

VLIV VÝUKY NA VNÍMÁNÍ VYBRANÝCH TYPOGRAFICKÝCH VLASTNOSTÍ DOKUMENTŮ

P. Talandová, J. Rybička

Došlo: 25. června 2008

Abstract

TALANDOVÁ, P., RYBIČKA, J.: *The influence of education on chosen typographical characteristics perception in documents*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2008, LVI, No. 6, pp. 189–198

This paper concentrates on the problems of documents quality evaluation and perception. It presents the results of our own research which was made at our faculty in last months. The research was aimed at marketing materials, their quality and their evaluation by customers. After another comparative research we have concentrated on the question of typography and its evaluation by customers. It has been proved that typography, although not very visible for many readers, does influence readers' evaluation of the whole document.

Quality evaluation is influenced by what readers usually see around them but also by what are they taught at schools. For that reason we should influence readers and teach them how should be documents designed. Future specialist should know about this problem.

Aim of the research was to find how typography influences readers and whether is the typographic quality evaluation influenced by teaching at school. We have been comparing two groups of respondents, of which one was influenced by typography education and one was not. Respondent were asked to fill in a questionnaire which concentrated on right and wrong characteristic of the text. Result analysis has proved that the group influenced by typography lessons had better results. These conclusions will be applied in the new education plan for an innovation of education courses.

typography, quality perception, document, education

V současné době lze pozorovat vysokou produkci tištěných i elektronických dokumentů, zejména pak materiálů se zaměřením na marketing. Všechny tyto dokumenty působí na čtenáře a lze předpokládat, že ovlivňují jeho vnímání. Na Provozně ekonomické fakultě MZLU v Brně proto proběhl výzkum zaměřený na hodnocení významnosti vybraných typografických vlastností marketingových materiálů. Výzkum se v první fázi soustředil na základní vlastnosti, které se týkají dokumentu či stránky jako celku.

Neméně důležité jsou i vlastnosti, které se týkají typografické úpravy dokumentu na úrovni slov a znaků. Pojmem *mikrotypografie* budeme nadále označovat souhrn znakových a subznakových prvků upravovaných typografickými pravidly (písma a jejich řezy, speciální znaky, mezerování, interpunkce apod.).

I této oblasti začíná být věnována pozornost v souvislosti s marketingovými materiály, v literatuře jsou stručně jmenovány zásady pro jejich úpravu (Schellmann a kol., 2004; Srpová a kol., 2007; Vysekalová

a Mikeš, 2007). Důraz je kladen zejména na práci s písmem. Autoři zdůrazňují vhodnou volbu písma nejen s ohledem na typografické zásady a čitelnost dokumentu, ale také s ohledem na psychologické a marketingové působení zvoleného písma na čtenáře. To je v souladu s doporučeními typografických učebnic, kde je výběru písma věnována vždy maximální pozornost (např. Beran, 2003).

Ostatním mikrotypografickým zásadám pro přípravu marketingových materiálů je pozornost věnována daleko méně – výjimku tvoří např. Janák (1997). Z pozorování přitom vyplývá, že typografické zpracování dokumentů pozitivně ovlivňuje vnímání čtenářů (Larson, 2006).

Zaměření a cíl výzkumu

Současný stav lze charakterizovat mimo jiné i těmito pohledy:

- Dle předpokladů, z nichž vycházel provedený výzkum, je mikrotypografické zpracování dokumentu pro čtenáře významné a ovlivňuje, byť ně-

kdy podvědomě, jeho vnímání kvality, což je důležité zejména u marketingových materiálů. Některé mikrotypografické prvky nesou i sémantický obsah, usnadňují tedy pochopení čteného textu.

- Ke způsobu vnímání kvality dokumentů značnou měrou přispívá i výchova a vzdělání čtenářů.
- Faktorem, který na čtenáře působí a formuje jeho vnímání kvality tiskovin, jsou samotné dokumenty, s nimiž se čtenář setkává. Z nich tvoří velkou část právě marketingové materiály různého charakteru. Vzhledem k nízké kvalitě, která je častým problémem mnohých marketingových materiálů, se vnímání čtenáře otupuje a jeho nároky na kvalitní materiály klesají. S tím klesá i úroveň nově vytvářených materiálů a výsledkem tohoto vzájemného působení je klesající tendence kvality dokumentů. Tiskoviny však mají kromě propagační funkce i kulturní a výchovný vliv a jejich kvalita by proto neměla být opomíjena.
- Hlavním usměrňujícím prvkem by měla být školní výuka obsahující informace o typografických zásadách. Současná praxe však dbá především na ortografii, přičemž typografii je na základních a středních školách věnován prostor jen podle uvážení pedagogů a to ne vždy. Rámcové vzdělávací programy počítají se zařazením nejzákladnějších typografických pravidel nikoliv ve výuce jazyka, ale ve výuce informatiky (RVP ZV, 2007). Řada typografických pravidel je součástí Pravidel českého pravopisu (PČP, 2005), je tedy přirozené, že výuka těchto částí spadá do předmětu Český jazyk a literatura (mezerování u interpunkce, spojovníky a pomlčky apod.). S typografickými zásadami se tak student setká nezdědka až na vysoké škole nebo v praxi, přičemž tyto informace opět mohou být kusé a nepřesné. Řešením tohoto problému by se mohlo stát zavedení typografie do výuky. Budoucí odborníci, bez ohledu na obor, by se tím měli naučit věnovat větší péči formální stránce připravovaných materiálů, která prokazatelně na čtenáře působí a ovlivňuje tak i jejich mínění o kvalitě firmy.

