

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
MENŲ FAKULTETAS  
DIZAINO KATEDRA**

ARŪNAS BRASAS

MAGISTRO DARBAS

**PERIODINIS LEIDINYS „FACTŪRA“ ŠIUOLAIKINIO GYVENIMO  
KŪRĖJAMS**

PERIODICAL JOURNAL „FACTŪRA“ FOR DEVELOPERS OF  
MODERN LIFE

Vadovas: doc. Virginijus Šimoliūnas

Recenzentas: dr. Gedutė Grigaliūnaitė

Šiauliai, 2010 m.

Arūnas Brasas. Periodinis leidinys „Factūra“ šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams: dailės (dizaino) studijų magistro darbas / vadovas doc. Virginijus Šimoliūnas; Šiaulių universitetas, Dizaino katedra. – Šiauliai, 2010. - 60 psl.

## SANTRAUKA

Magistro darbas skirtas susipažinti su Lietuvoje ir užsienyje išleidžiamais meno sritį nagrinėjančiais leidiniais ir išnagrinėjus jų trūkumus bei privalomumus, pritaikius įgytas žinias sukurti periodinį leidinį šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams.

Periodinis leidinys „Factūra“ yra žurnalas, skirtas ne tik jaunajai kūrėjų kartai, bet ir tiems, kurie jau turi kūrybinės patirties architektūros, fotografijos ar dizaino srityse. Tai žurnalas informuosiantis Lietuvos žmones apie tai, kas naujo šiuolaikinėje modernioje architektūroje, ką drąsaus bei naujo sukūrė pasaulyje pripažinimo sulaukę dizaineriai, bei ką naujo ruošia jaunoji dizainerių karta.

Žurnale „Factūra“ kultūrinė veikla ir menai suprantami kaip specifinės priemonės, kurios komunikacijai, išgyvenimui ir ekspresijai suteikia formą ir išraišką. Jame sujungiamos meno ir dailės šakos, kurios vienija visus menu besidominčius žmones.

Periodiniame leidinyje esančiuose straipsniuose pateikiama ne tik informacija apie naujausias bei moderniausias idėjas, bet ir nepamirštami jaunieji kūrėjai, pilni įvairiausių planų ir idėjų. Apžvelgiami ne tik žymių firmų, kompanijų dizaino, architektūros objektai, bet ir jaunųjų dizainerių, fotografų darbai.

Žurnalas „Factūra“ iš kitų menines temas apžvelgiančių bei nagrinėjančių leidinių, išsiskiria turiniu, formatu ir išvaizda, viduje esančia numeracija, skirtingų medžiagų pateikimu.

Darbo apimtis – 46 psl. teksto be priedų, 30 informacijos šaltinių. Atskirai pridedami 14 darbo priedų.

## SUMMARY

Master's thesis for access to Lithuania and abroad being issued to the investigating field of art publications and an examination of their weaknesses, and binding, the application of the knowledge gained to create a periodic publication of modern life for developers.

Periodical “Factūra” is a magazine aimed at not only the younger generation of artists, but also to those who already have the creative experience of architecture, photography or design. This journal will inform Lithuanian people about what's new in contemporary modern architecture, what courage and re-create the world's recognition of the age of designers, and providing what's new younger generation of designers.

In journal “Factūra” cultural and arts activities is to understand how the specific measures of communication, survival and expression gives the form and expression. It brings together art and art industry, which brings together all people interested in art.

Articles and periodical publication provides not only information about the newest and most modern ideas, but also unforgettable for young designers, full range of plans and ideas. There is overview of not only the leading firms, design companies, architectural objects, but also of young designers, photographers' works.

From other artistic themes and reviewing the publications, magazine “Factūra” dealing with the emission of the content, format and appearance, inside the numbers, different materials presentation.

Working volume - 46 pages of text without annexes, 30 sources of information, 14 working separately attached annexes.

## TURINYS

<b>IVADAS</b> .....	<b>3</b>
<b>1. PERIODINIO LEIDINIO „FACTŪRA“ ŠIUOLAIKINIO GYVENIMO KŪRĖJAMS, TEORINIAI PAGRINDAI</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1. Didžiausias meno tikslas yra būti</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2. Kūrybiškumas kas tai?</b> .....	<b>7</b>
1.2.1. Kūrybinio mąstymo savybės.....	7
<b>1.3. Šiuolaikinė spauda ir jos problemos</b> .....	<b>8</b>
<b>2. SITUACIJOS PROBLEMATIŠKUMAS</b> .....	<b>10</b>
<b>3. PERIODINIŲ LEIDINIŲ ANALIZĖ</b> .....	<b>11</b>
<b>3.1. Prototipų analizė</b> .....	<b>11</b>
<b>3.2. Analogų analizė</b> .....	<b>16</b>
<b>3.3. Žurnalai internete</b> .....	<b>18</b>
<b>4. KURIAMO PERIODINIO LEIDINIO POREIKIS BEI JO PRITAİKOMUMAS</b> .....	<b>20</b>
<b>4.1. Periodinis leidinys „Factūra“, kaip komunikacijos erdvė</b> .....	<b>21</b>
<b>4.2. Socialinio dialogo svarba leidinyje</b> .....	<b>22</b>
<b>4.3. Individualizacijos, kaip didaktinės sistemos taikymas periodiniame leidinyje „Factūra“</b> .....	<b>22</b>
<b>4.4. Žurnalo tipologinis modelis</b> .....	<b>23</b>
<b>4.5. Periodinio leidinio „Factūra“ struktūra ir ideologija</b> .....	<b>25</b>
<b>4.6. Teksto komponavimas</b> .....	<b>28</b>
4.6.1. Teksto bloko projektavimas .....	28
4.6.2. Tarpai tarp eilučių .....	29
4.6.3. Tarpai tarp raidžių.....	29
4.6.4. Tarpai tarp sakinių .....	30
<b>4.7. Pagrindiniai iliustracijų maketavimo tipai</b> .....	<b>30</b>
<b>4.8. Šriftas ir stilius</b> .....	<b>34</b>
<b>4.9. Periodinio leidinio „Factūra“ firminis stilius</b> .....	<b>37</b>
4.9.1. Logotipas .....	37
4.9.2. Spalvos.....	38
4.9.3. Puslapių numeracija.....	40
4.9.4. Skirtingų medžiagų panaudojimas žurnale „Factūra“ .....	41
<b>IŠVADOS</b> .....	<b>42</b>
<b>LITERATŪROS SARAŠAS</b> .....	<b>44</b>
<b>PRIEDAI</b> .....	<b>46</b>

## IVADAS

Dizainą suvokiame kaip svarbų XX-XXI amžių kultūros istorijos reiškinių, kuris neatsiejamas nuo moderniosios ir postmoderniosios kultūros, meno bei socialinių visuomenės pokyčių.

Architektūra, dizainas, šiame procese perimdami naujausius technologinius laimėjimus, atlieka tam tikro tarpininko vaidmenį, kuris mūsų aplinką harmonizuoja, daro ją modernesnę ir jaukesnę žmogui.

Šiuolaikinis menas į mūsų istoriją įneša vis daugiau tendencijų ir naujovių. Siekdami kelti savo kultūrinį lygį mes atrandame kuo daugiau neįprastų saviraiškos formų, naujų idėjų, realizavimo būdų.

Naujojo meno epocha pasižymi savo dideliu nerimu, revoliucingumu, įvairumų ir ieškojimų drąsumu. Joje visos vertybės perkainotos, kai kurie praeities laimėjimai atmesti, visos meno problemos iš naujo iškeltos ir savaip pradėtos spręsti, daromi nauji bandymai. Novatoriškumas, originalumas, individualaus kūrybinio prado išaukštinimas, nuolatinė kaita ir atsinaujinimas – būtent šios naujosios epochos savybės žavi mūsų visuomenę.

Su laiku atsiranda vis naujų medžiagų, tobulėja technologijos, tačiau lietuviškų periodinių leidinių išvaizda stovi vietoje jau daugelį metų. Prisiminę postmodernizmo tikslus bei principus - tiek naujas medžiagas, tiek šiuolaikines technologijas, galėtume panaudoti periodiniuose leidiniuose, kurie apžvelgia ne bet ką, o menines temas. Kitokios faktūros popieriaus įvedimas, iškilūs paviršiai, meniškos sielos skaitytojui primintų apie originalias idėjas bei eksperimentavimą, kas buvo svarbu postmodernizmo laikotarpiu (Laimutė Cieškaitė – Brėdikienė, 248 psl.). Tokiu atveju skaitytojui būtų suteikiama galimybė ne tik skaityti, matyti, bet ir grožėtis.

Atsižvelgiant į tai, kad Lietuvoje egzistuoja spaudos leidiniai apžvelgiantys tik architektūrą ar interjero dizainą, jauniesiems kūrėjams, būsimiems architektams, dizaineriams trūksta informacijos apie naujoves bei drąsius sprendimus grafinio, pramonės dizaino srityse.

**Magistro darbo objektas** – menines temas gvildenantis periodinis leidinys.

**Periodinio leidinio „Factūra“ kūrimo aktualumas.** Grafinio dizaino ir komunikacijos ryšys sparčiai vystosi ir tarsi susilieja į vieną objektą. Šis objektas tampriai siejasi su šriftu, grafika, ergonomika, naujausiomis technologijomis ir kt. Visa tai susiformavo, kaip atgarsis į žmonių poreikį suprasti ir naudoti įvairias formas: dokumentų sistemas, ženklus, logotipus, skirtingo tipo leidinius, techninę informaciją ir t.t. Išsivystė poreikis pateikti žmogui šiuos objektus aiškiai, suprantamai, patogiai ir estetiškai. Atsiliepdami į šiuos poreikius, dizaineriai pasiekė pagrindinių ekonominių ir socialinių pagerėjimų informacijos panaudojime ir estetiniame jos pateikime. Todėl šiandien sunku įsivaizduoti gyvenimą be komunikacijos, o tuo pačiu, ir be grafinio dizaino.

Meniniais dizaino principais ir estetiniu medžiagos pateikimu šiuo metu domisi įvairių profesijų specialistai. Poreikį domėtis grafiniu dizainu skatina ir naujausių technologijų galimybės. „Įtikinėjimas yra menas. Numatyta perteikti informacija, kad ji būtų patrauklesnė ir veiksmingesnė, meniškai apdorojama, įpinama į akiai patrauklių formų audinį. Kaip kietu mediniu balsu per radiją perskaitytas skelbimas, taip ir sausa, kad ir didžiausiomis raidėmis parašyta tiesa nesudomins vartotojo.“ (Gudmonas J. 2007)

**Pagrindinis šio projekto tikslas** – susipažinti su Lietuvoje ir užsienyje išleidžiamais meno sritį nagrinėjančiais leidiniais, pateikti susistemintą tekstinę ir vaizdinę medžiagą bei pritaikant įgytas žinias sukurti periodinį leidinį, šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams, savo naujovėmis nurodantį naują žurnalo išvaizdos kryptį.

**Darbo problema** - šiuolaikinių technologijų, faktūrų ir medžiagos įvedimas bei naujų kompozicinių elementų panaudojimo stoka periodiniuose leidiniuose.

**Periodinio leidinio “Factūra” paskirtis.** Kuriamas žurnalas skirtas ne tik jaunajai kūrėjų kartai, bet ir tiems, kurie jau turi kūrybinės patirties architektūros, fotografijos ar dizaino srityse. Tai žurnalas informuosiantis Lietuvos žmones apie tai, kas naujo šiuolaikinėje modernioje architektūroje, ką drąsaus bei naujo sukūrė pasaulyje pripažinimo sulaukę dizaineriai, bei ką naujo ruošia jaunoji dizainerių karta.

**Hipotezė.** Jei žurnale bus naudojami įvairūs kompiuteriniai elementai, turintys skirtingas faktūras, medžiagas ir netradicinę kompozicinę sistemą, tai “Factūra” turės šiuolaikinio kūrybiško skaitytojo gyvenimo faktūros koncepciją.

#### **Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti lietuviškus periodinius leidinius, apžvelgiančius dizaino šakas.
2. Nustatyti jų privalomumus ir trūkumus.
3. Suformuoti periodinio leidinio „Factūra“ koncepciją.
4. Apžvelgti žurnalo naujoves, kurios turėtų nurodyti naują kryptį leidiniams, pateikiantiems menines temas.

#### **Darbo tyrimo metodai :**

1. Meninės periodinės spaudos analizė.
2. Individualaus kūrybinio darbo analizė ir apibendrinimas.

**Darbo struktūra:**

1. Teorijos pateikimas.
2. Periodinių leidinių prototipų ir analogų analizė.
3. Periodinio leidinio „Factūra“ firminio veido sukūrimas.

Šios dalys artimai susietos tarpusavyje, nes be vienos kurios nenagrinėjimo, būtų sunku visapusiškai išanalizuoti temą ir pasiekti tinkamo rezultato kūrybiniame darbe.

# 1. PERIODINIO LEIDINIO „FACTŪRA” ŠIUOLAIKINIO GYVENIMO KŪRĖJAMS, TEORINIAI PAGRINDAI

Sąvoka „dizainas“ šiandien tapo kone kulto objektu. Rengiamos įvairaus pobūdžio konferencijos, parodos, pristatymai. Dizaino temos aptarinėjamos spaudoje, specializuotuose architektūros, interjero žurnaluose.

Grafinio dizainerio užduotis yra pateikti teisingus vizualinės komunikacijos problemas sprendimus kiekviename žmonių veiklos sektoriuje.

Daugelis žmonių yra teisūs sakydami ir tvirtindami, svarbiausia nepriimti nieko kaip savaime suprantamos duotybės. Viskas yra potencialus kvietimas refleksijai. Kaip teigia prof. Viktorija Daujotytė, „be patirties juk yra ir nepatirtis, ir nepatirtis kalbina žmogų, ir iš jos traukiami žodžiai...“.

Analizuojant dabartinę postmodernizmo eros dizaino plėtrą galima pažymėti vis labiau ryškėjančias kosmopolitiškumo tendencijas daugelio tautų savito nacionalinio stiliaus atžvilgiu. Tai lemia keli bendriesiems visuomenės socialiniams procesams įtaką darantys veiksniai:

- dizaino sutapatinimas su verslu, pripažįstant jį esant reikšminga ir neatsiejama verslo dalimi;
- naujos informacinės technologijos ir jų išsigalėjimas, leidžiantis padidinti informacijos perdavimo kiekį;
- kompiuterinės technikos panaudojimo projektuojant ir gamyboje galimybės.<sup>12</sup>

## 1.1. Didžiausias meno tikslas yra būti

Naujojo meno strategijos perimtos iš svetur – nė viena neatsirado čia. Mes neturim tos stiprybės, neturim to, kas susikuria per ilgą laiką. Ieškojimai, kad ir netikėčiausi, dar nesukuria vertybės, o atradimus daro talentingi žmonės. Daugelis mano, kad mene svarbiau ne tiek srovė, kiek talentas, kurį turint sukuriama dideli dalykai. Kaip teigia A. Gudaitis, „Kūrybiškai pajėgūs žmonės ne paskui madas eina, ne paskui keitimąsi, bet patys keitimąsi daro“.

Kalbėdami apie naująjį meną Lietuvoje, kalbame ne tik apie vakarietiškos kultūros įtaką Lietuvos menui. Dabar mados reikalas tapo ieškoti postmodernizme (naujajame Lietuvos mene) vien tik negatyvizmo, reliatyvizmo, nihilizmo ir pan. Turbūt Lietuvoje nėra nė vieno menininko, kuris sąmoningai būtų pristatęs save su kokia nors konkrečia postmodernizmo kryptimi.

---

<sup>12</sup> Šiukščius G. Dizainas. Vilnius, 2005



## 1.2. Kūrybiškumas kas tai?

Kūrybiškumas yra būdingas visiems žmonėms, tačiau jis nevienodai pasireiškia. Dažniausiai kūrybiškumas apibrėžiamas kaip žmogaus gebėjimas atrasti naujus ir originalius sprendimus, daryti ką nors unikalaus, atrasti naujus darinius, naudotis platesne nei duota informacija, valdyti situacijas, tobulinti ar keisti pasaulį, kad šis geriau atitiktų žmonių poreikius ir pan.

Siekiant kūrybinio rezultato neišvengiamai tenka naudotis jau turimomis žiniomis, tačiau svarbu, kad galiausiai būtų gautas naujas ar netikėtas derinys. Kūrybiškumo sąvoka apibrėžiama įvairiai, tačiau daugelis autorių sutinka, kad tai asmens sugebėjimas atrasti nauja.

Problemų sprendimo efektyvumas priklauso ne tiek nuo žinių ar įgūdžių, kiek nuo sugebėjimo užduotyse esančią informaciją panaudoti įvairiais būdais. Ši savybė ir buvo pavadinta kūrybiškumu.

