/10262591/BBQ-Baby-Shower>

6.25.att. <https://www.pinterest.com/pin/493847915368352085/>

6.26., 6.27.att. <https://www.behance.net/gallery/10589591/Etsy-Invites>

6.28.att. <https://www.behance.net/gallery/13790629/Party-Invitations>

6.29., 6.36.att. <https://www.pinterest.com/pin/161777811595285764/>

6.30.att. <https://www.behance.net/gallery/14571597/Hard-Spirit-Whiskey>

6.31.att. <https://www.pinterest.com/pin/328622104040865087/>

6.32.-6.34.att. <https://www.pinterest.com/pin/360921357623510073/>

6.35., 6.37.att. <https://www.behance.net/gallery/10616011/Morning-Glory>

6.38.att. <https://www.pinterest.com/pin/493847915373923692/>

6.39.att. <https://www.behance.net/gallery/21765377/Illustration-T-shirts>

6.40.att. <https://www.pinterest.com/pin/354095589436354352/>

6.42.att. <https://www.behance.net/gallery/18793551/Calligram-Shirt>

6.43.att. <https://www.pinterest.com/pin/1125968635494686/>

6.45.att. <https://www.pinterest.com/pin/169025792234864271/>

6.46.att. <https://www.behance.net/gallery/10578149/Louisville-Mural>

6.47.att. <https://www.behance.net/gallery/17440931/No-Parking-signboard-for-Plugin-SLC>

6.48.att. <http://www.cruisingkitchens.com/builds/completed/hard-rock-cafe-orlando/>

6.49.att. <https://www.behance.net/gallery/11913427/2014-Calendar-of-Silly-Holidays>

6.50.att. <https://www.pinterest.com/pin/170222060896306515/>

6.51.att. <https://www.behance.net/gallery/14403345/Caligram>

6.52., 6.69.att. <https://www.behance.net/gallery/23118517/Hand-painted-Typography-Portraits>

6.53.att. <https://www.behance.net/gallery/47447321/Keep-On-Rolling-Deck>

6.54.att. <https://www.behance.net/gallery/19245185/Happy-Hour-Chalkboard-Indie-Flyer>

6.55.att. <https://www.behance.net/gallery/33385191/Chalkboards-Weddings>

6.56.att. <https://www.pinterest.com/pin/562457440943179212/>

6.57.att. <https://www.behance.net/gallery/43201373/Chalkboard-Lettering>

6.58.att. <https://www.behance.net/gallery/36161663/Chalkboard-lettering-The-king-of-salads>

6.59.att. <https://www.behance.net/gallery/33248381/Chalkboard-drawings-for-lunchroom-Anna-Haen-Amsterdam>

6.63.att. <https://www.behance.net/gallery/15634835/Chalkboard-Flyer>

6.64.att. <https://www.behance.net/gallery/11138455/Susannah-Josh>

6.65.att. <https://www.behance.net/gallery/10950601/House-Warming-Invites>

6.66.att. <https://www.pinterest.com/pin/510032726536735443/>

6.67.att. <https://www.pinterest.com/pin/498281146243090594/>

6.68.att. <https://www.pinterest.com/pin/487022147189962942/>

6.70.att. <https://www.pinterest.com/pin/354095589434432907/>

## **PIELIKUMI**



6.4.att. Paraug nr4



6.5.att. Paraug nr5



6.54.att. Paraug nr54



6.55.att. Paraug nr55



6.56.att. Paraugs nr56



6.57.att. Paraugs nr57



6.58.att. Paraugs nr58



6.59.att. Paraugs nr59



6.60.att. Paraugi nr60



6.61.att. Paraugi nr61



6.62.att. Paraugi nr62



6.63.att. Paraugs nr63



6.64.att. Paraugs nr64



6.65.att. Paraugs nr65



6.33.att. Paraugs nr33

6.34.att. Paraugs nr34



6.66.att. Paraugs nr66



6.67.att. Paraugs nr67



6.68.att. Paraug nr68



6.69.att. Paraug nr69



6.70.att. Paraug nr70

Diplomdarbs: \_\_\_\_\_

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: \_\_\_\_\_

(autora paraksts)

Ar savu parakstu apliecinu, ka esmu lasījis augstāk minēto diplomdarbu un atzīstu to par **piemērotu / nepiemērotu** aizstāvēšanai Latvijas Universitātes Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultātē.

Darba vadītājs/-a: \_\_\_\_\_

(vadītāja paraksts)

Darbs iesniegts Izglītības zinātņu nodaļā \_\_\_\_\_.

(iesniegšanas datums)

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe: \_\_\_\_\_.

(paraksts)

Recenzents: \_\_\_\_\_

(zin. grāds, vārds, uzvārds)

Darbs aizstāvēts valsts gala pārbaudījumu kontroles sēdē

\_\_\_\_\_ prot Nr. \_\_\_\_\_,

(datums)

Vērtējums \_\_\_\_\_

Komisijas sekretārs: \_\_\_\_\_

(sekretāra paraksts)