Opodstatněnost nebo pravdivost některých uvedených pohledů by měl podpořit provedený výzkum. Navazuje na výzkum subjektivního hodnocení kvality marketingových materiálů (Talandová a Rybička, 2008), ale všímá si jiných prvků – důraz je zde kladen na mikrotypografickou stránku a na detaily dokumentu, přičemž zjišťujeme, které prvky dokumentu na čtenáře působí a jakým způsobem.

Výzkum by měl odpovědět na otázky, jaký vliv má výuka typografických zásad na vnímání kvality dokumentů, jaká témata do výuky zařadit a na co klást ve výuce důraz.

Výzkum byl opět zaměřen na studenty Provozní ekonomické fakulty Mendelovy lesnické a zemědělské univerzity v Brně. Kromě původní skupiny respondentů (Talandová a Rybička, 2008) se výzkumu účastnila i druhá, kontrolní skupina. Respondenti z této skupiny jsou již prokazatelně vybaveni alespoň základními znalostmi typografie. Rozdíly mezi

odpověďmi těchto dvou skupin by měly pomoci posoudit efektivitu výuky a rozhodnout o její náplni.

Výsledky výzkumu budou zohledněny i při inovaci předmětu Bakalářský (Diplomový) seminář, jehož cílem je zvýšit kvalitu závěrečných prací a který je mimo jiné zaměřen na formální stránku přípravy závěrečných dokumentů a obecně všech odborných prací.

MATERIÁL A METODY

Metody použité v tomto výzkumu odpovídají metodám, které byly využity již při předchozím výzkumu. Respondentům byl předložen dotazník a na základě získaných odpovědí byla provedena jejich analýza a statistické vyhodnocení.

Dotazník

Při hodnocení vnímání typografických vlastností vycházíme z dat, která byla získána z dotazníků vyplněných původní skupinou respondentů (Talandová a Rybička, 2008). Pozornost je v tomto případě zaměřena pouze na mikrotypografické vlastnosti dokumentu.

Ve druhé fázi výzkumu bylo dotazování provedeno u kontrolní skupiny. Vzhledem k zaměření na typografickou stránku i vzhledem k apriorním informacím o skupině respondentů nebylo třeba požadovat vyplnění všech částí dotazníku. Kontrolní skupině byla z téhož dotazníku předložena pouze ta jeho část, v níž respondenti hodnotili ukázky marketingových materiálů. Ke každé ukázce byl připojen seznam typografických vlastností, mezi něž byla zahrnuta volba písem a jejich kombinace, pravopis a interpunkce, použití speciálních znaků a čitelnost. Respondenti měli rozhodnout, zda jsou vlastnosti v ukázce realizovány správně či chybně (měli rovněž možnost neodpovědět). I nezodpovězenou otázku považujeme za samostatnou odpověď. Kontrolní skupinu jsme dále požádali o navržení jiného typu písma (písem) pro text v jedné z předložených ukázek, v níž bylo stávající písmo zvoleno nevhodné.

Respondenti

Okruh respondentů pro vyplnění dotazníků byl v obou případech vybírán ze studentů Provozní ekonomické fakulty Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně. V první fázi bylo osloveno 1800 studentů fakulty, od nichž jsme obdrželi 205 kompletně vyplněných dotazníků.

Ve druhé fázi byli s žádostí o vyplnění zkrácené podoby dotazníku osloveni studenti, kteří se předchozího výzkumu neúčastnili a kteří zároveň studovali předmět Zpracování textů na počítači. Předmět je zaměřen na typografické zásady, které jsou prezentovány na přednáškách, a na praktickou realizaci dokumentů na počítači ve cvičeních (Sylabus předmětu ZTP, 2008). Kontrolní skupina respondentů tedy byla tvořena pouze studenty, kteří již mají alespoň základní znalosti z oboru typografie a zpracování textů. Výzkumu se v tomto případě účastnilo 83 respondentů.

Statistické metody

Vzhledem ke slovnímu charakteru dat se v odpovědích vyskytovaly pouze nominální znaky. Pro zpracování byly provedeny výpočty relativních četností u jednotlivých znaků a třídění.