### 1.2.1. Kūrybinio mąstymo savybės

Kūrybiškumo pasireiškimui reikalingas specialus, vadinamasis divergentinis, mąstymas. Divergentinis mąstymas yra laisvas, lankstus, nešabloniškas, atmetantis tai, kas akivaizdu ir įprasta, ir sutelkiantis dėmesį į įvairias sprendimo galimybes, o ne į vieną paprasčiausią. Išskiriamos tokios kūrybinio mąstymo savybės arba dimensijos:

- Mąstymo sklandumas. Tai labai laisvas naujų idėjų kūrimas, jų gausumas.
- Mąstymo lankstumas. Tai gebėjimas greitai ir lengvai pereiti nuo vienos reiškinų rūšies prie kitos, savo turiniu labai nutolusios nuo pirmosios; gebėjimas lengvai pertvarkyti turimą patirtį, keisti savo požiūrį, nuostatas.
- Mąstymo originalumas. Tai idėjų retumas, neįprastumas, pagrįstas tolimomis asociacijomis, tam tikras mąstymo savitumas, nestandartiškumas.
- Kūrybinių idėjų (ar sprendimų) detalumas, išbaigtumas. Tai gebėjimas išplėtoti idėją ir ją įgyvendinti, nes vien sumanymas, kad ir koks svarbus jis būtų, socialinio pripažinimo paprastai nesulaukia.
- Jautrumas kūrybinei problemai. Tai gebėjimas įžiūrėti prieštaravimus, problemos esmę.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Grakauskaitė – Karkockienė D. Kūrybos psichologija. Vilnius, 2003.

### 1.3. Šiuolaikinė spauda ir jos problemos

Apie lietuvišką spaudą, o ypač apie laikraščių dizainą negalime nekalbėti. Ne todėl, kad dizainas yra labai blogas. Ir ne todėl, kad neturime sumanių, išradingų, technologiškai išprususių žmonių, sekančių spaudos dizaino madas ir sugebančių jas pritaikyti praktiškai. Svarbiausia yra tai, kad mūsų spaudos vadovai, neaišku ar sąmoningai ar ne, yra nusprendę neskubėti, mėginant koja kjon žengti kartu su naujovėmis. Tokiu būdu skaitomumo laurai perduodami elektroninei žiniasklaidai: interneto svetainėms, žiniatinklio žurnalams.

Pirmoji ir paskutinė naujojo dizaino banga prasidėjo po Nepriklausomybės atkūrimo ir neilgai trukusi atslūgo. Tada padaugėjo įvairių puslapio elementų, nuotraukų, pradėta skaidyti moduliais, mažiau perkėlinėti į kitą puslapį, atsirado antraštės ir teksto kontrastas. Ir viskas... Per pastaruosius metus žurnalų ir laikraščių dizainas iš esmės nekito.

Bet juk nekinta ir netobulėja tik mums nesvarbių daiktų dizainas! Žvilgtelėkime į drabužių, baldų, automobilių, kompiuterių, sporto įrangos ir kitus dizainus. Kiekvieną sezoną, kiekvieną mėnesį pasirodo nauji modeliai. Dizaineriams nepristinga išradingumo, idėjų ir drąsos eksperimentuoti. Kasdieninių vartojimo daiktų kontekste žurnalai ir laikraščiai jau senokai atrodo kaip visiškai niekam nereikalingas daiktas.

Naujasis dizainas pabrėžia daugialypį komfortą, funkcionalumą ir lytėjimo malonumą. Tačiau mūsų laikraščiai tebeleidžiami seno formato ir ant nelabai išvaizdaus popieriaus. Jie spausdinami vis dar nekokybiškais dažais, o nuotraukos – gan prastos kokybės. Kalbant apie žurnalų ir laikraščių ateitį, antraščių šriftas nėra svarbiausia problema. Norint išlikti šiais sunkiais ekonominio nuosmukio metais, reikia keisti esminius formato ir kokybės dalykus. Ypač dabar, kai turinio sklaidos kanalai jau peržengė popieriaus lapo ribas.

Technologinis atsilikimas ir pasenęs dizainas sukuria iš pirmo žvilgsnio paradoksalią situaciją - labiausiai kenčia solidescnio turinio žurnalai ir laikraščiai . Reikalas tas, kad daugiau pajamų gaunantiems, moderniems ir dinamiškiems žmonėms laikraščiai - tegu ir nostalgiški – neprilygsta kitų jų aplinkos daiktų dizainui ir funkcionalumui. Turėdami modernias komunikacijos priemones ir kompiuterius, šie žmonės greitai prisitaiko prie elektroninių žinių šaltinių, vertina pasirinktinio ir neįpareigojančio įvairių šaltinių skaitymo privalumus, galimybę akimirksniu išsaugoti, persiųsti kitiems, rekomenduoti ir komentuoti naujienas. Laikraščiams lieka mažesnes pajamas turintys ir menkiausiai kompiuterizuoti žmonės.

Kodėl spaudos mylėtojų gretos mažėja? Svarbiausi klausimai būtų tokie: ar būdama konservatyvi, spauda pati išsikasė sau duobę, ar tradicinio laikraščio nykimas neišvengiamas

tobulėjant technologijoms? Ar bandymai vyti progresą nekeičiant esmės - statiško teksto, atspausdinto ant popieriaus - yra vien bergždžias laiko ir lėšų švaistymas? Ir dar. Ar protinga mėginti žūtbūt išsaugoti tradicinius žurnalus ir laikraščius? Manau, kad keletas klaidų, padarytų dar iki spaudos egzodo į elektronines lankas, iš esmės nulėmė mūsų žurnalų ir laikraščių skaitomumo tendencijas.

1. Išdidumas. Bene didžiausia nuodėmė. Leidėjai buvo (ir tebėra) šventai įtikėję keturių valdžių sistema (joje spauda – ketvirtoji), Jie mano, kad laikraščiai ir žurnalai, būdami visuomenės sąmonės avangardas, amžinai išliks kasdieniniu kiekvieno valstybės piliečio skaitiniu. Nepaisant popieriaus, dažų, nuotraukų kokybės ir dizaino patrauklumo.

2. Formato praradimas. Iš pradžių teisinantis ekonominėmis priežastimis (vienintelėmis objektyviomis), vėliau patogumu skaityti važiuojant ar vėjui pučiant ant suoliuko parke, buvo atsisakyta didelio laikraščių formato. Tokiu būdu buvo prarastas solidumas, rimtoji spauda išvaizda nesiskiria nuo bulvarinės.

3. Abejingumas nuotraukoms. Tekstas Lietuvos žurnaluose ir laikraščiuose visada buvo neproporcingai svarbesnis už iliustracijas. Užmirštama, kad jei nuotraukos nepatraukia dėmesio, tekstas gali likti neperskaitytas.

4. Prieraišumas prasčiausios kokybės popieriui. Ekonominiais motyvais sudėtinga paaiškinti, kodėl žurnalai ir laikraščiai spausdinami ant tokios kokybės popieriaus, kai nepalyginti kokybiškesni dienraščiai dalinami veltui.

Šie dalykai gal ir nenulems tradicinės spaudos likimo, tačiau jie buvo labai svarbūs spaudos integravimosi su elektroninėmis žiniasklaidos priemonėmis pradžioje. Spaudos pozicija tuomet tikrai galėjo būti geresnė. Teoriškai ji dar gali būti geresnė, bet veikiausiai, spaudžiami gyvenimo realijų, tradiciniai žurnalai ir laikraščiai ir toliau pasyviai lauks to meto, kai pagaliau reikės persikraustyti į internetą.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Šiuolaikinė spauda ir jos problemos. <http://www.balsas.lt/naujiena/37696/spaudos-dizainas-arba-laikrasciu-kelias-myriop/rubrika:naujienos-projektai-projektasz>

## 2. SITUACIJOS PROBLEMATIŠKUMAS

Jeigu kas nors mūsų paprašytų išvardinti lietuviškus žurnalus, rašančius apie architektūrą, interjero dizainą, ilgai negalvoję pradėtume vardinti bei lankstyti pirštus ant rankų skaičiuodami juos. Tačiau jei mūsų būtų paprašyta išvardinti lietuviškus periodinius leidinius apžvelgiančius ne tik architektūrą ar interjero dizainą, bet ir grafinį, pramonės, art bei kitas dizaino kryptis, kuri laiką pagalvoję turbūt prisipažintume, kad deja įvardinti negalime nė vieno leidinio.

Ne taip jau seniai Lietuvoje prasidėjo statybų bumai. Įvairios paskirties pastatai ėmė dygti vienas po kito. Naujas patalpas reikia įrengti, tokiu atveju buvo labiau kreipiamas dėmesys interjero dizainui. Ką ši dizaino kryptis naujo ir įdomaus galėjo pasiūlyti? Skaitytojus reikėjo informuoti apie tai, kas naujo šiose srityse. Todėl nenuostabu, kad atsirado ne vienas žurnalas rašantis apie statybas, interjero dizainą.

Žmonės perka namus, butus, kreipiasi į interjero dizainerį arba perka spaudos leidinius rašančius apie interjerą ir bando kažką išskirtinio susikurti patys.

Tačiau ar mes nieko nepamiršome? O kur dingio kitos meno šakos: grafinis, pramonės dizainas? Negi Lietuvai aktualu tik statybos ir kaip įrengti tam tikras patalpas? Bevertant žurnalus „Centras“, „Naujas namas“, „Namas ir aš“ ir taip toliau, skaitome, stebime, įsimename vieną, kitą interjero dizainerio ar architekto pavardę. O kiek žmonių pavardžių galėtume išvardinti atstovaujančių grafinį dizainą?

Lietuva maža šalis, nesame pagarsėję savo darbais už savo šalies ribų, gal todėl apie lietuvius dizainerius ir jų darbus taip mažai rašoma, tačiau vertėtų praplėsti savo žinių akiratį bei pamatyti kas naujo ne tik baldų ar šviestuvų pasaulyje.

Kai kurie iš mūsų paprieštarautų sakydami, jog nesam šalis, kurioje gaminami tam tikros markės automobiliai ar kiti daiktai, skirti masinei gamybai, kurių pavadinimas paplitęs už šalies ribų, todėl nebūtina apžvelgti pramonės dizaino.

Grafinis dizainas, sritis, kurioje lietuviai galų gale vis daugiau pasiūlo savo kūrybos darbų, reklamų. Nors televizijoje vis dar pasirodo reklamos, kurtos ne Lietuvoje, o tik lietuviškai įgarsintos, jau pastebėjome ne vieną lietuvišką „produktą“, kurio idėja mums patiko.

Kas mėnesį vis apžvelgdami kas naujo nutiko architektūros ar interjero srityse, nereikėtų pamiršti, „atstumti“ tų, kurių darbus matome kasdien kitose meno srityse. Žmogaus kūryba nesibaigia vien architektūra ar interjeru. Puikių idėjų bei darbų galime pastebėti ir kitose dizaino srityse, tad reiktų plačiau informuoti Lietuvos žmogų, kuri supa daugiau nei stiklinis dangoraižis ar ekologiška kėdė.

### 3. PERIODINIŲ LEIDINIŲ ANALIZĖ

Žurnalų, kuriuose būtų nagrinėjamos įvairios meno sritys viename leidinyje dar neteko matyti. Mat Lietuvoje tokiai spaudai yra skiriamas labai menkas dėmesys. Tuo labiau, kad tokios kaip ir “nėra”. Šiandieną spaudos kioskai mirga nuo žurnalų įvairovės, tačiau dauguma jų yra nieko verti. Tai paprasčiausi skaitalai, o tos nesąmonės ir taip pilna tiek televizijoje, tiek internete.

Iki šiandienos turime keletą žurnalų, kurie rašo apie architektūrą, interjerą, madą ir t.t., bet jie rašo tik apie vieną kurią nors meno šaką. Pastarieji žurnalai nėra skirti plačiam skaitytojų ratui. Nupirkdamas tokį žurnalą paremi geras idėjas, iniciatyvą, tačiau apmaudu kai leidinys tik su keliomis perskaitytomis temomis guli stalčiuje.

Pradėjęs studijuoti pradėjau ieškoti spaudos mane dominančiomis temomis. Viena iš tokių yra žurnalai apie meną. Man pavyzdžiui įdomu daugiau sužinoti apie mus supantį pasaulį, naujas meno idėjas, neišleidžiant tam daug lėšų. Tokia informacija yra naudinga ypač kai studijuoji tokią sritį ir sieji savo gyvenimą su menu, mat sužinai naujoves, tendencijas. Tai yra, tokie žurnalai tau gali pagelbėti daugelyje situacijų. Perskaitęs tokį žurnalą, pamatai ne tik dabartinį pasaulį, bet koks jis buvo ar galbūt bus ateityje.

#### 3.1. Prototipų analizė

Internetu ir spaudos kioskuose radau nemažai žurnalų, tačiau galutinis mano žurnalų sąrašas atrodė taip: „Zine“, „Encore“, „Sleek“, „Centras“ ir „Modern Design“. Visi čia paminėti žurnalai yra leidžiami anglų ir lietuvių kalbomis. Žurnalai yra vienodai geri ir kokybiški, tačiau kiekvienas jų turi tam tikrų ypatybių, kurios patiks ne kiekvienam.

„Zine“ . Turime naują, ganėtinai įdomų projektą zine.lt. Tai – lietuviškas, skaitmeninių žurnalų rinkinys, kurį galite nemokamai užsiprenumeruoti (arba atsisiųsti) keturis žurnalus: No Panic, AutoZine, DesignZine, EroZine. Kiekvienas jų skirtas vis kitai auditorijai.

Šiame žurnale nereikia tikėtis ilgų straipsnių ko iš pradžių tikiesi žurnaluose. Projekto autorių koncepcija šiam projektui tikrai paprasta - kokybiškos nuotraukos ir iliustracijos. Žurnalai sukurti su FLASH technologija, kuri suteikia daug įvairių galimybių, pvz.: žurnalus galima sklaidyti pelytės pagalba kaip tikrus leidinius (su gražiais efektais), galimybė peržiūrėti visus puslapių screenshotus. Nors efektai išpūdingi, bet jie ganėtinai greitai atsibosta ir norisi patogesnio skaitymo mechanizmo.

Skaitmeninių žurnalų rinkinys išsiskiria ne tik savo formatu, bet ir informacijos talpinimo bei reklamos galimybėmis: nuo judančios grafikos iki audio, video reklamos, balsavimo ar registracijos formų. Tad vartotojas tikrai galės gauti interaktyvią reklamą. Peržiūrėjus žurnalus galima teigti, kad

aktyviam internauto naudotojui daugelis nuotraukų bus matytos: Optimus klaviatūra, MacBook Air, Skins.lt pagražinimai ar koks super-automobilis Buggati.

Reikia tikėtis, kad projekto autoriai nepritrūks idėjų naršydami internetą.

Tiesa, pats nemaloniausias dalykas, kad projekto autoriai pamiršo tam tikrą vartotojų nišą, naudojančią MacBook'us, Linuxus. Tad tikrai bus nemažas kiekis nelaimingų vartotojų, prijuočančių



dizainą.<sup>23</sup>

Buvo užduota keletas klausimų projekto kūrėjui. Vienas iš jų: Kaip kilo mintis sukurti tokį projektą?

Praėjusiais metais interneto reklamos rinkos augimas buvo sparčiausias iš visų žiniasklaidos priemonių. Pasaulinė interneto stiprėjimo įtaka palietė ir Lietuvos tradicinę žiniasklaidą, kuri suprasdama interneto svarbą pradėjo didesnę dėmesį kreipti internetinės žiniasklaidos projektams.

Šią tendenciją matėme ir mes, todėl norėjome rinkai pasiūlyti unikalų, dar nematytą leidinio formatą, kuris būtų ne tik išskirtinis skaitytojams, bet ir patrauklus reklamos užsakovams. Prieš pradėdami projektą analizavome rinką, žiūrėjome kokia yra spausdintų ir elektroninių žurnalų pasiūla bei kokie vartotojų įpročiai ir lūkesčiai. Darėme įvairias apklausas, kurių metu paaiškėjo, kad vartotojai yra labiau linkę gauti nemokamą informaciją internete, nei mokėti už tokį patį spausdintą leidinį. Pamatę, kad tokio formato, koks yra [www.zine.lt](http://www.zine.lt) rinkoje nėra, nutarėme startuoti, rinkai pasiūlydami 4 skirtingos tematikos žurnalus.

Kokius žurnalus galite pasiūlyti?

Šiuo metu [www.zine.lt](http://www.zine.lt) svetainėje galite rasti 4 žurnalus skirtingomis tematikomis:

NOPANIC - žurnalas šiuolaikiškam ir energingam 16-24 m. jaunimui apie sportą, mados tendencijas, laisvalaikį, subkultūrą bei muziką.

<sup>23</sup> Zine. <http://www.zilionis.net/2008-02-06/nemokamu-zurnalu-rinkinys-zine/>

AUTO.ZINE.LT - žurnalas moksleiviui ir studentui, specialistui ir direktoriui, automobilizmo mėgėjui ir profesionalui. Žurnalo turinys sudarytas iš kokybiškos, įdomios grafinės medžiagos apie automobilių gamintojus, naujoves Lietuvos bei užsienio rinkose, sportą. Žurnale visada rasite gražiausius, greičiausius, brangiausius pasaulyje automobilius bei motociklus, ateities automobilius, technikos naujoves.

ERO.ZINE.LT - žurnalas vyrams ir ne tik... Žurnale bus erotinės užsienio ir Lietuvos merginų nuotraukos, erotinis menas, supažindinimas su erotikos modeliais.