K ověření vztahu mezi odpověďmi u obou skupin respondentů byly stanoveny hypotézy a bylo provedeno jejich testování (Kozel, 2006; Hindls a kol., 2006; Hindls a kol., 2000). Ve všech případech jsou hypotézy ověřovány na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ a předpokládá se normální rozdělení testovaných veličin, jak je v pedagogickém výzkumu obvyklé.

K měření závislosti mezi slovními znaky je využit i Pearsonův koeficient kontingence (Foret a Stávková, 2003).

Testování nezávislosti kvalitativních znaků

K ověření hypotézy o nezávislosti je využit vzorec pro testování nezávislosti kvalitativních znaků (typografických vlastností), kde n_i je součet hodnot i -tého řádku ($i \in \langle 1; k \rangle$), n_j je součet hodnot j -tého sloupce ($j \in \langle 1; m \rangle$), n je celkový součet (počet respondentů), o_{ij} je teoretická četnost, n_{ij} je hodnota v průsečíku i -tého řádku a j -tého sloupce, k je počet znaků, χ^2 je čtvercová kontingence.

$$o_{ij} = \frac{n_i \cdot n_j}{n}$$

$$\chi^2_{\alpha, (k-1)(m-1)} = \sum \sum \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} \quad (\text{vzorec I})$$

Test relativní četnosti

Testem zjišťujeme, zda se relativní četnost správných odpovědí (správně rozpoznaných vlastností) p shoduje s předpokládanou hodnotou π_0 . Testové kritérium U má normované normální rozdělení.

$$U = \frac{p - \pi_0}{\sqrt{\frac{\pi_0(1 - \pi_0)}{n}}} \quad (\text{vzorec II})$$

Nulovou hypotézu formulujeme ve znění $H_0 \equiv p = \pi_0$, alternativní hypotézu ve znění $H_1 \equiv p > \pi_0$. Test je zvolen jako jednostranný, neboť lze očekávat, že při zamítnutí nulové hypotézy by byla hodnota veličiny U výrazně vyšší než hodnota π_0 , nikoli nižší.

Test o dvou relativních četnostech

Test je využit ke zjištění, zda a jak se liší relativní četnosti odpovědí u obou skupin respondentů. Soustředili jsme se především na to, zda existuje mezi oběma skupinami shoda, pokud jde o klasifikaci vlastností v ukázkách na správné a chybné. Formulujeme hypotézu $H_0 \equiv p_1 = p_2$, kterou budeme testovat oproti alternativní hypotéze $H_1 \equiv p_1 \neq p_2$. K výpočtu je použit vzorec

$$p^* = \frac{p_1 n + p_2 m}{n + m}$$

$$U = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{p^*(1 - p^*) \left(\frac{1}{n} + \frac{1}{m} \right)}} \quad (\text{vzorec III})$$

Veličiny p_1 a p_2 jsou pravděpodobnosti výskytu jevu v původní a kontrolní skupině, n a m jsou počty odpovědí v původní a kontrolní skupině.

VÝSLEDKY

Ve výzkumu pracujeme se dvěma skupinami respondentů. Výsledky jsou zpracovávány nejprve pro každou skupinu samostatně s ohledem na její charakter, a poté porovnány.

Hodnocení typografických vlastností a jejich důležitosti

Součástí výzkumu provedeného u původní skupiny respondentů bylo hodnocení vnímání typografické kvality. Důležitým ukazatelem je to, zda mají respondenti znalosti z oblasti typografie nebo zda alespoň znají pojem typografie.

Respondenti byli proto požádáni, aby uvedli, zda jsou obeznámeni s pojmem „typografie“. V případě kladné odpovědi měli možnost zvolit, kde se s tímto pojmem seznámili – ve škole, v práci, v literatuře nebo jiným způsobem.

Z výsledků vyplývá, že většina respondentů (91 %) tento pojem zná, přičemž 66 % dotázaných se s ním seznámilo ve škole. Ostatní odpovědi byly méně četné – koeficient mutuality dosahuje hodnoty $M = 34,74 \%$, což je spíše nižší hodnota měnlivosti (Foret a Stávková, 2003, s. 78). Respondenti byli rozděleni na dvě skupiny podle toho, zda jsou či nejsou obeznámeni s pojmem typografie (skupina A a B).

Existuje předpoklad, že respondenti, kteří jsou již alespoň částečně obeznámeni s typografií, budou přikládat typografickému zpracování větší důležitost. Dále lze předpokládat, že bude kladen větší důraz na vlastnosti, které se přímo týkají mikrotypografického zpracování dokumentu. Jedná se o:

- *písma použitá v dokumentu a vhodnost jejich kombinací,*
- *čitelnost textu* (především na základě stupně písma a použitého zvýraznění),
- *text bez mikrotypografických chyb* (např. pravopis, interpunkce) a použití speciálních znaků v textu.

Tyto vlastnosti jsou upraveny typografickými pravidly, na jejichž základě lze text objektivně hodnotit a srovnávat s míněním respondentů.

Na základě obou předpokladů byly sestaveny a testovány hypotézy.