DESIGN.ZINE.LT - žurnalas skirtas dizaino bendruomenei, reklamos agentūrų darbuotojams, interneto sprendimų kūrėjams, architektams ir visiems besidomintiems naujovėmis Lietuvoje ir pasaulyje. Žurnalo turinį sudarys informacija apie architektūrą, interjerą ir eksterjerą, internetinių svetainių dizainą, produktų dizainą, reklamą, madą.

Kiek jau išleidote žurnalo numerių?

Kiekvienas iš žurnalų jau turi po du išleistus egzempliorius.

Iš kur semiatės tiek idėjų kiekvienam numeriui?

Interneto, naujienų agentūrų bei įmonių pranešimų spaudai.

Išvardinkite iš eilės kokie skaitytojų mėgstamiausi žurnalai.

Ero.zine.lt, Auto.zine.lt. Nopanic ir design.zine.lt parsisiuntimas beveik nesiskiria, todėl kažkurio vieno išskirti negalėčiau.

Ar neplanuojate apmokestinti žurnalų?

Žurnalai ir toliau bus nemokami.

Kuo jūs žurnalai turėtų sudominti skaitytoją?

Tikriausiai ne kartą esate pastebėję, kad nei viename didžiausiame portale nerasite kokybiškos vaizdinės informacijos bei nuorodų, kuriose būtų galima pasiskaityti plačiau apie aprašomą dalyką. Tai yra daroma specialiai, kad vartotojai neišeitų už portalo ribų. Gaila, kad vietoje kokybiškų nuotraukų yra mieliau talpinama nemažai užimanti ir daug kompiuterio resursų valganti reklama.

Mūsų koncepcija yra visai kita. Esame kokybės šalininkai, todėl skiriame dideles pajėgas kontaktuodami su Lietuvos ir užsienio gamintojais, architektais, dizaineriais ir kitomis įmonėmis, kad savo skaitytojams galėtume pasiūlyti nepriekaištingos kokybės, glaustai pateiktą turinį.

Ar jaučiate didelį žmonių susidomėjimą šiuo projektu? Kiek vidutiniškai per mėnesį atsisiunčiama žurnalų?

Jaučiame didelį susidomėjimą tiek iš reklamos užsakovų, tiek iš skaitytojų tarpo. Skaitytojai ne tik parsisiunčia net 20MB užimantį žurnalą, bet ir mielai jį prenumeruoja. Planavome turėti virš 20.000 parsisiuntimų. Šiuo metu jų yra virš 50.000.

Gal galėtumėte išskirti savo pagrindinius konkurentus?

Galėtumėm, jeigu jų būtų. Išskirtinis formatas, informacijos pateikimo ir reklamos galimybės išskiria mus iš kitų žiniasklaidos priemonių tarpo.

Kokie jūsų ateities planai?

Reklamos davėjams esame paruošę galybę funkcionalumų. Tai įvairios anketos, viktorinos, produkto flash prezentacija, video, audio integracijos galimybės. Ką tik baigėme informacijos pateikimo RSS/XML būdu programavimą. Įvairius funkcionalumus plėsimė ir toliau.<sup>30</sup>

**Žurnalas „Encore“** - tai tarptautinis žurnalas, apžvelgiantis tai, kas naujausia šiuolaikiniame mene, dizaine bei video mene. Šis žurnalas kuriamas grupės žmonių iš Vokietijos. Jų tikslas – sekti madas šiuolaikiniame mene, fotografijoje, dizaine, bei video mene.

„Encore“ žurnalo naujas numeris internete pasirodo kiekvieną mėnesį anglų bei vokiečių kalbomis. Šis meną apžvelgiantis leidinys žmones informuoja nuo 2004 metų.

Paskutiniame šių metų „Encore“ žurnale pateikiami geriausi darbai, kurie šiame leidinyje pasirodė 2004 - 2008 metais.

„Encore“ žurnalas nepasižymi didele informacijos gausa. Čia dominuoja vaizdinė medžiaga. Ypač tai pastebima paskutiniame šio žurnalo numeryje, kur 95 procentus sudaro fotografijos, dizainerių darbai, likusius 5 procentus žurnalo sudaro tekstas. Paskutinį šių metų „Encore“ žurnalą galėtume pavadinti „Paroda internete“. Jei nekreiptume dėmesio į pirmuose puslapiuose esančią išangą bei trumpą apibūdinimą ko mes galime tikėtis verčiant sekančius puslapius, tai pastebėsime dažniau parodose sutinkamą variantą: labai trumpas autoriaus pristatymas, nuo dviejų iki penkių sakinių, ir toliau dėstoma pristatyto žmogaus kūrybinių darbų gausa (žr. 1 priedą).

„Encore“ internetinis žurnalas labiau skirtas grafinio dizaino atstovams, fotografams, kadangi šiame leidinyje dominuoja būtent šių dviejų sričių atstovų darbai.

Priešingai nei paskutiniame „Encore“ žurnalo numeryje, ankstesniuose šio žurnalo numeriuose galime rasti daugiau tekstinės informacijos. Tai aprašymai apie tam tikros srities atstovus, jų darbų ir filmuose panaudotų efektų analizės (žr. 2 priedą).

Tai, jog žurnale spausdinama mažai tekstinės informacijos, šį leidinį išskiria iš kitų, mums geriau žinomų, realybėje sutinkamų spaudos leidinių. Tačiau tekstinės informacijos mažuma yra internetinių žurnalų bendras bruožas. Internetiniai žurnalai, priešingai nei realybėje sutinkami leidiniai, pasižymi teksto stoka bei fotografijų ar kitokio stiliaus darbų gausa. Vaizdinės medžiagos pateikimas internetiniame „Encore“ žurnale nesiskiria nuo įprastų spaudos leidiniuose pateikiamų variantų.

---

<sup>30</sup> Pokalbis su Zine.lt projekto vadovu. <http://itverslas.blogas.lt/page/8>



Dažniau esame įpratę matyti dvi ar daugiau fotografijų viename puslapyje, tuo tarpu „Encore“ žurnale dažniausiai sutinkame tokį variantą, kad viename puslapyje, viena fotografija. Pakankamai dažnai fotografijos, ar kitokios iliustracijos pateikiamos per du puslapius (žr. 3 priedą). Tekstinės medžiagos mažai, tuščių vietų puslapiuose atsisakoma palikti, todėl didžioji dalis žurnalo ploto atitenka vaizdinei medžiagai.

Ką „Encore“ pasiūlo, ko negali mums pasiūlyti kiti spaudos leidiniai? Internetinis žurnalas „Encore“ iš kitų žurnalų išsiskiria tuo, kad skaitytojui pasiūlo galimybę išsirinkti aplinką. Nuo pasirinktos aplinkos priklausys ir garsai, kuriuos mes girdėsime vartant žurnalą. „Encore“ siūlo: žiemos, parko, darbovietės, paplūdimio, užšalusio ežero aplinkas. Beveik visos aplinkos, išskyrus darbovietės, ramina bei netrukdo žmogui vartyti, skaityti ar analizuoti leidinyje pateiktus darbus. Tačiau jei garsai trukdo, juos bet kada galima išjungti.

Šio internetinio žurnalo trūkumas tas, jog jį peržiūrėti, skaityti bei domėtis kitų darbais galime tik internete. Jo negalima parsisiųsti į savo kompiuterį, o tai reiškia, kad žmonėms, kuriems labiau patogesnis į rankas paimamas spaudos leidinys, negalės „Encore“ žurnalo atsispausdinti bei skaityti jo bet kur ir bet kada.

**Žurnalas „Sleek“** – tai šiuolaikinio meno ir mados žurnalas. Šis leidinys pasirodo kiekvieną mėnesį. Priešingai nei „Encore“. Žurnalą „Sleek“ galima ne tik parsisiųsti bet ir įsigyti popierinį, mums labiau įprastą variantą.

Šis žurnalas daugiausiai dėmesio skiria madai. Tačiau nepamiršta apžvelgti ir fotografijos, grafinio dizaino, video meno (žr. 4 priedą). Kadangi žurnalas daugiausia dėmesio skiria madai, didžioji dalis iliustracijų yra susijusios su šia dizaino sritimi. Priešingai nei žurnale „Encore“, „Sleek“ pateikia nemažai tekstinės informacijos (žr. 5 priedą).

Verčiant „Sleek“ žurnalo puslapius aiškiai pastebimas pastovus šio leidinio stilius. Kiekvienas naujas straipsnio pavadinimas išlaiko ta patį šriftą, nors ir skiriasi pavadinimo pakrypimo kampas. Bendrą stiliaus išlaikymą parodo kiekviename straipsnio pavadinime esanti ilga tiesi juostelė. Priklausomai nuo pavadinimo, jų gali būti daugiau (žr. 6 priedą).

Žurnalo numeracija neišsiskiria iš kitų žurnalų, tačiau neįprastai ir naujoviškai atrodo kai kuriuose puslapiuose pateikiama „video kadru“ idėja. Puslapio numeracija išlieka, tačiau kiekvieno naujo puslapio dešiniajame kampe, apačioje, galime pamatyti vis naują video medžiagos kadra (žr. 6, 7, 8 priedus).

Žurnalas „Sleek“ lengvai rastų savo skaitytoją, ypač žmonių, besidominčių šiuolaikine mada bei fotografija, rate. Kadangi šis leidinys savo struktūra, iliustracijų išdėstymu beveik neišsiskiria iš mums

labiau žinomų leidinių, tačiau jis taip turėtų patikti ne tik jauniems, bet ir vyresnio amžiaus skaitytojams, kadangi leidinyje gausu tekstinės ir vaizdinės medžiagos.

Išanalizavę keletą prototipų galima teigti, kad tai žurnalai, labiau orientuoti į šiuolaikinį skaitytoją, kuris daug laiko praleidžia prie kompiuterio. Visi žurnalai, gvildena atskiras meno šakas ir skaitytojas, norėdamas daugiau sužinoti apie vieną ar kitą sritį, turi jungtis prie skirtingų tinklalapių. Kai kurie žurnalai internete suteikia galimybę pasirinkti norimą garsinę aplinką.

Visų šių žurnalų privalumas yra tai, kad jie nereikalauja iš skaitytojo finansinių išlaidų. Trūkumas, kad daugelis žurnalų yra užsienio kalba.

### 3.2. Analogų analizė

*Žurnalas „Centras“* kaip ir įprasta daugeliui Lietuvos spaudos leidinių, skiriančių dėmesio dizainui, apžvelgia architektūros ir interjero dizaino naujoves, madas.

Tai leidinys turintis keletą bruožų, kurie išskiria jį iš kitų interjerą apžvelgiančių leidinių, tačiau lyginant su užsienio spauda, „Centras“ tampa „šaltas“, taisyklių suvaržytas eilinis spaudos leidinys.

Visų pirma kas išskiria šį žurnalą iš kitų Lietuvos leidinių – tai formatas. Žurnalas „Centras“ yra kiek didesnis nei kiti panašia tema rašantys lietuviški leidiniai.

Dar vienas aspektas išskiriantis šį žurnalą iš kitų yra tai, jog žurnale „Centras“ galime rasti šiek tiek naujienų apie pramonės dizainą. Šiame žurnale, kaip ir kituose lietuviškuose leidiniuose, dominuoja naujienos, straipsniai apie architektūrą bei interjero dizainą. Džiugu pastebėti, jog kartais skiriamas dėmesys ir jauniems Lietuvos kūrėjams. Sunku rasti Lietuvoje žurnalą, rašantį architektūros, dizaino temomis, kuris dar pažvelgtų ir į jaunųjų Lietuvos kūrėjų darbus. Jei dauguma Lietuvos bei užsienio spaudos leidinių apžvelgia tai kas aktualu pasaulyje šiandien, tai žurnalas „Centras“ nepamiršta pažiūrėti ir į Lietuvos ateitį.

Džiugu, jog „Centras“ sugeba apžvelgti daugiau nei kiti ta pačia tema rašantys leidiniai. Informuoja mus ne tik apie tai, kas naujo architektūroje ar interjero dizaine, bet ir tai, ką galbūt pamiršome – pramoninio dizaino atstovus. „Centras“ apžvelgia vis dar puikiai atrodančius klasikinius automobilius ir kartas nuo karto informuoja mus, ko galime tikėtis pramonės dizaine ateityje.

Jei žiūrėti kaip atrodo šis leidinys užsienyje leidžiamų žurnalų kontekste, tai žurnale „Centras“ pasigendama drąsumo, spalvingumo, šiuolaikiškumo. Kol užsienio leidiniai stengiasi įnešti naujovių, pasižyminčių drąsiomis idėjomis į spaudos leidinius, šis lietuviškas žurnalas lieka ištikimas nusistovėjusioms žurnalo išvaizdos taisyklėms: viskas pateikiama taisyklingai, tvarkingai išdėstytos naujienos, dažniausiai ryškiai juodi užrašai, nusakantys straipsnio pavadinimą, bei tvarka nesiskundžiantis iliustracijų išdėstymas.

Daugelis prieštarautų sakydami, kad žurnalas, rašantis apie architektūrą bei interjero dizainą, kur egzistuoja griežtos taisyklės, privalo pasižymėti griežta tvarka, taisyklingu informacijos išdėstymu. Tačiau ar netūrėtų spaudos leidinys, apžvelgiantis tai kas naujausia dizaino pasaulyje, informuojantis apie jaunųjų Lietuvos kūrėjų darbus, būti labiau šiuolaikiškesnis, spalvingesnis, labiau artimas šiuolaikinio gyvenimo ritmui?

Žurnalą „Centras“ kol kas galime vadinti geriausiu lietuvišku leidiniu, apžvelgiančiu tai kas naujo architektūros bei dizaino pasaulyje. Tai leidinys, kuriame gausu tiek tekstinės, tiek vaizdinės informacijos, informuojantis ne tik mus, tačiau suteikiantis galimybę šiame žurnale pateiktą informaciją perskaityti Lietuvoje besilankantiems užsienio piliečiams, kadangi kai kurie lietuviški tekstai pateikti žurnale anglų kalba jau tapo įprastu reginiu.

„*Modern Design*“ – tai ispanų žurnalas, kuriame apžvelgiama ne tik futuristinė, modernioji architektūra, bet ir dauguma dizaino sričių.

Šį leidinį gali pavartyti ne tik internete, bet ir užsisakyti mums labiau priimtina, popierinį variantą.

Įvairias kūrybines sritis apžvelgiantis „Modern Design“ teksto ir iliustracijų kiekiu ne itin išsiskiria iš panašaus tipo užsienio leidinių. Žurnale daug tekstinės informacijos, vaizdinės medžiagos taip pat gausu.

Žurnalo pradžia nieko naujo nepateikianti: redaktoriaus žodžiai, turinys. Tačiau tai, kas seka po šių dviejų įprastų žurnalams dalykų, labiau išskiria šį leidinį iš kitų.

Verčiant sekančius „Modern Design“ puslapius, mus pasitinka spalvingi temų, straipsnių, naujienų užrašai (žr. 9 priedą). Tai tik labiau pabrėžia žurnalo kilmę.

Pats žurnalo stilius gali pasirodyti kiek neįprastas prie lietuviškos spaudos įpratusiam skaitytojui. Esame pratę vartyti spaudą, nepasižyminčia įmantriu iliustracijų išdėstymu, kaloringais pavadinimais prasidedančių straipsnių ar visiškai kitokia struktūra nei daugelis mūsų žurnalų.

„Modern Design“ galbūt daugiau dėmesio skiria architektūrai, tačiau šiame žurnale galime rasti nemažai informacijos apie grafinį, interjero, mados, pramonės dizainą. Žurnalas drąsiai žvelgia bei analizuoja ateities vizijas, pateikdamas gana daug informacijos apie tai ko galime sulaukti netolimoje ateityje.

Jei modernioji architektūra šiame leidinyje užima didžiąją dalį pateikiamos informacijos, dizainas nelieka užmirštas. Daugelis žurnalų pasirenka ir susikoncentruoja ties viena dizaino kryptimi, pavyzdžiui interjero dizainu. Tai nebūdinga „Modern Desing“. Čia galime rasti naujienų apie keisčiausias formas pritaikytas interjere, straipsnius apie inžinierių, dizainerių sukurtus laivus, apie

naujausias technologijas ir ekologiškiausias medžiagas pritaikytas pramonės dizaine bei vis kažką naujo pateikiantį grafinį dizainą (žr. 10 priedą).

„Modern Design“ išsiskiria ne tik tuo, kad apžvelgia architektūrą, dizainą, tačiau ir savo pateikimo sistema. Pervertus žurnalą pirmą kartą, būna kiek keista, kadangi žurnalas pasižymi kiek kitokiu koloritu nei mes esame pratę matyti, drąsiai bei neįprastose formose patalpintą tekstą „lipantį“ ant iliustracijų (žr. 11 priedą). Žurnalas daugeliui gali pasirodyti šiek tiek netvarkingas, per daug spalvingas, neįprastas dizainą apžvelgiančioje spaudoje, tačiau būtent tai daro „Modern Design“ išskirtiniu.