Předpoklad, zda v hodnocení míry důležitosti vlastností skutečně hraje roli informovanost o pojmu typografie, bude ověřen pomocí testu nezávislosti (dle vzorce I). Informace o skutečných a teoretických četnostech různých způsobů hodnocení uvádí Tab I.

I: Skutečné a teoretické četnosti odpovědí v závislosti na informovanosti o typografii a preferenci jednotlivých vlastností

Skutečné četnosti / (teoretické četnosti)	Míra důležitosti vlastnosti [počet]						Součet
	velmi důležité		středně důležité		málo důležité		
Skupina A – zná pojem typografie	107	(106)	60	(61)	20	(20)	187
Skupina B – nezná pojem typografie	9	(10)	7	(6)	2	(2)	18
Součet	116		67		22		205

Zdroj: vlastní zpracování

Při testování, zda je hodnocení důležitosti mikrotypografických vlastností ve vztahu k informovanosti o typografii, dosahuje testové kritérium hodnoty $\chi^2_{(2;3)} = 0,023$. Hypotézu o nezávislosti nezamítáme. Také Pearsonův koeficient dosahuje hodnoty 0,011, což značí nezávislost. Ohledně vnímání typografické kvality konstatujeme, že obeznáme-

nost s *pojmem* typografie nemá vliv na vnímání typografické kvality.

Dále bylo zjišťováno, kolik respondentů klade důraz na uvedené mikrotypografické vlastnosti (tj. v souladu s typografickými zásadami). Četnost těchto odpovědí uvádí Tab. II.

II: Hodnocení důležitosti mikrotypografických vlastností s četností odpovědí

Vlastnost	Četnost [%]	Hodnota testového kritéria
Použitá písma a jejich kombinace	21	-9,95
Čitelnost textu (stupeň písma, zvýraznění ap.)	70	6,34
Text bez mikrotypografických chyb	78	9,95
Průměr za mikrotypografické vlastnosti	56	1,95

Zdroj: vlastní zpracování

Při předpokládaném normálním rozložení očekáváme, že mikrotypografické vlastnosti by mělo považovat za velmi důležité 50 % respondentů, tedy $\pi_0 = 0,5$. Pokud předpoklad neplatí, je pravděpodobné, že četnost bude vyšší než 50 %. Nulovou hypotézu H_0 a alternativní hypotézu H_1 formulujeme takto:

$$H_0: p = 0,5$$

$$H_1: p > 0,5$$

Hypotézy testujeme podle vzorce II a na hladině významnosti $\alpha = 0,05$. Při posuzování průměrné hodnoty za všechny tři vlastnosti je testové kritérium splněno. Nulovou hypotézu H_0 nezamítáme, a tedy platí, že mikrotypografické vlastnosti jsou důležité pro 50 % respondentů.

Při hodnocení jednotlivých vlastností samostatně se projevují odchylky od očekávané hodnoty velmi výrazně v obou směrech (viz Tab. II). Vyšší důležitost, která je přikládána čitelnosti a bezchybnému textu, je příznivým jevem.

Hodnocení kontrolní skupiny respondentů

Pravopis a interpunkce

Jedním ze sledovaných ukazatelů byla chybovost při hodnocení mikrotypografických vlastností. Do hodnocení byly zahrnuty následující vlastnosti:

- *Mezery* – použití správného druhu mezer nebo rozpoznání nevhodně použité či chybějící mezery včetně použití nezlomitelných mezer. Mezera jako nejčastější znak v textu byla vyčleněna zvlášť.
- *Interpunkce a zvláštní znaky* – do této kategorie patří použití pomlček a spojovníků, interpunkční znamének a ostatních nepísmenných znaků v textu, které mohou mít typografický význam.
- *Pravopis* je rovněž vlastnost, která ovlivňuje kvalitu dokumentu, neboť i formálně výborně upravený dokument s pravopisnými chybami je nepřijatelný.

III: Chybovost v posuzování mezer, interpunkce, sazby zvláštních znaků a pravopisu

Vlastnost	Počet chyb	Počet respondentů [%]	Počet odpovědí [%]
Mezery	39	47	57
Interpunkce, zvláštní znaky	21	25	30
Pravopis	9	11	13
Celkem	69	83	100

Zdroj: vlastní zpracování

V odpovědích od 83 respondentů bylo zaznamenáno celkem 69 chybně určených vlastností. Míru chybovosti sledujeme vzhledem v počtu odpovědí i vzhledem k počtu respondentů (viz Tab. III). Z tabulky vyplývá, že značná chybovost se projevuje v použití mezer – 57 % chyb připadá právě na mezery a tento problém se týká 47 % respondentů.

Písmo

Jednou z dovedností nutnou pro odborné zpracování dokumentu je i volba vhodného typu písma. V ukázce, kde byly použity nevhodné druhy písem, měli respondenti navrhnout použití jiných typů. Tab. IV uvádí počty návrhů i relativní vyjádření. Strukturu návrhů zobrazuje též Obr. 1.