Esame pratę matyti tvarkingai išdėstytas iliustracijas, tekstą, ryškiai juodus straipsnių pavadinimus, bei pateikimą apie tai, su kuo susiduriame kiekvieną savo gyvenimo dieną. „Modern Design“ lyg spjauna į tvarką bei nusistovėjusias taisykles ir spaudos nustatytus rėmus, taip galbūt bandydamas skaitytojui parodyti, koks yra šiandieninis mūsų gyvenimas bei kas mūsų laukia ateityje. Žurnale mus pasitinka į apskritimus patalpintas interviu, žaismingu iliustracijų išdėliojimu pasižyminti naujienų skiltis bei į neįprastas, galbūt kiek chaotiškas, tačiau vis dar į griežtas formas patalpinti straipsniai, analizės apie drąsius, kartais išsišokančius kūrėjų darbus (žr. 12 priedą).

„Modern Design“ savo žurnalo struktūra lyg bando parodyti, kad mus supančioje aplinkoje keičiasi ne tik architektūra, dažnai naudojami daiktai, bet ir spauda, prie kurios tenka prisitaikyti, kaip prisitaikome prie kintančio gyvenimo ritmo bei modernesnės aplinkos.

### **3.3. Žurnalai internete**

Per tam tikrą laiką daug kas pasikeitė: architektūra, įvairūs apyvokos daiktai, gyvenamoji aplinka. Pasikeitė ir spauda. Dabar yra didelės galimybės jei ne namuose, tai daugelyje viešų vietų pasinaudoti internetu. Todėl laikraščiai ir žurnalai nusprendė, atsižvelgus į šiuolaikines technologijas egzistuoti vien popieriniame variante neužtenka ir nėra prasmės.

Kai kurie internetą įvardija kaip didžiausią priešą, kuris sunaikins šiuolaikinę, įprastą spaudą. Tačiau įvairiems leidiniams internete atsiveria įvairios galimybės.

Turbūt reikėtų paklausti: kuo šiuo metu internete pateiktas periodinis leidinys skiriasi nuo to, kurį mes įsigyjame spaudos platinimo vietose?

Tiek internetinis, tiek įprastas periodinis leidinys skirtumų turi mažai. Abiejuose variantuose yra pakankamai tekstinės, vaizdinės informacijos. Reklama egzistuoja tiek viename, tiek kitame variante. Tiesa, internete pateikiamuose laikraščiuose, žurnaluose reklamos yra daug mažiau. Kodėl? Todėl, kad internete pateiktas periodinis leidinys tampa realiame gyvenime leidžiamo laikraščio ar

žurnalo reklama internete. Juk yra begalės tokių žurnalų, kuriuos galime nemokamai užsiprenumeruoti internete, juos parsisiųsti, perversti, pasiskaityti apie tai kas mus domina ir tada nuspręsti ar įpirkti popierinį leidinio variantą ar ne. Tiesa, kai kurie internete patalpinti žurnalai nepateikia visų puslapių, kuriuos galime rasti popieriniame variante, taip lyg skatindami įsigyti spaudos platinimo vietose esantį žurnalą.

Internetiniai leidiniai prieš įprastus mums spaudos leidinius turi dar vieną pranašumą. Tai video reklama. Trumpa, tačiau tai vis dėlto video reklama. Juk video formate pateikta reklama, nors ir iki vienos minutės trukmės, mums gali suteikti daugiau informacijos nei viena A4 formato reklama išspausdinta žurnale ar laikraštyje.

Kadangi internetiniai žurnalai gali būti skaitomi tik naudojantis kompiuteriu, tai leidžia žurnalo kūrėjams panaudoti minimalius efektus. Tam tikri panaudoti kompiuteriniai efektai įgalina internetinį žurnalą tapti šiek tiek gyvybiškesniu, kaip pavyzdžiui tam tikrose iliustracijose išvelgiamas minimalus žmogaus judesys.

Internetinių žurnalų kūrėjai žino, kad paprastas žmogus spaudos kioskelyje nusipirkęs žurnalą ar laikraštį ir atsėdęs jo paskaityti parkelyje ant suoliuko, negalės grožėtis gamta ir jos teikiamais malonumais. internetinių žurnalų kūrėjai tai bando kompensuoti, pateikdami skaitytojui pasirinkimą. Prieš pradėdami versti bei skaityti žurnalą, mes galime pasirinkti aplinką, kuri mus sups skaitant dominančią informaciją, garsus, kuriuos girdėsime beanalizuojant tam tikro autoriaus darbus. Tad galime ramiai sėdėti namuose bei vartyti norimą žurnalą kai mus supa norima aplinka. Atsižvelgiant į tai, kaip tobulėja mus supančios technologijos, išpėja mus apie tokių leidinių, kurie patalpinami informacinėse technologijose, progresą bei didesnes jų galimybes. Įprasta mums spauda neturėtų išnykti, tačiau internetiniai žurnalai ateityje taps vis patrauklesni bei įdomesni žmogaus akiai nepaisant kokio amžiaus jis būtų.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Žurnalai. <http://www.d-earle.com/> <http://www.magwerk.com/>

#### **4. KURIAMO PERIODINIO LEIDINIO POREIKIS BEI JO PRITAIKOMUMAS**

Kuriamas periodinis leidinys šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams „Factūra“ – tai periodinis leidinys skirtas ne tik jaunajai kūrėjų kartai, bet ir tiems, kurie jau turi kūrybinės patirties architektūros, fotografijos ar dizaino srityse. Tai žurnalas informuosiantis Lietuvos žmones apie tai, kas naujo šiuolaikinėje modernioje architektūroje, ką drąsaus bei naujo sukūrė pasaulyje pripažinimo sulaukę dizaineriai, bei ką naujo ruošia jaunoji dizainerių karta.

Atsižvelgiant į tai, kad Lietuvoje egzistuoja spaudos leidiniai apžvelgiantys tik architektūrą ar interjero dizainą, jaunesiems kūrėjams, būsimiems architektams, dizaineriams trūksta informacijos apie naujoves bei drąsius sprendimus grafinio, pramonės dizaino srityse.

Kai atlikau pedagoginę praktiką mokykloje, teko bendrauti su vyresniųjų klasių moksleiviais. Paklausus dvyliktokų, kurie apsisprendė studijuoti dizaino specialybę, kuo jie norėtų būti baigęs studijas. Didžioji dalis atsakė, kad interjero dizaineriais. Kodėl? O todėl, kad turime ne vieną spaudos leidinį rašantį apie interjero dizainą. O apie kokias dizaino kryptis dar rašoma? Todėl daugelis dar tik besiruošiančių studijuoti jaunuolių net nežino kas yra grafinis, pramonės dizainas, kitos meno šakos, net nesugeba priskirti darbų šioms dizaino kryptims. Taip, daugelis žino, kad egzistuoja rūbų dizainas, nes apie tai net kuriamos laidos Lietuvoje. Daugelis žino kas yra interjero dizainas, nes prekybos centruose, spaudos kioskuose galime išvysti ne vieną ta tema rašantį periodinį leidinį. Todėl jaunas žmogus, paklaustas ar žino kas yra grafinis, pramonės dizainas, kurį laiką pagalvojęs dažniausiai lepteli kokią nors nesąmonę. Kodėl taip yra? Todėl, kad žmonės neinformuoti apie tai, jog dizainas tai ne tik rūbai ir interjeras.

Egzistuoja ir dar viena problema. Ne kartą teko girdėti Lietuvos studentų, studijuojančių dizaino specialybę, apie tai, kaip trūksta informacijos lietuvių kalba apie grafinį, rūbų, pramonės dizainą ir t.t. Kadangi mūsų šalies leidiniai pateikia informaciją labai ribotai, tik apžvelgia kas kaip įsirengė naują būstą, studentui belieka keliauti į bibliotekas ir pasitelkti užsienio leidinius. Norint plačiau sužinoti apie įvairias meno kryptis literatūros lietuvių kalba, rasti sunkoka. O ką daryti tiems, kurie nesupranta anglų, rusų ar kitų užsienio kalbų?

Nepamirškime ir tų, kurie dar tebesėdi mokyklos suole ir vis dar kankina save negalėdami apsispręsti ką studijuoti. Juk laisvu laiku mokinys nuėjęs į mokyklos biblioteką ir į rankas paėmęs žurnalą apie dizainą, kurių bibliotekose nelabai daug jau ir rasi, turbūt tikisi išvysti kažką daugiau nei naują baldų kolekciją. Galbūt interjero dizainas jo nedomina, tačiau gal sudomintų grafinio ar pramonės dizaino darbai, fotografija, architektūra?

Tenka pripažinti, jog esame informuojami apie tai kas naujo Lietuvos ar užsienio interjero dizaino pasaulyje, tačiau nieko lietuviško negalime pasiūlyti besidominčiam mokiniui ar studentui, kurį domina kitos dizaino kryptys.

Žurnalas „Factūra“ stengiasi užpildyti šią spragą. Šiuo periodiniu leidiniu siekiama informuoti įvairaus amžiaus kūrėjus, ieškančius lietuviškos informacijos apie tai, ką naujo bei drąsaus siūlo šiuolaikinis kūrybos pasaulis.

„Factūra“ – tai periodinis leidinys, siekiantis tapti ne tik kūrybingo žmogaus informaciniu bet ir pilnu idėjų šaltiniu.

#### **4.1. Periodinis leidinys „Factūra“, kaip komunikacijos erdvė**

Žurnalas „Factūra“, kaip komunikacijos erdvė yra viena iš kūrybinio gyvenimo veiklų, kurias kiekvienas atpažįsta, bet mažai kas gali bent kiek tiksliau apibrėžti. Kūrybinė komunikacija - tai pokalbis, televizija, informacijos platinimas, literatūros kritika ar mūsų šukuosena - sąrašas be pabaigos.

Meno sferoje sudėtingiau, nes yra labai daug kalbų. Meninės kultūros tikslas: meninis-vaizdinis pasaulio pažinimas. Kadangi toks pažinimas modeliuoja ne dalį, o visumą, tai jos priemonės yra daug sudėtingesnės. Skirtinguose istoriniuose tarpsniuose vienos ar kitos kalbos labiau išsivystė. Kadangi semiotikos teorijai yra svarbus ne pats komunikacijos procesas, bet komunikacijos reikšmių kūrimas, tai ir kalbos yra klasifikuojamos pagal tai, koku principu jos yra kuriamos.

Vizuali kalba yra kuriama vaizdinėmis priemonėmis ir formomis, skirtomis viešai ir individualiai informuoti žmogų, padėti jam susiorientuoti. Pagrindinės veiklos sritys, kuriose naudojama vizuali kalba, yra tipografija, animacija, fotografija, videomenas bei grafinis dizainas. Mane domina pastaroji sritis ir vizualios kalbos panaudojimas kuriant, vertinant ir suvokiant grafinį dizainą.

Iliustruoti leidiniai, atsižvelgiant į iliustracijas, gali būti dviejų tipų: su įklijomis, t. y. toks leidinys, kuriame iliustracijos dedamos (gali būti ir spausdinamos, dažnai ant kitokio popieriaus) atskirai, nesiejant jų vietos su konkrečiu tekstu - nuoroda į tą iliustraciją; leidiniai, kuriuose iliustracijos savo turiniu bei vieta glaudžiai susijusios su konkrečiu tekstu.

Iliustruotos medžiagos maketavimas - tai sudėtinga kompozicinė problema, kurią sprendžiant reikia didelio išradingumo bei meninio skonio. Iliustracijos turi būti išdėstytos pagal tam tikrą schemą, įvertinant jų tarpusavio „svorį“. Šią užduotį apsunkina tai, kad iliustracijų išdėstymas negali būti sprendžiamas atskirai, nesiejant jų su tekstu. Jeigu to nepaisoma, tai bet kokia kompozicinė schema tampa formalumas. Galima sudėti iliustracijas šalia teksto, su kuriuo jos neturi jokio ryšio. Vizualiai

gal ir gerai atrodys, tačiau skaitytojas tokio sprendimo būdo tikrai nesupras. Maketuoju tekstą su iliustracijomis, buvo stengiamasi, kad skaitytojas galėtų lengvai naudotis iliustruota medžiaga.

## **4.2. Socialinio dialogo svarba leidinyje**

Periodiniu leidiniu „Factūra“ siekiama: skatinti skirtingų socialinių grupių bendravimą, tarpusavio supratimą; aktyviai keistis naujomis žiniomis ir socialiniams partneriams aktualia informacija. Darniai visuomenės raidai būtinas ne tik ekonominis, socialinis, bet ir kultūrinis veiklumas bei aktyvumas.

Menas kaip socialinis reiškinys visais laikais domino sociologus, meno teoretikus ir pačius menininkus.

Meno paskirtis - harmonizuoti gyvenimą, tobulinti žmonių bendravimo formas, todėl „menas neišvengiamai būna socialus“ (Gaižutis A., 1998). Meninėje praktikoje kultūrinė veikla ir menai suprantami kaip specifinės priemonės, kurios komunikacijai, išgyvenimui ir ekspresijai suteikia formą ir išraišką. (Šinkūnienė J. R., 2003).

Norint ką nors pakeisti gyvenime, pirmiausia tai reikia diegti leidinyje. Todėl periodiniame leidinyje „Factūra“ kultūrinė veikla ir menai suprantami kaip specifinės priemonės, kurios komunikacijai, išgyvenimui ir ekspresijai suteikia formą ir išraišką. Jame sujungiamos meno ir dailės šakos, kurios vienija visus menu besidominčius žmones.

## **4.3. Individualizacijos, kaip didaktinės sistemos taikymas periodiniame leidinyje „Factūra“**

Mano darbo problematika kilo iš suaugusiųjų meninių ypatybių, ugdomosios sąveikos, kai suaugęs žmogus, dalyvaudamas meniniame vyksme, kuria, interpretuoja, vertina meno kūrinį atsižvelgdamas į asmenines, individualias menines žinias, gebėjimus, įgūdžius, įgytą sociokultūrinę patirtį, susikurdamas ir taikydamas savitą būdą - stilių.

Individualizavimas - didaktinė sistema, pabrėžianti individualų požiūrį į žmogų ir sudaranti sąlygas kiekvienam dirbti individualiu stiliumi, pagal savo galimybes.

Šiuolaikinio gyvenimo individualizacija yra savęs, kaip individualybės, atskleidimo procesas. Akivaizdu, kad žmogus, kaip individualybė, skleidžiasi visą gyvenimą.

Mokslinės literatūros šaltinių ir duomenų analizė leidžia teigti, kad šiuolaikinio gyvenimo individualizacija - žmogaus tapimas individualybe. Tokiai savikūrai svarbi aktyvi meninė bei socialinė veikla.



Šiuolaikinio gyvenimo individualizacija ypatinga tuo, jog remiasi asmens išskirtinumu meninėje veikloje, nes meninė veikla kiekvienoje situacijoje yra nepakartojama. Šiuolaikinio gyvenimo individualizacija būtina periodiniame leidinyje „Factūra“, nes asmenybei būdinga kūrybinė, subjektyvi išraiška. Šiuolaikinio gyvenimo individualizacija svarbi meno kūrinio, kūrėjo ir suvokėjo santykių dalis, tie santykiai - meninio proceso dalis.

Apibendrinami galime teigti, kad šiuolaikinio gyvenimo individualizacija yra kūrybos stilius (kai kuria vienas asmuo), kuriam nėra ribų. Šiuolaikinio gyvenimo individualizacija periodiniame leidinyje „Factūra“ funkcionuoja: 1) kaip asmenybės meninės sklaidos veiksnys; 2) kaip meninio organizavimo principas; 3) kaip asmens sociokultūrinės integracijos prielaida.

#### **4.4. Žurnalo tipologinis modelis**

Lietuvoje jau susidarė kelios žurnalinių leidinių grupės, formuojasi tam tikra žurnalinės periodikos sistema. Tačiau pastaraisiais metais tas procesas vyksta gana stichiškai. Nauji žurnalai dažniausiai steigiami be rimtesnės periodinių leidinių rinkos analizės, kokių nors skaitytojų auditorijos tyrinėjimų, todėl ne visi jie ilgiau išsilaiko, suranda savo vietą gausioje periodikos šeimoje. Žurnalų steigėjai, leidėjai bei redaktoriai kartais ne tik neturi reikiamų žinių apie būsimus savo leidinių skaitytojus, bet ir nelabai įsivaizduoja, koks turėtų būti žurnalas (jo turinys, struktūra, medžiagos pateikimo būdas), kad geriau patenkintų vienos ar kitos skaitytojų grupės poreikius.

Kaip žinoma, modeliu laikomas kokio nors realaus objekto - daikto, reiškinių, proceso, sistemos - supaprastintas (apibendrintas) analogas, dirbtinis daikto (pavyzdžiui, leidinio) atgaminys, panašus į maketą. Modelyje atvaizdavus objekto struktūrą, savybes, ryšius, galima geriau suprasti jo funkcionavimo ypatumus ir realias galimybes. Analizuojant modelį, galima gauti ir daug naujos, vertingos informacijos apie patį objektą (Amosov N.M., 1965.). Naujo modelio, atitinkančio tyrinėjamą objektą, kūrimas ir jo analizavimas leidžia gauti duomenų, iš esmės keičiančių požiūrį į konkretų daiktą ar sistemą, išryškinančių jo savybes ir ypatumus.