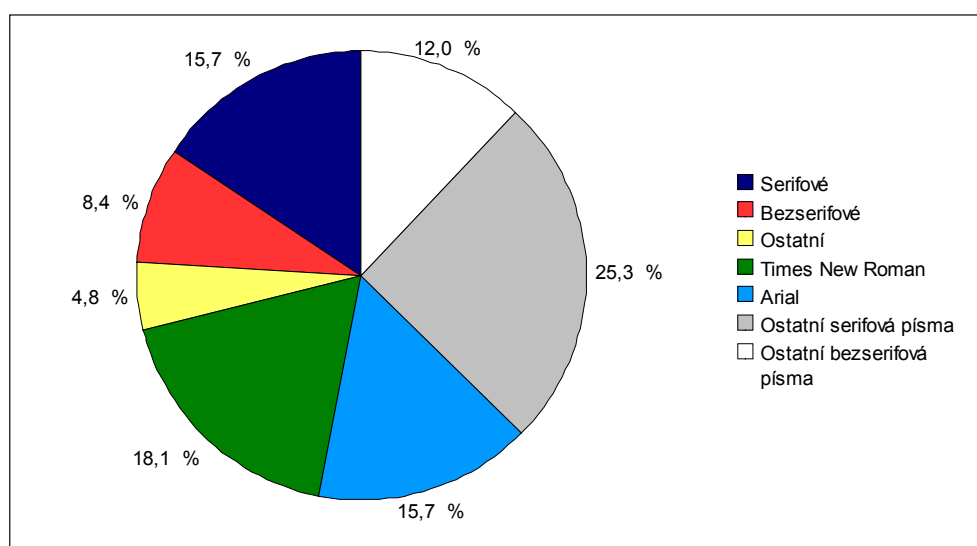
IV: Písma navržená pro ukázkový dokument

Typ (rod) písma	Počet	Počet odpovědí [%]
Serifové	13	15,7
Bezserifové	7	8,4
Ostatní	4	4,8
Pouze kategorie písma (součet)	24	28,9
Times New Roman	15	18,1
Arial	13	15,6
Times New Roman a Arial (součet)	28	33,7
Ostatní serifová písma	21	25,3
Ostatní bezserifová písma	10	12,1
Ostatní písma (součet)	31	37,4
Celkem	83	100

Zdroj: vlastní zpracování

Od respondentů jsme obdrželi 83 návrhy pro volbu písma, přičemž 28,9 % respondentů určilo pouze kategorii (zejména serifové nebo bezserifové písmo), ostatní navrhli konkrétní typ písma. Ve 43,4 % případů se jednalo o serifová písma – zejména Times

New Roman (18,1 %) a dále Palatino, Bookman, Garamond a Baskerville (25,3 %). Ve 27,7 % šlo o bezserifová písma – Arial (15,6 %) a dále Helvetica, Gill, Verdana a Tahoma (12,1 %).



1: Struktura návrhů písma pro dokument

Zdroj: vlastní zpracování

Z konkrétních typů písem byla nejčastěji navrhována písma Arial a Times New Roman (celkem 33,7 %). Tato písma jsou nastavena v programech kancelářského balíku firmy Microsoft jako výchozí. Jsou tedy často používána a také respondenti uvádějí jako hlavní důvod této volby právě rozšířenost zmíněných písem.

V ostatních případech se jedná o běžná a obvykle snadno dostupná knižní písma, která se skutečně v praxi užívají.

Hodnocení správnosti zpracování vlastností

U kontrolní skupiny respondentů již předpokládáme, že rozpoznání, zda je vlastnost v dokumentu

správně či chybně zpracovaná, by nemělo být problémem. Opět sledujeme kombinaci písem, čitelnost a dále zpracování na úrovni znaků – pravopis a interpunkce a také použití speciálních znaků. Správně zpracovanou vlastnost by mělo poznat 50 % respondentů, tedy $\pi_0 = 0,5$. Pokud předpoklad neplatí, je pravděpodobné, že četnost bude vyšší než 50 %.

Nulovou hypotézu H_0 a alternativní hypotézu H_1 formulujeme takto:

$$H_0: p = 0,5$$

$$H_1: p > 0,5$$

V: Vlastnosti dokumentu a četnost správné identifikace kvality jejich zpracování

Vlastnost	Průměrná četnost	Výsledek testu
Písma a jejich kombinace	79,7	zamítáme H_0
Čitelnost textu	80,5	zamítáme H_0
Pravopis a interpunkce	61,7	nezamítáme H_0
Použití speciálních znaků	54,2	nezamítáme H_0

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledky jsou posouzeny pro každou vlastnost zvlášť a jejich přehled je uveden v Tab. V. Ve dvou případech přijímáme nulovou hypotézu, vlastnost správně ohodnotilo cca 50 % respondentů. Případ se týká pravopisu a interpunkce a speciálních znaků. U kombinace písem a čitelnosti textu hypotézu zamítáme, úspěšnost je zde vyšší (cca 80 %), což je příznivý výsledek.