Kompozicinio-grafinio modelio pagrindu buvo sudaromas periodinio leidinio „Factūra“ bendrasis modelis, reglamentuojantis tematiką, struktūrą ir apipavidalinimą. Naudojantis bendruoju žurnalo modeliu, kuris turi aprašomojo teksto, maketų rinkinio pavidalą, labai lengva nustatyti nuolatinių skyrelių, rubrikų, teminių puslapių periodiškumą bei vietą, šriftų dydį ir iliustracijų formatą, racionaliai išdėstyti tekstą ir iliustracijas atskiruose puslapiuose ir visame leidinyje. Tai labai svarbu dabar, kai žurnalų medžiagos rengimui, redagavimui, spausdinimui bei maketavimui naudojami kompiuteriai, kiti naujausi elektroniniai įrenginiai ir šiuolaikinės leidybinės bei redakcinės sistemos.

Remiantis teoriniais žurnalistikos darbais, Lietuvos žurnalinės periodikos (nuo jos atsiradimo iki šių dienų) tyrinėjimais, dabartinių šalies mokslinių, specialiųjų bei universalių žurnalų analize, buvo sudaryta šiuolaikinio žurnalo tipologinių požymių sistema, į kurią įeina 12 šio periodinio leidinio tipą lemiančių elementų. Trys iš jų laikytini pagrindiniais žurnalo tipą formuojančiais požymiais. Tai - leidinio tikslai ir uždaviniai, tematika ir problematika, skaitytojų auditorija. Suformuotą žurnalo tipą praktiškai realizuoti padeda šeši antriniai tipologiniai požymiai: steigėjas, leidėjas ir redakcija; autorių kolektyvas; publikacijų žanrai; žurnalo stilius (medžiagos pateikimo būdas); vidinė struktūra; apipavidalinimas. Dar labiau priklausomi yra trys likę (formalieji) požymiai - žurnalo periodiškumas, apimtis ir tiražas. Tiesa, ir antriniai, ir formalieji tipologiniai elementai taip pat yra svarbūs ir būtini, kai apibūdinamas konkretaus žurnalo tipas (Urbonas V, 1989).

Naudojantis aprašytu orientaciniu modeliu, lietuvių žurnalinės periodikos raidos tyrimo rezultatais ir pastarojo laikotarpio universalių žurnalų turinio bei struktūros analize, buvo sudarytas periodinio leidinio šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams „Factūra“ tipologinis modelis, susidedantis iš 12 šio tipo žurnalą apibūdinančių parametų.

1. **Tikslai ir uždaviniai:** pagrindinis tikslas – supažindinti Lietuvos jaunimą bei meno srities atstovus su šiuolaikinio meno naujovėmis; svarbiausi uždaviniai - informuoti apie atliktų kūrybinių darbų rezultatus, propaguoti šiuolaikines technologijas, analizuoti svarbiausias kūrybinės veiklos srities problemas, siekiant jas racionaliai išspręsti, teikti informaciją apie šiuolaikinio meno sritis ir kūrybinius darbus, ugdyti šiuolaikinę jų mąstyseną.
2. **Tematika ir problematika:** menas; pagrindinė leidinio problema - šiuolaikinių technologijų, faktūrų ir medžiagų įvedimo bei naujų kompozicinių elementų panaudojimo stoka periodiniuose leidiniuose.
3. **Skaitytojų auditorija:** jaunimas, meno ir dailės šakų specialistai.
4. **Leidėjas:** spaustuvė „Bruknė“, „Reklamos dirbtuvės“.
5. **Autoriai:** vadovas, autorius.
6. **Publikacijų žanrai:** straipsnis (teorinis-praktinis, apžvalginis, diskusinis), interviu, fotoreportažas, apžvalga, vaizdelis, straipsniai sudaro iki 50 procentų visų publikacijų (tarp jų numeryje bent vienas probleminis ar diskusinis straipsnis); kiekviename numeryje turi būti interviu ar fotoreportažas.
7. **Žurnalo stilius:** informacinis, su iliustracijomis.
8. **Žurnalo struktūra:** nuolatinės rubrikos, atspindinčios leidinio tematiką ir problematiką, laikinos rubrikos aktualiausioms temoms ir svarbiems įvykiams pažymėti, nuolatiniai skyreliai, parodantys rašinių paskirtį.

9. **Apipavidalinimas:** iliustracijos (paprastos ir spalvotos) - nuotraukos, piešiniai, brėžiniai; tekstų ir antraščių šriftas - kelių kegelinių dydžio, tekstas maketuojamas 2 arba 3 skiltimis; pirmajame viršelio puslapyje – autoriaus žodis, antrame - spalvota arba paprasta fotografija, piešinys arba jų montažas, trečiajame bei kituose vidiniuose puslapiuose - iliustracijos užima nuo 5 iki 20 procentų leidinio ploto (priklausomai nuo žurnalo tematikos ir profilio).
10. **Periodiškumas:** nuo 4 iki 8 numerių per metus.
11. **Apimtis:** nuo 40 iki 50 puslapių.
12. **Tiražas:** nuo 1000 iki 5 000 egzempliorių.

#### 4.5. Periodinio leidinio „Factūra“ struktūra ir ideologija

Žurnalas atlieka misiją, siekiančią ugdyti intelektualų, kūrybiškai mąstantį žmogų (jaunimą), puoselėjantį meno vertybes.

- Analitiškumas.
- Dėmesys skaitytojui.
- Informacijos ilgaaamžiškumas straipsniuose.
- Jaunatviškas idealizmas.
- Kūrybiškumas.
- Turinio kokybė.
- Vizualinio pateikimo originalumas.
- Žurnalistikos etikos laikymasis (aiški straipsnių, fotografijų, piešinių autorystė, nesikišama į privačius interesus ir kt.).
- Žurnalo kūrėjų vertinimas.

Periodinio leidinio „Factūra“ dizaino sukūrimas buvo vienas iš tikslų šiame projekte. Atlikta analogų analizė „Centras“, „Modern Design“, Fiel Ch&P. Graphic Design Now (Kioln: Tashen, 2006), Communi-cationArts (2007), Grapis (2004), Novum (2006) ir t.t. padėjo išsiaiškinti reikalavimus, kurie yra keliami žurnalų leidybai. Pagal apibendrintą medžiagą buvo nuspręsta, kad šis objektas turi patraukti vartotojo dėmesį savo aiškiu dizainu. Pasak Tapani Huovila, „mes gyvename sąmoningai ir nesąmoningai stebėdami mus supantį pasaulį. Suvokiame aplinkos proporcijas, formas ir spalvas. Pastarosios ir sudaro vizualinių signalų suvokimo sistemą. Nuo jų priklauso tai, kad vienos žinios atrodo malonios ir įdomios, kitos neskoningos ir nuobodžios" (Gurskas A, 2007).

Pagrindinis reikalavimas žurnalui yra, kad kompoziciniai sprendimai netrukdytų informacijos įsisavinimui. Periodinio leidinio „Factūra“ struktūra komponuota paprastai ir aiškiai.

Periodiniame leidinyje pateikiami penki skyriai, susiję su dizainu, architektūra bei fotografija:

1. Pramoninis dizainas:
  - automobilio BMW GINA koncepcija;
  - Misija Vienas – elektra varomas motociklas.
2. Interjeras:
  - Villa Moda – prabangi parduotuvė Katare;
  - Lyg iš pasakos – “Nusipirksiu gėlių pati sau” baldų kolekcija.
  - “Fifth Avenue Shoe Repair” parduotuvė Švedijoje.
  - Kultūros fabriko “Elnias” projektas.
3. Architektūra:
  - Danijos paviljonas 2010 metų EKSPŪ parodoje, Kinijoje;
  - Franklino 5 – prabangus gyvenamasis pastatas Niujorke.
4. Grafinis dizainas:
  - pašto ženklų kolekcija, skirta paminėti D. Britanijos dizaino 20 – mečiui.
5. Fotografija:
  - interviu su jauna fotografe Birute Zygmantaite.

Žurnale esančios temos, straipsniai parinkti neatsitiktinai.

„BMW Gina“ – tai „BMW“ dizaino grupės sukurtas automobilis, kuris visų pirma išsiskiria tuo, kad gali keisti formą. Šiuo straipsniu nebuvo norima parodyti, kad tai dar vienas naujas „BMW“ automobilis. Tikslas buvo parodyti, jog kūrėjai gali kurti automobilius išvaizdai naudojant ne tik metalą, bet ir tam tikras tamprias medžiagas, kurių dėka tam tikros transporto priemonės ir ne tik, galėtų keisti savo formą.

„Misija Vienas“ – galbūt tai per daug iš kitų neišsiskiriantis motociklas. Tačiau ši transporto priemonė išskiria save iš kitų ne tik keletu įdomių aerodinaminių sprendimų dėka, bet ir tuo, jog tai elektra varoma transporto priemonė, galinti pasiekti 240 km/h greitį. Šiuo motociklu norima parodyti, kad tokia transporto priemonė gali būti ne tik graži, bet ir draugiška gamtai. Taigi šiame motocikle suderinti keli dalykai – išskirtinis dizainas bei ekologiškumas.

„Villa Moda“ – prabanga spindinti rūbų parduotuvė Karate. Jei ne kiekvienam teko pabuvoti prabangioje parduotuvėje, tai tikrai esame matę vitrinose stovinčius manekenus. „Villa Moda“ iš daugelio parduotuvių išsiskiria ne tik prabanga, bet ir savo manekerais. Vieni iš jų su galvomis, kiti ne. Vieni stovi greta sukabintų rūbų, tuo tarpu kiti supasi, kabo tam tikrose, juoda ir balta spalvomis išsiskiriančiose patalpų vietose. Kad išskirti manekenus iš mums jau matytų, dizaineris Marcelas

Wandersas kai kurių manekenu galvas nusprendė pakeisti veidrodžiais, kad pažvelgę į juos, matytum ne plastikinį veidą, o save.

„Lyg iš pasakos“ – tai paprastumu bei išvaizda išsiskiriantys interjero elementai, sukurti ir pademonstruoti Nika Zupancos parodoje „Nusipirksiu gėlių pati sau“. Kolekcijoje rasime ne tik juodą baltais taškeliais lėlių namą, bet ir sofas, šviestuvus bei kišeninius laikrodžius primenančias mini keptuvėles.

„Kur perkam batukus...“ – tai „Fifth Avenue Shoe Repair“ parduotuvė neseniai atkeliavusi į Stokholmą, Švediją. Ši rūbų parduotuvė išsiskiria ne tik akinančia balta spalva, bet ir tam tikrų interjero elementų forma. Kaip pavyzdį galėtume paimti lentynas, kurios primena į apačią besileidžiančius ir besisukančius laiptus.

„Kitoks Elnias“ – tai straipsnis apie Šiaulių Universiteto, Menų fakulteto, Dizaino magistrių Dianos Radevič ir Vaidos Misulytės - Sugaudės interjero projektą, skirtą Šiaulių kultūros fabrikui „Elnias“. Projektas lyg ir nurodo kryptį, kuria turėtų būti prikeltas šis visuomenės užmirštas objektas.

„Danija Kinijoje“ – tai Danijos paviljonas, kuris turėtų atstovauti šaliai 2010 metais įvyksiančioje Expo parodoje, Kinijoje. Daugelis Expo paviljonų išsiskiria išvaizda. Ne išimtis ir šios šalies objektas, kuris išsiskirs ne tik išore, bet ir vidumi – interjeru. Naktį prašvisiantis bei daugeliui priminsiantis Danijos miestų fragmentus, paviljonas viduje mus pakvies pasivažinėti su itin populiaria šioje šalyje transporto priemone – dviračiu.

„Franklino 5“ – tai New York'e esantis pastato projektas, kurio pavadinimas kilo nuo adreso, kuriame ir randasi išvaizda iš kitų neišsiskiriantis objektas – Franklino 5. Tiesa, įgyvendinus visas idėjas, gyvenamasis namas nuo kitų greta esančių pastatų skirsis ne tik interjero sprendimais bei prabanga, bet ir modernia balkonų, mansardų išvaizda.

„Britams jau 20“ – ši Didžiosios Britanijos Karališkojo pašto išleista ženklų kolekcija, daugeliui britų, ir ne tik, turėtų priminti ką šios šalies dizaino atstovai sukūrė bei pristatė pasauliui. O pašto ženkluose išvysime gerai žinomus dizaino objektus, tokius kaip: automobilį „Mini“, garsųjį keleivinį lėktuvą „Concorde“, mini sijonėlį bei daugelį kitų žymių dizainerių sukurtų daiktų.

„Portretas – tai interviu su jauna bei talentinga, jau ne vienoje parodoje dalyvavusia fotografe Birute Zygmantaite.

Skyrių bei poskyrių puslapius puošia ne tik pavadinimai bet ir paprastos iliustracijos bei skyrių ženkliukai, vienas nuo kitų besiskiriantys pavadinimu ir spalva.

Žurnale „Factūra“ esančiuose straipsniuose pateikiama ne tik informacija apie naujausias bei moderniausias idėjas, bet ir nepamirštami jaunieji kūrėjai, pilni įvairiausių planų ir idėjų. Apžvelgiami

ne tik žymių firmų, kompanijų dizaino, architektūros objektai, bet ir jaunųjų dizainerių, fotografų darbai.

## 4.6. Teksto komponavimas

Rengiant leidinį spaudai, reikėjo išspręsti daug uždavinių, iš kurių galima išskirti 3 pagrindines teksto komponavimo problemas:

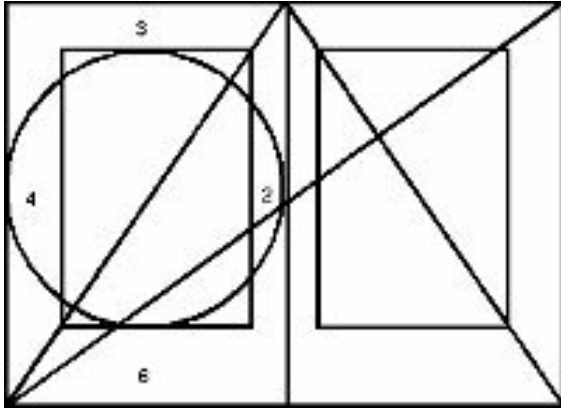
1. Vieta lape.
2. Tarpai tarp teksto elementų.
3. Šriftas ir stilius.

### 4.6.1. Teksto bloko projektavimas

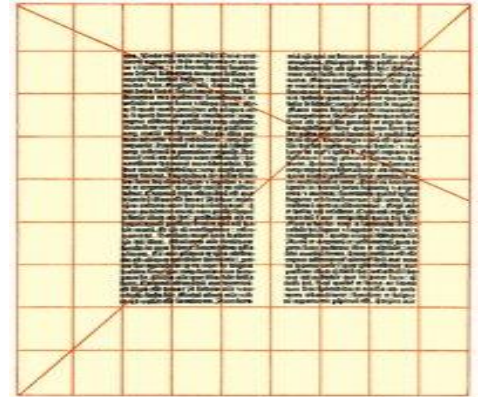
Paraštės ir tarpai tarp stulpelių padeda apriboti tekstą ir suskirstyti jį dalimis - *teksto blokais*. Jų išvaizdai svarbu, ar tinkamai parinktos paraštės, puslapio numerio vieta, eilutės ilgis, lygiavimo būdas, žodžių kėlimas. To pačio teksto blokų dydžių santykis ir šriftų dydžių santykis bei pobūdis puslapyje sukuria kontrastą, kuris turi įtakos įskaitomumui ir tuo prisideda prie gero vaizdo kūrimo.

Vokiečių grafikas Jan Tschichold (1902-1974), eksperimentuodamas su asimetriniais šriftais, pritaikė „Aukso pjūvio“ taisyklę knygų teksto blokams. Išmatavęs daug gerai atrodančių knygų, jis nustatė, kad tokiose knygose laikomasi 2:3 puslapio pločio ir aukščio santykio ir 2:3:4:6 santykio tarp vidinės, viršutinės, išorinės ir apatinės paraščių. „Auksinio“ teksto bloko kontūrų radimo geometrinis algoritmas (1 pav.) suprantamas ir be paaiškinimo. Tai aiškiai matoma žiūrint į 1455 m. Maince J.Utenbergo išspausdintą Gutenbergo viduramžių biblijos kairiojo puslapio pavyzdį (2 pav.).

Šiais laikais, kai siekiama kuo taupiau išnaudoti puslapio erdvę, šios klasikinės taisyklės retai paisoma. Geriausiu atveju, teksto blokai nuo lapo krašto atitraukiami 20 mm, o iliustracijos neretai dedamos nepaliekant jokių paraščių.



1 pav. Senųjų meistrų paslapyje saugotas kanonas yra rankraščių ir spausdintų knygų pagrindas.



2 pav. Gutenbergo viduramžių biblijos (1455) kairysis puslapis.

Maketuojant periodinį leidinį „Factūra“ buvo pasirinktas *simetrinis* teksto komponavimas. Tai paprasčiausias būdas, kai tekstas išdėstytas tolygiai, kvadratu arba stačiakampiu.

Kai kuriuose puslapiuose paliktos plačios paraštės, kurios atstoja rėmelį ir suteikia tekstui rimtumo, solidumo.

Visos teksto eilučių pradžios šliejasi prie kairiojo krašto, kas suteikia tekstui estetiškumo.

Kai kurių puslapių maketavimui pasirinkta asimetrinė kompozicija, kai vienoje lapo pusėje yra nuotrauka, o kitoje – tekstas.

Maketuojant tekstą buvo laikomasi vieno iš esminių teksto komponavimo principų - tai, kad užpildžius lapą maždaug tolygiai, lapo apačioje buvo palikta daugiau tuščios erdvės negu viršuje.

#### 4.6.2. Tarpai tarp eilučių

Tarpai tarp eilučių matuojami punktais (pt). Dažniausiai daromi 12 pt eilučių šrifto dydžio tarpai. Jie optimaliausi. Periodiniame leidinyje „Factūra“ buvo naudojami 10 pt šriftas ir taikomi 12 pt tarpai. Toks tarpų parinkimo algoritmas įdiegtas tekstą tvarkančių programų išankstinėse nuostatose. Pavyzdžiui, *PageMaker* programoje tokio dydžio tarpus parenka maketuotojams patrauklus, *Leading* režimas. Tačiau tekstas su didesniais (13-14 pt) tarpais gražiau atrodo ir yra lengviau įskaitomas.

#### 4.6.3. Tarpai tarp raidžių

Tarpai tarp raidžių reguliuojami dviem būdais - kemingu ir trekingu.

Trekingas (*Tracking*) -pažymėtos simbolių sekos retinimas arba tankinimas. Jis naudojamas, kai reikia sutrumpinti eilutę bei stengiantis sutalpinti tekstą, arba priešingai - retinti eilutę, norint, kad ji

būtų geriau įskaitoma.

Kerningas (*Kerning*) - tarpo tarp poros raidžių reguliavimas. Šriftų sudarytojai yra išstudijavę nacionalinėje kalboje dažniausiai pasitaikančius raidžių junginius ir iki kiekvienos raidės užimamo plotelio kraštų parenka tokius atstumus, kad šių raidžių junginiai atrodytų harmoningi. Tačiau kitų kalbų žodžiuose gali pasitaikyti kitokių raidžių porų, tarpelis tarp kurių gali atrodyti netinkamas ir koreguojamas. Štai tada ir atliekamas kerningas - tarpelio tarp dviejų raidžių didinimas arba mažinimas. Pavyzdžiui, puikiuoju *Gara-mond* šriftu surinktuose lietuviškuose žodžiuose susilieja raidės „ fi“. Atlikus kerningą, vaizdas pagerėja.

Taip pat kartais reikia sumažinti tarpus tarp raidžių, kurių šoniniai kontūrai lygiagretūs įstrižai (AV, KO). Paprastame tekste, kur panašių porų yra daugybė, neverta kerningui gaišti laiką. Tačiau stambiose trumpose antraštėse, ypač surinktose didžiosiomis raidėmis, visų raidžių porų kerningą atlikti būtina.

#### **4.6.4. Tarpai tarp sakinių**

Vis dar ginčijamasi, keli tarpai turi skirti sakinius: vienas ar du? Du tarpai labai gerai, nes būna lengviau atskirti, kur baigiasi vienas ir prasideda kitas sakiny. Tačiau tai labiau tinka seniems ir neproporcingiems šriftams, nes proporcingų šriftų tarpo dydis jau yra šiek tiek didesnis, lyginant su to paties šrifto raidžių pločiu. Periodiniame leidinyje „Factūra“ žodžiams ir sakiniams atskirti yra naudojamas tik vienas tarpas. Du tarpus galima naudoti tik elektroniniame pašte, laikiniuose dokumentuose ar asmeniniuose laiškuose.

### **4.7. Pagrindiniai iliustracijų maketavimo tipai**

Pagrindiniai iliustracijų maketavimo tipai žurnaluose:

- atviras - iliustracijos visame leidinyje «Factūra» dedamos puslapio viršuje arba apačioje ir liečiasi su tekstu tik viena (įterptos) arba dviem (aprintos) kraštinėmis;
- uždaras - iliustracijos visame leidinyje «Factūra» įsiterpia į tekstą, t. y. dedamos teksto viduryje taip, kad jos liestųsi dviem (įterptos) arba trimis (aprenkant) kraštinėmis;
- aklinas - iliustracijos dedamos į skiltis padalytame puslapyje taip, kad visos keturios iliustracijos kraštinės liestųsi su tekstu;
- laukuose (paraštėse) - mažo formato iliustracijos dedamos šalia teksto, laukeliuose (paraštėse);
- per visą formatą - iliustracija užima visą puslapį;
- su užlaidomis laukuose - dalis iliustracijos išlenda į laukus (paraštes);



- su užlaidomis ir apipjaunamos - iliustracijos išlenda į laukus taip, kad apipjovus suklijuotą ar susegtą leidinį iš trijų pusių, iliustracija susilygina su puslapio kraštu ir nelieka jokio laukelio. Komponuojant tekstą ir paveikslėlius, buvo paisoma pagrindinių taisyklių:
- viso leidinio apipavidalinimo vientisumas, t. y. visame leidinyje nebuvo naudojami įvairių iliustracijų maketavimo būdai vienareikšmiams paveikslėliams;
- tikslus eilučių „suvedimas“, eilutės abiejose lapo pusėse sutampa;
- iliustracijos, neužimančios viso puslapio, dedamos puslapio optiniame centre;
- iliustracijos derinamos puslapių atvarte;
- leidinyje, kur konkreči teksto vieta glaudžiai susijusi su atitinkama iliustracija, pastaroji yra viename atvarte su teksto nuoroda.

Leidiniuose, kuriuose iliustracijos susijusios su konkrečiu tekstu (tokių iliustracijų yra didžioji dalis), jos turi būti dedamos po tos teksto dalies (nuorodos), kuri yra susieta su iliustracija. Šia taisykle ne visada pavyksta vadovautis, ypač, jei yra daug iliustracijų. Tačiau periodiniame leidinyje „Factūra“ iliustracijos išdėstytos tokiu būdu: jeigu nuoroda tekste į iliustraciją yra lyginio puslapio viršuje, tai ir nuotrauka dedama tame pačiame puslapyje.

Skyriuose, kur sudėtingesnis tekstas iliustruojamas brėžiniais, pastarieji yra greta teksto.

Meniniu požiūriu atviras iliustracijų maketavimo būdas yra įdomesnis. Taip sudėjus iliustracijas, tarp jų ir baltų popieriaus laukų atsiranda kontrastas. Kitas šio būdo pranašumas - tekstas nesuskaidomas smulkiais blokeliais (tarp prieš, po iliustracijų). Naudojant atvirą iliustracijų būdą, reikėjo, kad iliustracijos būtų stačiakampės, nes kitaip būtų sugriauta stačiakampė puslapio formos kompozicija.

Uždaras iliustracijų maketavimo būdas yra populiariausias. Taikant šį būdą, nereikia sukti galvos dėl iliustracijų dydžio, nes visus atsiradusius plyšius galima „užkaišioti“ tekstu. Uždaros iliustracijos gali būti bet kurioje vietoje, o atviros - tik puslapio viršuje arba apačioje. Kai iliustracija įterpiama teksto viduryje, ji paprastai dedama vertikaliai puslapio optiniame centre, t. y. taip, kad virš paveikslėlio su parašu liktų maždaug  $\frac{3}{8}$ , o apačioje -  $\frac{5}{8}$  teksto.

Tačiau gali iškilti klausimas - prie vidinio ar prie išorinio lauko (paraštės) dėti tekstu aprenkamą paveikslėlį? Daugiau pranašumų turi tas būdas, kai iliustracijos dedamos prie išorinio lauko - jos labiau atkreipia skaitytojo dėmesį, puslapių atvartas būna „ramesnio charakterio“, taip galima maketuoti įvairiausias iliustracijas. Paveikslėlio ar nuotraukos turinys taip pat gali turėti įtakos kompozicijai. Figūros, vaizduojamos judesyje, gali būti atsuktos ir į išorę, ir į vidų. Atsuktos į išorę jos būna dinamiškesnės, tačiau suskaido puslapį, ir atvirkščiai - „nukreiptos“ į nugarėlę neturi įtakos

puslapio vientisumui, tačiau praranda dinamiškumą. Žmonių veidai dažniausiai žvelgia į puslapio vidų.

Kai paveikslėlio horizontalus formatas yra mažesnis nei rinkinio, tuomet jis dažniausiai buvo centruojamas. Aklinas iliustracijų maketavimo būdas pasirenkamas tada, kai iliustraciją reikia atskirti nuo teksto. Toks efektas gaunamas tuomet, kai paliekamas didesnis atstumas tarp teksto ir iliustracijos. Aklinas iliustracijų maketavimo būdas buvo naudojamas todėl, kad gerai atrodo tik tada, kai tekstas puslapyje yra suskaidytas skiltimis. Kitaip skaitytojui būtų sunku skaityti tekstą, kuriame, perskaičius eilutės pradžia, reikia persokti per iliustraciją, norint rasti tęsinį.

Maketavimo būdas, kai iliustracijos dalis yra laukuose (paraštėse), buvo naudojamas tik periodinio leidinio „Factūra“ dviejuose skyriuose. Leidinių tipai, kuriuose dažniausiai naudojamas toks iliustracijų maketavimo būdas - žurnalai ir grožinė literatūra.

Vienas šio būdo pranašumas - galima įdėti didesnio formato iliustraciją. Tačiau iliustracijos į laukus (paraštes) turi išlįsti gana daug, kad toks išlindimas neatrodytų atsitiktinis. Maketuojant ar planuojant tokio tipo leidinius, iliustracijos komponuojamos puslapių atvarte. Atidžiai reikia įvertinti iliustracijų formatą ir turinį, naudojant tokį maketavimo būdą, kai iliustracijos „išleidžiamos“ į laukus (paraštes) ir apipjaunamos.

Taip dedant iliustracijas, susiduriama su pora problemų: apipjovus suklijuotą ar įrištą leidinį, aplink iliustracijas gali likti baltas laukelis arba atvirkščiai - gali būti nupjauta dalis iliustracijos. Ši maketavimo būdą galima naudoti tik tuomet, kai yra platus laukai (paraštės). Kai iliustracijos maketuojamos visame puslapyje, be teksto, dažnai susidaro įspūdis, kad jos užima didesnę plotą, ypač tuomet, jei jos yra sodrių spalvų arba dinamiškos. Kartais tokios iliustracijos truputį sumažinamos, norint panaikinti susidariusią iliuziją, kad jos yra didesnės, palyginus su kitu atvarto puslapiu. Visame puslapyje gali būti ir mažesnio formato iliustracijų, aplink paliekant didesnius baltus laukus. Nors tai ir neekonomiška, tačiau tuomet dėmesys sutelkiamas tik į iliustraciją. Tokios iliustracijos paprastai dedamos puslapio optiniame centre.

Puslapyje, kuriame yra tik iliustracija, kolontitulas nededamas. Meniniuose leidiniuose tokio iliustruoto puslapio kita pusė (lyginis puslapis) dažnai paliekama tuščia. Kai iškyla klausimas - lyginiame ar nelyginiame puslapyje dėti iliustraciją be teksto, gali padėti turinys. Statistika rodo, kad skaitytojas, vartydamas leidinį, labiau atkreipia dėmesį į dešinįjį puslapį. Taigi, norint patraukti skaitytojo dėmesį, sudominti, didelio formato iliustracijos buvo dedamos į lygini puslapį. Tačiau techninius paveikslėlius, grafikus bei kitą iliustracinę medžiagą, kuriai reikia daugiau dėmesio, skaitytojui patogiau nagrinėti ir analizuoti, jei jie bus nelyginiame puslapyje.

Koki iliustracijų maketavimo būdą pasirinkti, dažniausiai lemia leidinio turinys ir tipas. Periodiniame leidinyje „Factūra“ to paties tipo iliustracijoms taikomi skirtingi maketavimo būdai, manoma, kad tai duoda teigiamą rezultatą.

Taip pat kyla abejonių dėl atvirų ir uždarų iliustracijų viename leidinyje. Nėra taisyklės, kuri kategoriškai teigtų, kad to negalima daryti, tačiau to paties tipo iliustracijos dažniausiai maketuojamos vienodai.

Kaip dėti kelias iliustracijas? Jeigu iliustracijos atviros - viena viršuje, kita - apačioje. Kai naudojamas uždaras iliustracijų maketavimo būdas, tai jas skiria ne mažiau kaip trys teksto eilutės ir abi kartu, su jas skiriančiu tekstu, yra optiniame centre.

Iliustracijų išdėstymas kiekviename maketuojamo leidinio puslapių atvarte turi daug įtakos meniniam apipavidalinimui.

Jeigu abiejuose atvarto puslapiuose yra tekste įterptų iliustracijų, tai jos lygiuojamos jų apačia, o aukščiausią dėta vertikaliai puslapio optiniame centre. Jeigu jų aukštis labai skiriasi, tuomet abi dedamos optiniame centre.

Maketuojant reikia žinoti, kas yra kitoje puslapio pusėje, nes būna atveju, kai popierius persišviečia. Pavyzdžiui, pustoninės iliustracijos kokybė bus labai prasta, jeigu kitame puslapyje, toje vietoje, bus lentelė ar stambi antraštė.

Žurnalo „Factūra“ iliustracijos skirstomos pagal jų svarbą ir ryšį su tekstu; stambios savarankiškos iliustracijos, turinčios reikšmę; kelios iliustracijos, tiesiogiai susijusios su tekstu ir sudarančios vientisą bloką; iliustracijos, įterpiamos į tekstą, susietos su konkrečia teksto vieta. Savarankiškos iliustracijos paprastai užima „centrinę“ puslapio vietą, be to, nuo kitos leidinio medžiagos: jos atskiriamos tarpu. Nuotraukų grupė paprastai maketuojama viena po kitos, paliekant ne mažesnę kaip 4 punktų tarpelį.

Iliustracijos, susietos su tekstu, maketuojamos taip: dedamos virš teksto, antraštė gali būti virš arba po nuotrauka, kartais - ant nuotraukos, o parašas, komentuojantis nuotrauką, gali būti nukeltas į straipsnio pabaigą; iš dalies įterptos į tekstą - įdėtos po antrašte.

Parašai po iliustracijomis skirstomi į: informacinius, komentarus ir išplėstinius komentarus. Periodiniame leidinyje „Faktūra“ komentaruose yra didesnės apimties tekstinė informacija, kuri yra būti skirta vienai nuotraukai ar nuotraukų grupei. Išplėstinis komentaras yra kaip atskiras straipsnis ir maketuojamas kaip pagrindinis tekstas.

Parašo po iliustracija teksto plotis negali būti didesnis už iliustracijos plotį. Taip pat negalima parašo po nuotrauka skaidyti skiltimis, jeigu kiekvienoje skiltyje yra mažiau nei po 4 eilutes. Maketuojant iliustruotą tekstą, būtina paisyti tam tikrų proporcijų ir skaitant tekstą (prieš, tarp ir po

ilustracijų). Jeigu teksto nedaug, palyginti su iliustracija, tai jis geriau atrodys neišskaidytas, vienoje vietoje, prieš ar po iliustracija. Kai puslapyje yra du paveikslėliai, aprinkti tekstu, tai vienas gali būti dedamas puslapio vidinėje pusėje prie nugarėlės, kitas - išorėje. Jeigu paveikslėliai mažo formato, tuomet juos galima dėti prie to pačio puslapio lauko. Komponuojant iliustracijas, dažnai tenka susidurti su nedideliu iliustracijų formato skirtumu. Objektų dydis turi būti vienodas arba akivaizdžiai skirtis.

Maketuojant kelias nuotraukas viename puslapyje ar atvarte, svarbu yra ir mastelis. Keistai, gal net juokingai gali atrodyti šalia esančios vienodo formato nuotraukos, jei vienoje yra dramblys, o kitoje - pelė. Tokias iliustracijas, kurios iškraipo realias proporcijas, geriau dėti skirtinguose puslapiuose.

#### 4.8. Šriftas ir stilius

Pirmiausia parenkamas pagrindinio, paprasto teksto šriftas. Svarbiausias reikalavimas - pagrindinis šriftas turi būti lengvai įskaitomas, aiškus. Jis neturėtų būti didesnis nei 14 pt. Paprastame tekste buvo vengta modernių, neproporcingų (*rnonospaced*) šriftų. Per daug dėmesį patraukiančios paskiros raidės blaško skaitytoją, sunkiau suvokiama skaitomo teksto prasmė. Taip pat netinka kaligrafiniai ir rankraštiniai šriftai. Periodiniame leidinyje „Factūra“ buvo pasirinktas *Futura* šriftas. Šis šriftas turi efektyvumo, nekuklumo išvaizdą. Šriftas kilęs iš paprastų geometrinių formų. Jis neturi dekoratyvinių elementų. Jo dydis yra 12 pt.

Labai svarbu pagal teksto bloko eilutės ilgį parinkti tinkamą šrifto dydį (ir atvirkščiai): per ilgos ir per trumpos eilutės sunkiai skaitomos ir sunkiai suprantamos. Parinkus blogą šrifto dydį, gaunamas dar blogesnis rezultatas. Trumpų eilučių šriftas turi būti mažesnis, ilgų - didesnis. Geriausias eilutės ilgio parinkimas paprastam tekstui (balansavimas) yra 4 žingsnių procesas:

- Tekstui pritaikoma „*Pusantrós abécélés*“ taisyklė - paeiliui parašomos pasirinkto šrifto dydžio 39 abėcėlės raidės. Jei jos užpildo visą eilutę - eilutės ilgis idealus.
- Išmatuojamas pusantrós abécélés eilutės ilgis milimetrais.
- Pritaikoma „*Punktų dvigubinimo*“ taisyklė - pasirinkto šrifto dydis padauginamas iš dviejų.
- Rezultatas - idealus eilutės ilgis pikomis (*picas*). Pvz., 12 pt šriftui idealus eilutės ilgis yra 24 pikos, t. y. maždaug 4 coliai arba. 10 cm.

Palyginus abiem būdais gautų eilučių dydžius buvo parinktas tinkamiausias tarp šių dviejų reikšmių – „Punktų dvigubinimo“ taisyklė. Tai garantavo geriausią teksto įskaitomumą. Vykusiai pasirinktą ir mėgstamą šriftą drąsiai galėjome naudoti visame leidinyje.

Jei kuris nors šriftas puikiai atrodo surinkus pagrindinį tekstą, taip jis atrodys ir kitur. Keisdami tarpus tarp raidžių, žodžių, eilučių ir teksto bloką, į puslapį galėjome sutalpinti daugiau teksto arba pagerinti įskaitomumą, padaryti puslapius vizualiai „lengvus“ arba „sunkius“. Juo didesni tarpai, juo šviesesni, „lengvesni“ puslapiai.

Pasirinktas šriftas turi atitikti leidinio pobūdį ir dvasią. Todėl visada yra prasmė svarstyti, kokio pobūdžio šriftą - linksmą, mistišką, rimtą, neutralų ar kitokį - geriau rinktis. Tik reikia prisiminti, kad rankraštiniai, prašmatnūs dekoratyviniai ir su serifais šriftai sunkiai įskaitomi, jei rašomi vien didžiosiomis raidėmis.

Mažo dydžio šriftai su serifais geriau įskaitomi nei šriftai be serifų, todėl pagrindiniam knygos ar laikraščio tekstui dažniausiai jie ir pasirenkami. Tik kai kurie žurnalai ryžtasi pagrindiniam tekstui pasirinkti šriftą be serifų, bet tik iš geriausiai įskaitomų.

Antraštės turi patraukti dėmesį, pastebimai skirtis nuo teksto. Todėl, jei pagrindiniam tekstui naudojamas šriftas su serifais, antraštėms geriau naudoti šriftą be serifų. Jei antraštėms vis dėlto pasirenkamas toks pat kaip pagrindinio teksto šriftas, jo dydis turėtų būti gerokai didesnis. Paprastai antraštėms naudojami 18 pt ir didesni šriftai. Ypač prašmatnūs dekoratyviniai antraščių šriftai turėtų būti ne mažesni nei 32 pt dydžio. Užrašius antraštę (ypač - didžiosiomis raidėmis), būtina subalansuoti tarpus tarp raidžių porų - atlikti kerningą.

*Kaligrafiniai ir rankraštiniai šriftai.* Vos vos pakrypę rankraštiniai šriftai suteikia tekstui asmeniškumo, atrodo elegantiškai, žaismingai, nekasdieniška. Juos tinka naudoti rašant kvietimus į iškilmes, oratorių citatas, norint paprastame tekste išskirti išmybių sentencijas. Saikingai dekoratyvus šriftas tinka ir leidinio ar firmos pavadinimui užrašyti didžiosiomis raidėmis. Tačiau reikia vengti juos naudoti pagrindiniam knygos, žurnalo, laikraščio tekstui, ypač - užrašams didžiosiomis raidėmis. Tame pačiame dokumente negali būti naudojama du ar daugiau rankraštinių šriftų, tik vienas. Jų naudojimą riboja ne visada sklandus kai kurių raidžių jungimasis rašant ne angliškus žodžius. Be to, kai kurioms kaligrafinių šriftų raidėms reikia neįprastai daug erdvės puošniems išraitimams, todėl netinka, jei reikia parašyti daugiau nei vieną eilutę. Kaip ir kalbant apie kitus šriftus, pasirinktas rankraštinis šriftas turi atspindėti leidinio dvasią. Pagrindinis tekstas paprastai būna normalaus, stataus šrifto. Norint kai kuriuos žodžius pabrėžti, išskirti, jie renkami pastorintu (*Bold*) šriftu, kursyvu (*Italic*), mažomis didžiosiomis raidėmis (*Small Caps*), išretinami arba nuspalvinami. Jis „sunkesnis“, tamsesnis nei normalus šriftas, labai patraukia dėmesį. Pastorinto (*Bold*) šrifto variantą turi dauguma šriftų šeimų. Pastorintas šriftas naudojamas norint:

- tekste išskirti svarbiausius žodžius, ypač terminus vadovėliuose. Tai palengvina besimokantiesiems rasti reikiamą temą ar objektą;

- pagyvinti monotonišką „pilką“ tekstą;
- sukurti antraščių ir paantraščių kontrastą. Paantraštės gerai atrodo surinktos tokiu pat dydžiu kaip ir pagrindinis tekstas, tik pastorintu šriftu.
- Žmonės mėgsta matyti ryškias savo pavardes. Todėl visada palankiai vertinama pastorintu šriftu surinktos straipsnio autorių pavardės ir vardai.

Tačiau tokį stiprų dirgiklį, koks yra *Bold* stilius, reikia naudoti saikingai, vengti pastorintu šriftu surinktų ištisu pastraipų tiek ištisiniame tekste, tiek atskirai, nes tokį tekstą labai sunku skaityti. Taip pat skaitytoją trikdo pernelyg dažnai, keletą kartų toje pačioje eilutėje ar pastraipoje *Bold* stiliumi išryškinti žodžiai. Pernelyg dažnai vartojamas *Bold* stilius skaldo teksto vientisumą. Taip pat nebūtina antraštes išryškinti vien tik naudojant pastorintą šriftą, yra ir kitų būdų; antraštes galima rinkti.

Kursyvas atrodo „lengvesnis“ nei status šriftas. Tačiau kai kurios kursyvo raidės nepanašios į pakreiptas stačiasias, jos atrodo visai kitaip, pvz.: *Century Schoolbook Italic* u, n ir h kojelės praranda serifus, a suapvalėja, o k viršutinė kojelė yra kilpos formos:

Kursyvo naudojimas:

- Tekste kursyvu išskiriami knygų, laikraščių, žurnalų, laivų, meno kūrinių pavadinimai, pavardės, užsienietiški žodžiai ar frazės.
- Viena labai padidinta didžioji kursyvo raidė naudojama kaip pirma skyriaus raidė.
- Kursyvu surinkti ilgi tekstai sunkiau įskaitomi, todėl reikia vengti ilgesnio nei kelių žodžių kursyvo.

*Mažos didžiosios raidės (Small Caps)*. Tokios formos šriftas naudojamas išskirtinai tik antraštėlėms arba straipsnių autorių pavardėms parašyti. Pagrindiniam tekstui jis nenaudojamas. *Small Caps* formatavimo savybę turi dauguma programų. Ji palieka pirmąją sakinio raidę nepakeista- 100% didžiąją, o vietoj mažųjų sukuria didžiausias raides, 70-80% aplinkinio teksto dydžio. Kartais toks dydis atrodo per mažas, todėl tekstui suteikus *Small Caps* pavidalą, šrifto dydį reikia padidinti. Idealu, jei mažos didžiosios raidės sieks 80-90% aplinkinio teksto.

Didžiosiomis raidėmis surinktą tekstą dažniausiai reikia išretinti {pvz., ~ 0,05 pt kerningu). Pereinamųjų (pvz., *Times*) ir modernių šriftų skaitmenys yra sulygiuoti tiesiškai, jie neišsikiša iš eilutės pagrindo linijos (*baseline*), o viršutinės dalys taip pat yra viename lygyje. Tai ypač būdinga viršutinio indekso formai. Kai kurie ekspertai pataria skaičius sumažinti iki 90%, kad jie ne taip ryškiai išsiskirtų iš aplinkinio teksto.

Nors šriftų įvairovė ir labai didelė, ruošiant periodinį leidinį „Factūra“ antraštėms vis dėlto buvo pasirinktas *spaustuvinis antraštinis Virtual DJ* šriftas. Jis yra aiškesnis ir lengviau skaitomas negu antikinis ir panašūs į jį šriftai. Visos didžiosios raidės yra vienodo aukščio.

Tekstui buvo pasirinktas *spaustuvinis tekstinis Futura* šriftas, nes jis yra gana paprastas ir lengvai skaitomas.

## 4.9. Periodinio leidinio „Factūra“ firminis stilius

Šiuolaikiniame pasaulyje firminis stilius yra neatskiriama bet kurios organizacijos kultūros dalis. Organizacija su susiformavusia kultūra turi aiškiai išreikštą veiklos stilių, atpažįstamą tarp kitų, pasižymi tam tikromis specifinėmis taisyklėmis ir elgesio normomis. Šios taisyklės organizaciją socialiniu požiūriu daro stabilią, greitai adaptuoja naujus narius, padarydamos juos savo „komandos“ nariais. Tai yra nematomoji organizacijos kultūros dalis (V. Židonytė, 2007, p. 134-139).

Firminis stilius, vienijantis stilistinius formas, spalvos, šrifto, kompozicijos pradus, labai aktualus tvarkant įmonės aplinką. Jo elementų pasikartojimas vizualinėje informacijoje, mažosios architektūros objektuose ir t.t, suteikia įmonei nedalomos vienovės išpūdį ir išskirtinumą<sup>2</sup>.

Pavadinimas „Factūra“ kilo nuo žodžio „Faktūra“ (lot. *factura* – apdirbimas). Tai dailės kūrinio paviršiaus pobūdis. Faktūros savybės tiesiogiai atspindi kūrybinį procesą, autoriaus braižą.

Kadangi periodinis leidinys apžvelgs menines temas, pavadinimui buvo pasirinktas žodis „Factūra“ dėl jo sąsaja su menu.

### 4.9.1. Logotipas

Paėmę pirmąjį „Factūra“ leidinį šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams į rankas, pastebėsime, jog šis žurnalas visų pirma išsiskiria tuo, jog viršelį puošia ne nuotrauka, o logotipas. Toks sprendimas parodo, kad paprastas bei minimalizmu pasižymintis viršelis gali atrodyti ne ką prasčiau nei kiti, menines temas aprašantys leidiniai, išpuošti įvairiomis nuotraukomis. Žurnalo viršelį puošia ne tik logotipas (žr. 3 pav), bet ir raudonas grafinis elementas – „Factura“ ženklas (žr. 4 pav).

Kuriant leidinio logotipą, iš daugelio variantų, buvo pasirinktas „Virtual DJ“ šrifto pagrindu sukurtas logotipas. Kad tai nebūtu vien tik paprastas pavadinimas, buvo nuspręsta jį „papildyti“ raudonu akcentu bei paskutinės pavadinimo raidės pabaigoje esančiu „netyčiniu“ juodo dažo išsiliejimu.

---

<sup>2</sup> G. Šiukščius. Dizainas. Vilnius, 2005, p. 133

# FACTURA

3 pav. Periodinio leidinio „Factūra“ logotipas

Žurnalo viršelio apačioje esantį ženklą buvo nuspręsta kiek pakoreguoti, kad tai nebūtų vien tik pakreiptas kvadratas su „F“ raide. Vienas iš kvadrato kampų yra atlenktas, kuris lyg ir vaizduoja žurnalo puslapių vertimą.



4. pav. Grafinis elementas „Factura“

Šio ženklo pagrindu buvo sukurti ir pagrindinių skyrių ženklukai, kurie paženkliną pramoninio, interjero, grafinio dizaino, architektūros bei fotografijos skyrių pirmuosius puslapius.

## 4.9.2. Spalvos

Spalvinį suvokimą įtakojančios savybės - gyvenimo patirtis, pozicija, vertinimų skalė, yra neapibrėžtos, t.y., jų negalima išmatuoti. Būtent šis neapibrėžtumas leidžia žodžiais nusakyti spalvos poveikį mūsų savijautai, tai išreikšti eilėmis. Ne tik psichologiniai faktoriai, bet ir simboliniai įtakoja tai, kaip mes suvokiame spalvą. Taigi, mūsų spalvos vertinimas priklauso nuo to, kas mes esame šiame pasaulyje, kokią reikšmę mūsų kultūra suteikia spalvai. Spalvos supratimas visada yra įtakojamas aplinkos konteksto. Spalva sąlyginai priklauso ir nuo paviršiaus – ar jis matinis, blizgus, nelygus ir t.t. Galų gale daiktai sudaro grupes, kurios išdėstytos erdvėje ir tai taip pat veikia spalvas.

Kuriant pirmąjį periodinio leidinio šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams numerį dominuojančiomis spalvomis buvo pasirinktas komplimentinis spalvų kontrastas, kuris maksimaliai stiprina spalvų aktyvumą. Tai achromatinės spalvos - balta ir juoda. Kodėl būtent šios ?

Būdamos greta, šios spalvos veikia viena kitą ir sustiprina kontrasto efektą. Tai ryškios, aiškios spalvos, kontrastingi jų deriniai. Šios grupės spalvų poveikis yra aktyvus. Jas mėgsta paaugliai, jaunimas, atviros prigimties, temperamentingi, fizinį darbą dirbantys žmonės.

Balta spalva - tai spalva simbolizuojanti gyvybę, džiaugsmą ir išmintį. Baltos spalvos šviesos atspindžio koeficientas yra didžiausias, ji pastebimiausia tamsiu paros metu ir turi savybę didinti. Būdamas šalia intensyvių spalvų pati įgauna jų atspalvį. Kartais gyvenime ieškome kažko naujo, norime



vėl būti gyvybingi, iš naujo patirti džiaugsmą. Ši spalva nieko neslepia. Balta (ARG) spalva simbolizuoja švarą, protą, taiką, šviesą, o kadangi “neslepia kitos spalvos” - nekaltumą ir teisybę. Ji tinkama išreikšti nuoširdumą, gerumą ir nekaltumą Baltoji magija yra gera. Ji savo burtais kuria gėrį, dažniausiai žmogų gydo ir gina nuo blogosios juodosios magijos įtakos.

Periodinio leidinio logotipas – juodos spalvos. Juoda spalva - paslapties spalva. Ji simbolizuoja išmintį, išsilavinimą bei yra naudojama norint išreikšti jėgą ir solidarumą, šilto jausmą (juoda spalva sugeria visas kitas spalvas), norint suteikti paslapties, intrigos ir ypač pabrėžti nepriklausomybę. Juoda ir balta spalvos kartu, reiškia rimtumą.

Dizaineriai dažnai savo naujų idėjų ir projektų pristatymui naudoja būtent raudoną spalvą, kadangi ryškiai raudonos detalės prikausto dėmesį net pačioje neutraliausioje aplinkoje.

Periodinio leidinio „Factūra“ viršelyje pavaizduotam grafiniam akcentui pasirinkta raudona spalva. Ši spalva mažina erdvę, didina daiktus. Naudojant raudoną spalvą galima sukurti galingus efektus. Ji pagyvino aplinką, sukūrė žurnalo viršeliui jaukumą bei padarė objektą elegantišku. Mažas raudonas objektas atrodo ypatingai kompaktiškas ir malonus. Raudona yra pati ryškiausias ir labiausiai dėmesį patraukianti spalva. Ji yra pačiame matomų spalvų spektro gale, todėl šią spalvą mes pamatome greičiau už kitas. Raudona - meilė ir skausmas. Raudona (GULZ) - pati agresyviausia spalva. Ji simbolizuoja kraują, pyktį, ugnį, aistras, žaizdas, karą, kraujo praliejimą, pavojų, grėsmę, revoliuciją, jėgą, anarchiją, mirtį, didvyriškumą, taip pat sveikatą ir brandą. Tai - gyvybės spalva.

Leidinio skyrių grafinių elementų spalvos buvo renkamos atsižvelgiant į temą. Pirmame skyriuje dominuoja mėlyna- patikimiausia ir labiausiai mėgstama spalva. Mes visada išivaizduojame jūrą ir dangų mėlynus (nors tikrovėje jie nebūtinai mėlyni). Stebint iš šalies, dominuojanti mūsų planetos spalva- mėlyna. Mėlyna spalva mums patinka, nes alsuoja švara ir ramybe. Buvo naudojama mėlynos ir baltos spalvų kombinacija. Egzistuoja daugybė mėlynos spalvos tonų- pradedant dangišškai žydra ir baigiant giliu nakties mėliu- taigi jos poveikio diapazonas taip pat labai platus. Daugeliui žmonių mėlyna spalva asocijuojasi su saugumu, karališkąja valdžia ir kilmingumu. Ji taip pat simbolizuoja pastovumą, ištikimybę, teisingumą, tobulumą, apsisprendimą ir taiką. Mėlyna nevargina akių. Šviesūs mėlyni atspalviai ramina ir gaivina. Manoma, kad mėlyna mažina susirūpinimą, bet didina jautrumą skausmui. Mėlyna spalva - vandens ir dangaus spalva. Ją naudojau norėdamas pabrėžti savo unikalumą, ketinimų rimtumą, suteikti paslapties elementų.

Mėlynos spalvos detalės daro objektą lyg erdvesniu, vėsesniu.

Oranžinė - raudonos ir geltonos spalvos mišinys. Naudojau norėdamas išsivaduoti iš vienišumo, savyje sustiprinti ištikimybę, mintis ir pokalbius, norėdamas labiau priprasti prie esamos gyvenamosios

vietos, būti dvasingesnis. Spalva kelia bendrą organizmo tonusą, išsaugo fizinį atsparumą, simbolizuoja prabangą.

Žalia (VERT) - tai pavasario, augimo, vaisingumo, gamtos, laisvės, džiaugsmo, vilties, atgimimo spalva. Ši spalva simbolizuoja ir nemirtingumą, perteklių, klestėjimą, stabilumą. Žalia yra pati artimiausia gamtai ir statiškiausia spalva. Ji - viena iš trijų pačių mėgstamiausių spalvų. Jei mėlyna laikoma svajotojų spalva, tai žalia labiausiai tinka užtikrintiems žmonėms, realistams. Tipiška žalia spalva veikia neutraliai ir raminamai, nors ir ne taip stipriai kaip mėlyna. Žalia daugeliui sukelia užuovėjos ir saugumo jausmą. Žalios spalvos fonas apriboja erdvę, suteikia ramybės ir tikrumo. Žalia spalva veikia tartum gaivinantis pavasaris, suteikia švaros, šviežumo ir atsinaujinimo pojūtį. Ji skatina susikaupimą ir apmąstymus.

### **4.9.3. Puslapių numeracija**

Žurnalas „Factūra“ iš kitų, menines temas apžvelgiančių bei nagrinėjančių leidinių, išsiskiria ne tik formatu ir išvaizda, bet ir viduje esančia numeracija.

Analizuojant tiek periodinių leidinių prototipus, tiek analogus, buvo pastebėta, jog kai kurie žurnalai, tiek popieriniai, tiek internetiniai, bando įvesti kiek kitokią numeraciją nei įprasta. Taigi kuriant leidinį „Factūra“ buvo nuspręsta atsisakyti visiems matytos bei daugeliui nusibodusios numeracijos, esančios daugelyje žurnalų, kai puslapius numeruojantys skaičiai patalpinami puslapių kairiuosiuose bei dešiniuosiuose apatiniuose kampuose.

Leidinyje esanti numeracijos sistema pavadinta „judančia eilute“. Puslapius numeruojantys skaičiai yra išdėstyti palei puslapio apačią bei dešinį kraštą. Apačioje esantys skaičiai nurodo, kiek puslapių yra praversta, tuo tarpu skaičiai, esantys išdėstyti palei dešinį kraštą, nurodo kiek puslapių dar liko. Skaičius esantis spalvotame stačiakampyje nurodo kuri puslapį esame atsivertę. Verčiant žurnalo puslapius, apatinė skaičių eilutė ilgėja, tuo tarpu dešiniame puslapio šone esanti eilutė trumpėja, taip sudaromas judėjimo išpūdis (žr. 13; 14 priedus). Tokia numeracijos sistema išskiria periodinį leidinį „Factūra“ iš kitų, menines temas nagrinėjančių bei aprašančių, žurnalų, kadangi nė viename iš jų nenaudojama tokia puslapių ženklavimo sistema. Nors tai ir nėra pats svarbiausias dalykas žurnale, jis suteikia leidiniui išskirtinumo.

#### 4.9.4. Skirtingų medžiagų panaudojimas žurnale „Factūra“

Periodinis leidinys „Factūra“ iš kitų, menines temas aprašančių leidinių išsiskirs ne tik formatu, turiniu, kitokia numeracija, bet ir skirtingų medžiagų pateikimu.

Daugelis leidinių, jei nekalbėtume apie jų turinį, šiuo metu skiriasi turbūt tik popieriaus kaina. Niekam nepaslaptis, jog spauda bei spausdinimo technologijos patobulėjo. Atsirado ir įvairiausių popierių besiskiriančiu storiu, spalva, faktūra ir t.t. Tačiau viso šito nepastebime dabartiniuose spaudos leidiniuose. Paėmę į rankas laikraštį, žurnalą, suprantame, jog tai vis dar tas pats popierius, kurį lietėme, vartėme prieš keletą ar net daugiau metų.

Žurnalas „Factūra“, įvesdamas į leidinį skirtingus popierių pavyzdžius, supažindins skaitytojus ne tik su naujaisiais dizaino, architektūros projektais, bet ir su naujaisiomis spaudos technologijomis, parodydamas, jog šiuolaikinis žurnalas gali būti spausdinamas ant kitokio nei mums įprasta popieriaus, išsiskiriančio spalva, storiu, faktūra. Kad periodinis leidinys nevirstų popierių katalogu, buvo nuspręsta žurnale pateikti keletą pavyzdžių ant kurių pateikiamas ne tik tekstas, bet ir iliustracijos. Žurnale yra penkti skyriai, pristatantys architektūrą, fotografiją bei keletą dizaino šakų. Šie skyriai išsiskirs ne tik turiniu, bet ir popieriumi. Visų skyrių pirmieji puslapiai atspausdinti ant skirtingų popierių. Taigi žurnalą vartantis skaitytojas ne tik informuojamas apie įvairiausių meninius projektus, idėjas, bet ir supažindinamas su popieriaus faktūra, storiu, spalva, jo išskirtinumu.

Visos šios meninės raiškos priemonės buvo naudojamos kuriant periodinį leidinį „Factūra“.

Pasaulis nėra chaotiškas - jame viskas paklūsta tam tikrai tvarkai, tam tikriems dėsniams. Šitaip yra ir mene, ir literatūroje, ir muzikoje, ir dailėje. Visur egzistuoja tam tikri dėsningumai bei taisyklės. Dizainas irgi ne išimtis.

Kaip teigia P. Bonnici: „Tuo pačiu grafinis dizainas turi neprarasti ir grafinės išraiškos savitumo. Pirmu atveju, yra komunikuojama idėjų, žodžių, vaizdų ir simbolių pagalba, o sekančiu atveju, komunikuojama per grafinių išraiškos priemonių dermę. Grafinės išraiškos priemonės vizualiai perteikia objekto esmę, tuo pačiu parodo ir vertę“ (Barkauskaitė M.J., 2003).

## IŠVADOS

Nuo senų senovės žmogus kuria grožį. Jam neužtenka pavalgyti, šiltai apsirengti ir turėti pastogę. Žmogui maža gamtos sukurto grožio. Jis linkęs savaip išreikšti tikrovę.

Įvairiais laikotarpiais ir įvairiose pasaulio šalyse grožio suvokimas ir pateikimas buvo skirtingas. Tai lėmė geografinė padėtis, religija, nacionalinės tradicijos, kultūros lygis, o ir pačių žmonių skonis ir mada.

Žurnalų, kuriuose būtų nagrinėjamos įvairios meno sritys viename leidinyje dar neteko matyti. Mat Lietuvoje tokiai spaudai yra skiriamas labai menkas dėmesys. Tuo labiau, kad tokios kaip ir “nėra”.

Iki šiandienos turime keletą žurnalų, kurie rašo apie architektūrą, interjerą, madą ir t.t., bet jie rašo tik apie vieną kurią nors meno šaką. Pastarieji žurnalai nėra skirti plačiam skaitytojų ratui. Nupirkdamas tokį žurnalą paremi geras idėjas, iniciatyvą, tačiau apmaudu kai leidinys tik su keliomis perskaitytomis temomis guli stalčiuje.

Visi žurnalai, gvildena atskiras meno šakas ir skaitytojas, norėdamas daugiau sužinoti apie vieną ar kitą sritį, turi jungtis prie skirtingų tinklalapių arba įsigyti keletą periodinių leidinių.

Daugelis šiuolaikinių periodinių leidinių labiau orientuoti į šiuolaikinį skaitytoją, kuris daug laiko praleidžia prie kompiuterio.

Visų šių žurnalų privalumas yra tai, kad kiekvienas žurnalas gvildena skirtingas menines temas ir apžvelgia, kas naujusia šiuolaikiniame kūrybiniame gyvenime.

Trūkumas, kad daugelis žurnalų yra užsienio kalba. Lietuvių kalba leidžiamuose periodiniuose leidiniuose pasigendama drąsumo, spalvingumo, šiuolaikiškumo.

Tiek internetinis tiek įprastas periodinis leidinys skirtumų turi mažai. Abiejuose variantuose yra pakankamai tekstinės, vaizdinės informacijos. Reklama egzistuoja tiek viename, tiek kitame variante. Tiesa, internete pateikiamuose laikraščiuose, žurnaluose reklamos yra daug mažiau.

Kadangi internetiniai žurnalai gali būti skaitomi tik naudojantis kompiuteriu, tai leidžia žurnalo kūrėjams panaudoti minimalius efektus. Tam tikri panaudoti kompiuteriniai efektai įgalina internetinį žurnalą tapti šiek tiek gyvybiškesniu.

Atsižvelgiant į tai, kad Lietuvoje egzistuoja spaudos leidiniai apžvelgiantys tik architektūrą ar interjero dizainą, jauniems kūrėjams, būsimiems architektams, dizaineriams trūksta informacijos apie naujoves bei drąsius sprendimus grafinio, pramonės dizaino srityse.

Periodinis leidinys šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams „Factūra“ yra žurnalas skirtas ne tik jaunajai kūrėjų kartai, bet ir tiems, kurie jau turi kūrybinės patirties architektūros, fotografijos ar

dizaino srityse. Tai žurnalas informuosiantis Lietuvos žmones apie tai, kas naujo šiuolaikinėje modernioje architektūroje, ką drąsaus bei naujo sukūrė pasaulyje pripažinimo sulaukę dizaineriai, bei ką naujo ruošia jaunoji dizainerių karta.

„Factūra“ – leidinys, siekiantis tapti ne tik kūrybingo žmogaus informaciniu bet ir pilnu idėjų šaltiniu.

Periodiniu leidiniu „Factūra“ siekiama skatinti skirtingų socialinių grupių bendravimą, tarpusavio supratimą, aktyviai keistis naujomis žiniomis.

Todėl žurnale „Factūra“ kultūrinė veikla ir menai suprantami kaip specifinės priemonės, kurios komunikacijai, išgyvenimui ir ekspresijai suteikia formą ir išraišką. Jame sujungiamos meno ir dailės šakos, kurios vienija visus menu besidominčius žmones.

Žurnale „Factūra“ esančiuose straipsniuose pateikiama ne tik informacija apie naujausias bei moderniausias idėjas, bet ir nepamirštami jaunieji kūrėjai, pilni įvairiausių planų ir idėjų. Apžvelgiami ne tik žymių firmų, kompanijų dizaino, architektūros objektai, bet ir jaunųjų dizainerių, fotografų darbai.

Paėmę pirmąją „Factūra“ leidinį šiuolaikinio gyvenimo kūrėjams į rankas, pastebėsime, jog šis žurnalas išsiskiria tuo, jog viršelį puošia ne nuotrauka, o logotipas. Toks sprendimas parodo, kad paprastas bei minimalizmu pasižymintis viršelis gali atrodyti ne ką prasčiau nei kiti, menines temas aprašantys leidiniai, išpuošti įvairiomis nuotraukomis. Žurnalo viršelį puošia ne tik logotipas, bet ir raudonas grafinis elementas – „Factura“ ženklas.

Žurnalas „Factūra“ iš kitų, menines temas apžvelgiančių bei nagrinėjančių leidinių, išsiskiria ne tik formatu ir išvaizda, bet ir viduje esančia numeracija. Leidinyje esanti numeracijos sistema pavadinta „judančia eilute“.

Periodinis leidinys „Factūra“ iš kitų, menines temas aprašančių leidinių išsiskirs ne tik formatu, turiniu, kitokia numeracija, bet ir skirtingų medžiagų pateikimu.

Žurnalas „Factūra“, įvesdamas į leidinį skirtingus popierių pavyzdžius, supažindins skaitytojus ne tik su naujausiais dizaino, architektūros projektais, bet ir su naujausiomis spaudos technologijomis, parodydamas, jog šiuolaikinis žurnalas gali būti spausdinamas ant kitokio nei mums įprasta popieriaus, išsiskiriančio spalva, storiu, faktūra.

Pasaulis nėra chaotiškas - jame viskas paklūsta tam tikrai tvarkai, tam tikriems dėsniams. Šitaip yra ir mene, ir literatūroje, ir muzikoje, ir dailėje. Visur egzistuoja tam tikri dėsningumai bei taisyklės. Dizainas irgi ne išimtis.

## LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Barkauskaitė M. J. Laužiko pedagoginio palikimo atšvaitai 21 amžiaus iššūkių kontekste // Pedagogika. - T. 65 (2003), p. 11-18.
2. Brėdikienė L. C. Dizaino raida nuo Morrisono iki Morrisono. Vilnius, 2008.
3. Gaižutis A. Meno sociologija. – Vilnius: Enciklopedija, 1998.
4. Gudmonas J. Kūrybiškumo ugdymas vizualinėje raiškoje // Saviraiška ir dizainas / sudarė J. Kanapickaitė. - Vilnius: Vilniaus statybos ir dizaino kolegija. 2007. p. 29-37.
5. Gurskas A. Kompozicijos pagrindai // Saviraiška ir dizainas / sudarė J. Kanapickaitė. - Vilnius: Vilniaus statybos ir dizaino kolegija. 2007, p. 38-40.
6. Grakauskaitė – Karkockienė D. Kūrybos psichologija. Vilnius, 2003.
7. Huovila T. Maketas taip pat informacija. Jyvaskulė: Jyvaskulės universitetas, 2001, p. 25.
8. Kanapickaitė J. Suaugusiųjų meninė sociokultūrinė integracija ir šiuolaikinio gyvenimo individualizacija // Pedagogika. - T. 59 (2002), p. 148-155.
9. Lašas. G. Lietuvos viešojo komunikacija: problemos ir pasiūlymai. Pranešimas LDF, LGDA, VDA DIC forume. Sprendimas: dizainas. Lietuvos įvaizdžio problemos. Vilnius: VDA, 2007.07.17.
10. Šiaučiukėnienė L. Meno individualizavimas ir diferencijavimas. Kaunas: Technologija. 1997.
11. Šinkūnienė J.R. Muzika be sienų // Viltis. – 2003/2, p.16 – 17.
12. Šiuksčius G. Dizainas. Vilnius, 2005
13. Urbonas V. Respublikos žurnalų sistema: Dabartis ir perspektyvos. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1989. 70 p.
14. Urbonas V. Lietuvių žurnalas: Nuo pirmojo numerio iki šių dienų. Vilnius: Voruta, 1993. 178 p.
15. Židonytė V. Dizainas I. Kaunas, 2007
16. Bonnici P. Visual language. The hidden medium of communication, Rotovision. 2002, p. 76.
17. Fiel Ch&P. Graphic design now. Kioln: Tashen, 2006.
18. La Pierre Sli. D., Zimmerman E. Research Methods and Methodologies for Art Education. – Reston, Virginia: National Art Education Association. 1997.
19. Wiedemann Julius. Logo design. Taschen, 2007

20. Wiedemann Julius. Logo design 2. Taschen, 2009
21. Amosov N. M. Modelirovanije myšlenija i psichiki. Kiev: Naukova dumka, 1965. 304 p
22. Mikalauskaitė A. Grafinis dizainas. Prieiga per Internetą 2009-09-15:  
<http://www.ipc.lt/wg/php/wg.php?zs=9&zn=73>
23. Zine. Prieiga per Internetą 2008-11-14:  
<http://www.zilionis.net/2008-02-06/nemokamu-zumalu-rinkinys-zine/>
24. Žurnalo struktūra ir ideologija. Prieiga per internetą 2009-11-11:  
[http://lt.wikipedia.org/wiki/Ateitis\\_\(%C5%BEurnalas\)](http://lt.wikipedia.org/wiki/Ateitis_(%C5%BEurnalas))
25. Šiuolaikinė spauda ir jos problemos. Prieiga per Internetą 2009-11-06:  
<http://www.balsas.lt/naujiena/37696/spaudos-dizainas-arba-laikrasciu-kelias-myriop/rubrika:naujienos-projektai-projektasz>
26. Žurnalai. Prieiga per Internetą 2008-12-30  
<http://www.d-earle.com/>  
<http://www.magwerk.com/>
27. Tipologiniai modeliai ir jų panaudojimas pertvarkant žurnalinę periodiką. Prieiga per Internetą 2008-10-14  
<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-mok/10/str9.html>
28. Mylių meną dėl jo paties. Dailė 2009/2. Prieiga per Internetą 2009-12-16  
[http://test.svs.lt/?Daile;Number\(275\);Article\(6643\)](http://test.svs.lt/?Daile;Number(275);Article(6643))
29. Apie knygos pagrindus...Dailė 2002/1 Prieiga per Internetą 2009-12-16  
[http://www.culture.lt/daile/02\(1\)/akp.htm](http://www.culture.lt/daile/02(1)/akp.htm)
30. Pokalbis su Zine.lt projekto vadovu. Prieiga per Internetą 2009-12-16  
<http://itverslas.blogas.lt/page/8>

## **PRIEDAI**