Porovnání obou skupin respondentů

Jak u původní, tak u kontrolní skupiny respondentů sledujeme úspěšnost při posuzování jednotlivých ukázek. Správná odpověď zahrnuje případ, kdy respondent poznal správně provedenou vlastnost nebo identifikoval vlastnost realizovanou ne-

správně. Chybná odpověď zahrnuje především případy, kdy respondent neodhalil chybnou vlastnost, a také ojedinělé případy, kdy byla správně realizovaná vlastnost označena jako chyba.

Z Tab. VI vyplývá, že lepšího výsledku dosáhla kontrolní skupina, která dosáhla 72 % úspěšnosti v hodnocení předložených ukázek v porovnání s výsledkem 62 % u původní skupiny. Dle očekávání měly chybné odpovědi opačný charakter, v kontrolní skupině bylo zaznamenáno méně špatných odpovědí (pouze 18 % oproti 34 % u původní skupiny). U kontrolní skupiny se také více projevila větší opatrnost v hodnocení – 9 % otázek nebylo jednoznačně zodpovězeno.

VI: Srovnání úspěšnosti hodnocení u původní a kontrolní skupiny

	Původní skupina [%]	Kontrolní skupina [%]	Hodnota testového kritéria
Správná odpověď [%]	62	72	-1,66
Chybná odpověď [%]	34	18	2,69
Bez odpovědi [%]	4	9	-1,92

Zdroj: vlastní zpracování

Obě skupiny respondentů hodnotily stejné mikrotypografické vlastnosti. Nulová hypotéza H_0 předpokládá, že hodnocení obou skupin respondentů je shodné, alternativní hypotéza H_1 předpokládá, že shodné není.

Pro srovnání využijeme test o dvou relativních četnostech (vzorec III) a testování provádíme na hladině významnosti $\alpha = 0,05$. V případě rozpoznání správně

odpovědi a v případě žádné odpovědi hypotézu nezamítáme a lze konstatovat, že respondenti hodnotili dokumenty shodně. V případě rozpoznání chybné odpovědi hypotézu zamítáme. Rozdílnost hodnocení zde vyplývá již z relativní četnosti odpovědí, v němž si výrazně lépe vede kontrolní skupina respondentů.

DISKUSE

Důležitost typografických vlastností

Výzkum zaměřený na hodnocení mikrotypografických vlastností dokumentů pracoval jak se skupinou neškolených uživatelů, tak se skupinou, která již prošla výukou zaměřenou na typografii. Zjištěné výsledky by nyní měly pomoci odpovědět na otázku, zda má výuka vliv na vnímání typografické stránky dokumentu a zda a jak zařadit typografii do výuky.

U původní skupiny respondentů jsme zkoumali i hodnocení důležitosti typografických zásad, tedy, zda si respondenti uvědomili, že i na typografické úpravě záleží. V hodnocení se objevovaly značné rozdíly a ne všem vlastnostem byla přikládána požadovaná a očekávaná důležitost. Je pravděpodobné, že respondenti jsou výrazně ovlivněni špatnými příklady dokumentů v běžné praxi.

V dotazníku, který vyplňovala původní skupina respondentů, měli respondenti uvést vlastnosti, jimiž se vyznačuje kvalitní dokument. Z 205 osob si pouze pět osob aktivně vzpomnělo na typografické vlastnosti (vhodné písmo, bezchybná sazba apod.) To zcela zřetelně svědčí o tom, že typografické zásady nejsou součástí běžného povědomí, což lze mj. přisuzovat jejich absenci ve školní výuce.

Testem bylo ověřeno, že pro 50 % respondentů je kvalita důležitá, ale jen minimální počet z nich je schopen určit, v čem dosažení příslušné kvality spočívá.

Kvality dokumentu se však nemůžeme vzdát – pokud ano, bude dokument neestetický a jeho vzhled začne čtenářům vadit (Larson, 2006). Typografická kvalita by měla být samozřejmým základem dokumentu (Beran, 2003).

Hodnocení typografických vlastností

Na otázku hodnocení typografických vlastností a posouzení jejich správného či chybného provedení může lépe odpovědět kontrolní skupina respondentů, která již prošla výukou. Kromě toho můžeme posuzovat, jaký vliv má výuka na hodnocení vlastností dokumentu.

I přes výukové působení byly zaznamenány četné chyby. Z výsledků vyplývá zejména problematické hodnocení použití mezer (chyby u 47 % respondentů) a interpunkce (25 %). To svědčí o nedostatečnosti prezentace typografických pravidel jen v přednáškové části předmětu, ale i o problematických výsledcích výuky českého jazyka (ortografie).

Překvapivé výsledky přinesla i analýza návrhů na výběr písma (písem) pro dokument. V návrzích se velmi často objevovala dosud nejpoužívanější písma z kancelářského balíku Microsoft Office, a to Times New Roman a Arial (37 % všech odpovědí a dokonce 55 % respondentů). Výběr byl nezřídka zdůvodněn tím, že jde o nejpoužívanější písma. Čtenáři jsou tedy velmi ovlivněni tím, s čím se neustále setkávají, byť kvalita těchto písem je diskutabilní. V tomto ohledu je třeba seznámit studenty i s alternativním řešením a s širokou nabídkou jiných, kva-

litních písem, která splňují nejen estetické nároky, ale jsou také lépe čitelná.

Čitelnost souvisí s oběma předchozími faktory, ale i s dalšími vlivy (např. s uspořádáním stránky). Jako komplexní vlastnost se velmi špatně posuzuje. Z výsledků lze však vysledovat, že ukázka, která již byla velmi špatně čitelná, nezískala u respondentů tak špatné hodnocení, jaké by si zřejmě zasloužila. Nesoulad lze vysvětlit tím, že díky vlivu nekvalitních dokumentů připadá text čtenářům ještě čitelný i tehdy, kdy už by byl pro typografa nepřijatelný.

Porovnání hodnocení typografických vlastností

Porovnáním hodnocení obou skupin můžeme usuzovat na vliv výuky na vnímání a hodnocení typografické stránky dokumentu.

Jednotlivé vlastnosti označilo správně, v souladu se skutečností, průměrně 62 % respondentů z první skupiny a 72 % z druhé skupiny. Druhá (kontrolní) skupina tak dosáhla podle očekávání lepších výsledků. Výraznější rozdíl nastal v případě chybně rozpoznávaných vlastností – zatímco u první skupiny odpovědělo chybně 34 % respondentů, u kontrolní skupiny to bylo pouze 18 %. Tento rozdíl lze vysvětlit právě působením výuky, kde se studenti seznamují s typografickými zásadami a jejich použitím. U kontrolní skupiny respondentů je také vyšší míra nezodpovězených otázek (9 % oproti 4 % u původní skupiny). Důvodem může být opatrnější hodnocení, ale také nejistota ohledně správné odpovědi. Řešením může být poskytnutí většího výukového prostoru pro zdůraznění typografických zásad.

Z předcházejícího výzkumu vyplývá, že pro čtenáře jsou důležité ty prvky dokumentu, které jsou vizuálně výrazné a poutají pozornost. Tato skutečnost je nyní doplněna o poznatek, že mikrotypografickým vlastnostem dokumentu je věnováno méně pozornosti a mnoho chyb je ignorováno. I drobné detaily mikrotypografického zpracování však přispívají k lepší čitelnosti a celkové vyšší kvalitě dokumentu.

Tento nedostatek však může být napraven výukovým působením. Lepší výsledky u kontrolní skupiny respondentů poukazují na to, že má smysl vyučovat typografii. Vzhledem k zaznamenaným chybám to lze považovat za nutné. V příslušných předmětech je zároveň potřebné věnovat více prostoru procvičování typografických pravidel a učit studenty rozpoznávat typografické nedostatky na reálných dokumentech. V navrhovaném předmětu Bakalářský seminář by bylo vhodné věnovat cca 2/3 praktických cvičení mikrotypografickým zásadám a vhodné volbě písma, zbylou třetinu pak vhodné realizaci těchto zásad pomocí prostředků výpočetní techniky. V předmětu Zpracování textů počítačem je pak potřebné zvětšit prostor pro procvičení mikrotypografických pravidel.

ZÁVĚR

Výzkum realizovaný na Provozně ekonomické fakultě MZLU v Brně se zabývá vlivem výuky na vní-

mání vybraných typografických vlastností dokumentů. Cílem tohoto výzkumu bylo zjištění, jak jsou hodnoceny a vnímány mikrotypografické vlastnosti dokumentu a zda, popř. jak může být tato situace ovlivněna výukovým působením.

Při porovnání výsledků obou skupin respondentů dosáhla lepších výsledků ta skupina, která již prošla výukou typografie. Tento fakt přičítáme právě vlivu výuky, což vede k rozhodnutí posílit výuku typogra-

fie a navrhnout její skladbu tak, aby mohly být eliminovány současné chyby respondentů. Výuka se tak bude ve větší míře soustředit na mikrotypografické zásady a práci s písmem. Cílem je naučit studenty připravovat dokumenty na vyšší kvalitativní úrovni, což se týká zejména závěrečných (bakalářských a diplomových) prací. V první fázi bude inovován předmet Bakalářský seminář, je zde však i prostor pro další rozvoj.

SOUHRN

Článek je věnován problematice vnímání a hodnocení vybraných typografických vlastností dokumentu a možnostem jejich ovlivnění ve výuce. Výsledky byly získány na základě vlastního výzkumu, který zjišťoval, jak studenti hodnotí dokumenty po typografické stránce. Výzkumu se účastnily dvě skupiny respondentů, z nichž druhá byla absolventy předmětu zaměřeného na typografii, zatímco první nikoli. Obě skupiny hodnotily typografické vlastnosti dokumentu – písmo, interpunkci, pravopis, použití speciálních znaků i čitelnost. Druhá skupina dosáhla dle očekávání lepších výsledků (72% úspěšnost oproti 62% u původní skupiny), ale zároveň se také dopustila výrazně menšího množství chyb.

U první skupiny, která nebyla ovlivněna výukou, jsme hodnotili také vnímání důležitosti jednotlivých vlastností. Za méně důležité bylo považováno písmo, což je v rozporu s typografickými zásadami. Druhá skupina pak byla požádána přímo o výběr vhodného písma pro dokument, volena ale byla spíše nevhodná písma. Jako problematické se ukázalo i hodnocení ostatních typografických vlastností, nejen použití speciálních znaků a mezer, ale např. i pravopisu.

Tyto problémy by mohly být eliminovány zařazením typografie do výuky i vhodnou skladbou výukových témat. Pro tyto účely je navržen předmět Bakalářský seminář, který bude studenty seznamovat se zásadami tvorby odborných prací a především závěrečných prací.

typografie, vnímání kvality, dokument, výuka

SUMMARY

This paper is concentrated on the problems of perception and evaluation of chosen typographical characteristics of document and on possibilities of their impact on teaching. The results were obtained on the basis of our research which probed how students evaluate documents and their typographical aspects. There were two groups to take part in the research: the second group was students who had studied an elementary typography course, while the first group students had not. Both groups evaluated document's typographical characteristics: fonts, punctuation, orthography, special characters use and readability. The second group had better results according to expectation (72% success) and also had made fewer mistakes.

At first group's results which were not influenced by teaching we evaluated also the importance of individual characteristics. Fonts were considered to be less important which is in contrast with typographical rules. The second group was asked to choose an appropriate font for the document but chosen fonts were not very suitable. Also evaluation of other typographical characteristics appeared to be problematic, mainly the use of special characters and spaces, but also the orthography.

These problems could be eliminated by including typography into teaching and also by appropriate structure of topics. For these purposes, the course called Bachelor seminar will be innovated and will inform students about rules for working out seminar works and theses.

Článek vznikl v rámci výzkumného záměru MSM 6215648904/03/03/06.

LITERATURA

- BERAN, V., 2003: *Aktualizovaný typografický manuál*. 3. vyd. Praha: Kafka design. ISBN 80-901824-0-2.
FORÉ, M., 2006: *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 443 s. ISBN 80-251-1041-9.
FORET, M., STÁVKOVÁ, J., 2003: *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 160 s. ISBN 80-247-0385-8.

- HINDLS, R., HRONOVÁ, S., SEGER, J., FISHER, J., 2006: *Statistika pro ekonomy*. 7. vyd. Praha: Professional Publishing. ISBN 80-86946-16-9.
HINDLS, R., HRONOVÁ, S., NOVÁK, I., 2000: *Metody statistické analýzy pro ekonomy*. 2. přepracované vydání. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-013-9.

- JANÁK, R., 1997: *Grafická firemní propagace: návrhy pro firmu Foliofont*. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého. Dostupné z <http://typografie.unas.cz/diplomka.pdf>.
- KOLEKTIV AUTORŮ, 2005: *Pravidla českého pravopisu*. 2. vyd. Praha: Academia. 391 s. ISBN: 80-200-1327-X.
- KOLEKTIV AUTORŮ, 2007: *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání – verze 2007* [online]. [cit. 2008-06-15]. Dostupné z http://www.msmt.cz/uploads/soubory/zakladni/RVPZV_2007.zip
- KOZEL, R. a kol., 2006: *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- LARSON, K., 2006: Jak změřit zážitek ze čtení. *Typo*, č. 22. ISSN 1214-0716.
- SCHELLMANN, B. a kol., 2004: *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotáles. 484 s. ISBN 80-86706-06-0.
- SRPOVÁ, H. a kol., 2007: *Od informace k reklamě*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita. 271 s. ISBN 978-80-7368-265-1.
- Sylabus předmětu ZTP – *Zpracování textů na počítači* [online]. 2008 [cit. 2008-06-10]. Dostupné z http://is.mendelu.cz/katalog/syllabus.pl?predmet=36758;zpet=/katalog/index.pl?fakulta=43110,obdobi=163,obdobi_fak=597,jak=dle_jmena
- TALANDOVÁ, P., RYBIČKA, J., 2008: Subjektivní hodnocení významnosti vybraných typografických vlastností marketingových materiálů. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, č. 3. ISSN 1211-8516.
- VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J., 2007: *Reklama: Jak dělat reklamu*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing. 184 s. ISBN 978-80-247-2001-2.

Adresa

Ing. Petra Talandová, doc. Ing. Jiří Rybička, Dr., Ústav informatiky, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika

