

KAN TYPOGRAFI GI NY MENING TIL EN TEKST?

# Bachelor oppgave

**BOP3102**

**Bachelor i grafisk design**

**2017**



«Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»

Takk til Fredrik for masse hjelp og støtte.

Også takk til Christiane for masse emosjonell støtte og litt hjelp, du er prøvekanin.

Takk til Kevin, Pål Eirik, Waqas, CG og alle andre som har hjulpet i en eller annen forstand

## Sammendrag

Denne oppgaven omhandler mening gjennom typografi. Kan mening lages gjennom kombinasjonen av innhold og visuell fremtreden? Med utgangspunkt i boken *Fagre nye verden* har jeg brukt en blanding av teori, designresearch og designutforskning for å forsøke å finne ut av dette.

## Innhold

1 Innledning	4
1.1 Bakgrunn for prosjektet	4
1.2 Problemstilling	4
2 Teori	4
2.1 Begreper	4
2.2 Teorigrunnlag	5
2.3 Historiefortelling	6
3 Prosjekt	6
3.1 Om boka «Fagre nye verden»	6
3.2 Avgrensning/utforskning	8
3.3 Samfunnskritikk og formidling	9
4 Praktisk resultat	10
4.1 Teoretiske aspekter ved det praktiske arbeidet	11
5 Konklusjon	11
6 Litteraturliste	12

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn for prosjektet

Prosjektet startet med utgangspunkt i middelaldermanuskripter. Stephen G. Nichols (Johnston og van Dussen 2015, 34–36) fremhever hvordan skriveren påvirket innholdet i manuskriptet, trolig på tvers av forfatterens intensjoner, og at de plasserer teksten inn i sin samtid. Fra dette perspektivet var ikke boken en ren reproduksjon av forfatterens visjon, men en aktualisering av innholdet sett med skriverens øyne. Nichols (Johnston og van Dussen 2015, 38–40) fremhever at manuskriptet brukte illustrasjoner og dekor som formidlende elementer, ikke som visualisering av tekstens innhold, men komplimenterende til – og likestilt med – teksten, slik at de sammen med den skapte en formidlende helhet. Dette prosjektet er en studie av hvordan denne tilnærmingen kan brukes innen en moderne design metodikk.

## 1.2 Problemstilling

**Kan typografi gi ny mening til en tekst?** Problemstillingen er på mange måter teoretisk, men den utforskes også gjennom designet av Aldous Huxleys *Fagre nye verden*.

Det er viktig å presisere at jeg her ikke mener en ny mening som erstatter en pre-eksisterende og fastsatt mening i teksten, men at jeg ønsket å utforske hvorvidt – og hvordan – mening i teksten kan utvides, bygges på eller fremtre annerledes gjennom typografi.

# 2 teori

## 2.1 Begreper

Umberto Eco definerer et tegn som korrelasjonen mellom signifikant og signifikat – hvor noe står for noe annet – altså i kombinasjonen av det som faktisk oppfattes (bilde, lyd osv.) og dets mening/betydning. Dette er den definisjonen jeg følger i denne oppgaven og begrepet omfatter da alle mulige sensoriske entiteter så vidt de kan tolkes til å ha en betydning separat fra denne.

Øyvinn Rannem (2005, 194–195) definerer emnebetoning – eller kongenialitet – som å finne et uttrykk som passer budskapet og et budskap som passer innholdet gjennom assosiasjon. Jeg bruker en litt forenklet definisjon hvor emnebetoning tilsvarer å gi et noe et åndsslektskap til en eksisterende visuell sjanger eller en spesiell uttrykksform som er kjent for leseren fra før.

Rosenblatt (1993, 383) skiller mellom efferent og estetisk lesning, hvor efferent lesning er informasjons-søkende og estetisk lesning fokuserer på gjennomlevning når man leser. Dette er

et viktig aspekt fordi det da er rimelig å anta at de to ulike formene for lesning krever en ulik design-tilnærming.

## 2.2 Teorigrunnlag

Rannem (2005, 132–135) fremholder typografi som meta-informasjon – informasjon som underbygger budskapet i teksten. Denne meta-informasjonen kan være subtil eller svært synlig, men det ligger i typografis natur at den kan underbygge eller motarbeide innholdet. Et aspekt ved dette er at typografien gjør teksten lettere å lese og navigere (Rannem 2005, 138), men et annet perspektiv er at typografien påvirker vår oppfatning av innholdet.

Når Rosenblatt (1993, 383) omtaler efferent og estetisk lesning har hun en litterær tilnærming, og er ikke opptatt av den visuelle utformingen, men i den grad typografien er med på å påvirke leseprosessen er dette viktig. Rannem (2005, 138–139) hevder at det er viktig å redusere leserens usikkerhet ved å gjøre typografien entydig semantisk og i syntaks, så vel som å underbygge budskapet typografisk. Dette fører til en enklere, raskere og mindre motvillig leseprosess, hvor det typografiske uttrykket svarer til leserens konvensjoner. Når man ser dette i sammenheng er det rimelig å anta at formen for lesning teksten skal utsettes for også vil være avgjørende for utformingen. Designeren har ikke nødvendigvis kontroll over dette, men det finnes situasjoner hvor dette er forutsigbart.

Å tolke et tegn, hevder Eco (1986, 43–44), er å definere en del av en helhet, i siste instans av verden, og tolkningen av ethvert tegn øker vår forståelse av det tegnet. Når noe tolkes vil med andre ord tolkerens personlige erfaring være instrumentell i tolkningen og samtidig berikes av den. Rosenblatt (2005, 65) påpeker viktigheten av leserens evne til å koble innholdet til egen erfaring. Dette fremhever viktigheten i å relatere innholdet til eget liv, slik det også fremgår i Shannons kommunikasjonsmodell (gjengitt i Rannem 2005, 132). Derfor er det leserens oppfattelse av mening som er avgjørende, og hvis leseren kan utvide sin forståelse av innholdet vil det tilsvare å ha funnet ny mening i det.

Eco (1986, 44) hevder tegnets innhold og uttrykk ikke kan betraktes som ulike tegn, men former tolkningen som et felles tegn i relasjon til en kontekst. Slik sett vil utformingen – det visuelle uttrykket – ikke bare prege innholdet, men gjenspeile det hos leseren: Typografien får en «fortellerstemme», ikke slik Rannem (2005, 138) fremstiller det – som meta-informasjon som må gjøre budskapet så entydig som mulig – men som en del av det som tolkes, av selve budskapet. Slik sett vil ikke brudd med konvensjoner føre til usikkerhet slik Rannem hevder (Ibid.), men til en retolkning av budskapet selv. Typografi kan derfor gi leseren en annen innsikt i – og opplevelse av – et innhold.

## Historiefortelling

Når man forteller en historie muntlig forholder man seg direkte til det publikum historien fortelles til, dette er dessverre ikke tilfellet når historien formidles med typografi. Innen grafisk design er publikum mottakere av informasjon og defineres som en målgruppe, designeren må forstå målgruppens koder, smak, hierarkier osv. (Noble og Bestley 2016, 136). Et budskap må derfor møte mottakeren på dennes premisser, for å nå frem på rett måte. Mottakerens forståelse av budskapet er betinget av dennes kultur, sosiale posisjon og holdninger så vel som den konteksten budskapet opptrer i, på denne måten er mottaker med å skaper det budskapet de mottar (Davis 2015, 18–29). Designeren må derfor forholde seg til både innholdet i budskapet og mottakerens forutsetninger i formidlingen. Derfor er det viktig å finne analogier mellom budskap og mottaker. Ved å appellere til leserens kulturelle verdier, aspirasjoner og kanskje særlig fordommer, kan designeren formidle en historie som blir relevant for leseren.

Larsen (2010, 23–24) påpeker hvordan utforming og det visuelle er naturlige og potente virkemidler i dystopiske fortellinger, som også kan være essensielt for hvordan den oppfattes. Dermed er det allerede tilløp til at man i sjangeren bevisst danner mening gjennom kombinasjonen av det visuelle og innholdet.

Umberto Eco (1986, 25) hevder at en metafor, hvis funksjon er å si at en ting også er noe annet, kun kan eksistere hvis tegnene allerede eksisterer og anser evnen til å tømme, ødelegge og rekonstruere tegn som en forlengelse av Buysens teori om at tegn/symboler/ord får sin mening fra sammenhengen de opptrer i. Fra dette perspektivet trenger ikke et oppslag kun å være en funksjonell formidler av innhold – en komposisjon av tegn – men har en kompositorisk mening som kombinert med en tekst kan skape en felles metafor. Betydningen av metaforen er derimot kun meningsfull hvis mottakeren har en pre-eksisterende kjennskap til betydningen av de to elementene (Ibid.) På denne måten gjør man ikke bare en historie relevant og gjenkjennelig for leseren, men man fyller den samtidig med mening. Derfor, om man tar utgangspunkt i at en tekst først og fremst vil være gjenstand for estetisk lesning, kan man anta at typografien også vil utgjøre en del av den estetiske gjennomlevningen. Det er også nærliggende å tro at selve leseprosessen, altså hvordan innholdet kan inntas vil påvirke dette.

## 3 Prosjekt

### 3.1 Om boka «Fagre nye verden»

#### TEMATISKE ASPEKTER I TEKSTEN

Fagre nye verden har et kritisk syn på vitenskapen. Huxley stiller spørsmål ved bioteknologiens påvirkning på samfunnsutviklingen. Rannveig Larsen (2010, ) viser hvordan dette aspek-

tet av teksten har klare dystopiske trekk og hvordan det er en meget aktuell problemstilling i dag. Parallellene til genmodifisering, stamcelle-forskning og doping/prestasjons fremmede medisiner er åpenbare.

Larsen (2010) vektlegger den biologiske masseproduksjonen som dystopisk motiv i teksten, men tar ikke fullt ut tak i motivasjonen bak. Hele samfunnet i boken er drevet av forbruk og forbruket er totalt. Samfunnet i boken er ikke kapitalistisk, men rendyrker selve forbruket. De ulike karakterene er definert gjennom status og forbruk, og kan ikke lenger defineres utifra individuelle-personlige egenskaper, noe også karakterene i boken har vanskelig for å akseptere og som en følge havner de utenfor det sosialt akseptable (Huxley 2017). Derfor er Fagre nye verden vel så mye en kritikk av forbrukersamfunnet som av den bioteknologiske utviklingen. Thor Øivind Jensen (Schjeldrup og Knudsen 2007, 192–193) fremstiller masseforbruket i vårt samfunn som en kilde til selvrealisering, men i Fagre nye verden fremstilles denne formen for konsum som det motsatte; en opplevd individuell lykke på bekostning av det individuelle jeg-et. Forbruket leder til et tap av individualitet og bunner ut i en søken etter momentan lykke (Larsen 2010, ). Vi blir også fortalt (Huxley 2017) hvordan teknologien ikke er det som driver samfunnet videre, slik det fremstilles for menneskene i denne verden, men forbruket – samfunnsmaskineriet – som dikterer det hele. Dette henger uløselig sammen med masseproduksjon, som kan betraktes som en annen dimensjon av forbruket.

Dopet soma er også et viktig element i boken og har sågar blitt et kjent symbol i vår kultur. Soma er et rekreasjonelt dop – uten negative bivirkninger – men det har også klare paralleller til antidepressiva. Likevel er det ikke nødvendigvis som medikament det er best kjent i vår kultur, men virkelighetsflukten og den passiviteten den påfører i forhold til personlige, sosiale og politiske problemer gjør det til et relevant symbol i mange sammenhenger. Legger man til at den rasjoneres ut av staten med nettopp dette øyemed – å holde populasjonen passiv – har man et svært potent politisk og kulturelt symbol. At det er vidtfavnende trenger ikke være negativt, det forenkler en del for Huxley i sin håndtering av tematikken og tillater oss å trekke mange paralleller.

Et viktig aspekt i teksten er ungdommelighet og umodenhet. Menneskene i den nye verden har utpregede barnslige aspekter, som manglende selvkontroll og selvinnsikt; de er drevet av jakten på den øyeblikkelige og håndfaste tilfredsstillelse. Dette er også aspekter som forbruk og reklame baserer seg på. John Berger (1972, 132) fremhever hvordan reklamen viser forbrukeren en fremtidig tilstand av lykke som aldri kan oppfylles, Huxley viser oss et samfunn hvor de kan det, men hvor denne tilstanden – eller illusjonen om den – kun kan opprettholdes gjennom stadig forbruk; gjennom stadig å tilfredsstille lyster og ambisjoner som med vitenskapelig presisjon holdes enkle og banale nok til alltid å kunne tilfredsstilles. Lystene er i stor grad kroppslige og/eller enkle noe som fremheves gjennom dopet soma, tydelig avledet av begrepet somatikk. Som et slags grunnlag for dette forbruket er menneskenes vedvarende ungdom – fysikk og utseende holder seg på et stadiet tilsvarende tidlig i tjuårene – og det er på mange måter premisset som gjør drømmen oppnåelig.

Enda en relevant tematikk i et samfunnsperspektiv er klasse. I den fagre nye verden er det ingen rom for klassereiser; alle er født og oppdratt til å passe sin sosiale status (Huxley 2017). Klassene i Fagre nye verden kan sees i forhold til klasser i vårt samfunn, og reflekterer det teorien om at man fødes inn i en klasse og er preget gjennom oppdragelse til å føle tilhørighet til denne. Bourdieu (1995) fremhever dette aspektet i det franske samfunnet og bruker begrepet habitus om den predisposisjon vi har for klassetilhørighet. Fagre nye verden kan derfor betraktes som en ekstremifisering av dette, hvor habitus formes biologisk og psykologisk av samfunnet fra fosteret unnfanges.

Det siste store temaet jeg har sett på fra teksten er pregning, eller kondisjonering (i oversettelsen til Georg Brochmann, 1948) – conditioning i på originalspråket – som kan sees som en form for kollektiv dannelse og – til en viss grad – utdanning. I denne verden blir alle formet som perfekte samfunnsborgere og konsumenter allerede fra før fødselen/«klekkingen» og de indoktrineres med verdimeringer og oppfattelser som er godkjent av staten. Det er mange paralleller som kan trekkes mot hvordan vi som samfunn former våre barn, særskilt gjennom offentlige institusjoner som skole, men også gjennom media, sosial påvirkning osv. Dette er sterkt knyttet til klasse-aspektet, men kan også sees i et mer generelt perspektiv. Et gjennomgående tema er også hvordan denne pregningen er avgjørende for den enkeltes oppfatninger av normalitet så vel som rett og galt, og hvordan dette igjen er en forutsetning for opprettholdelsen av den regjerende samfunnsstrukturen.

#### **PARALLELLER TIL DAGENS SAMFUNN**

I et overordnet perspektiv kan det hevdes at innbyggerne i den fagre nye verden holdes vakre, naive og – dels avhengig av klasse – dumme. De gis meninger og ideer som reflekterer den gjeldende politiske ideologien, de deles i klare klasser og all deres indre motivasjon blir forsøkt rettet mot det håndgripelige og helst det som kan kjøpes og forbrukes. Når de opplever dissonans anbefales de å medisinere seg, eller kanskje – ettersom medikamentet soma er så mye mer enn et medikament slik vi kjenner dem i dag – å erstatte de vanskelige følelsene med en form for tilfredsstillelse av andre behov.

Samtlige av de overordnede temaene i boken speiles i vårt samfunn i dag, og flere av aspektene – som fysisk modifisering, masseproduksjon og masseforbruk, forherligelse av ungdom osv. – er like, eller mer relevante i dag enn de var når boken først utkom i 1932. Andre som dannelse i samfunnet osv. er fremdeles relevante.

### **3.2 Avgrensning/utforskning**

Når boken skulle aktualiseres – altså henvende seg til en moderne leser – var det nødvendig med utforskning av samtidens uttrykk – først og fremst grafiske og typografiske, men også arkitektoniske, kulturelle osv. Mye av dette arbeidet fokuserte på å finne visuelle uttrykk som



reflekterte samtiden så vel som tematikken i boken.

Det var et premiss for denne utforskningen at samtidens visuelle språk ikke utelukkende er utformet av det moderne, men kanskje i enda større grad det umoderne. Det som ikke lenger er nytt har kanskje ikke den samme betydningen som det hadde da det var det, men mytene og fordommene har samtidig hatt tid til å få rotfeste i kulturen og de er fremdeles viktige tegn i det moderne samfunn. Et eksempel på dette kan være, som Berger (1972, 130, 140) påpeker, hvordan reklame bruker det gamle for å tilegne seg en historisk dimensjon. Et annet eksempel er Roland Barthes (2009, 139–150) soldat, hvis uniform og salutt er gamle, men viktige komponenter for å skape et tegn.

Et annet premiss var at de uttrykkene måtte være sterke nok til å formidle noe i seg selv, altså å skille seg ut. Eco (1986, 38) viser at et tegn hvis betydning er for vid nødvendigvis også er et svakt tegn. Derfor er det viktig at de tegnene som brukes i formidlingen ikke er for vidt favnende i sin betydning.

Et siste premiss var at de skulle kunne bringe frem et eller flere aspekter ved boken på en måte som ga mening for leseren. Altså at tegnene var kjente for leseren.

### 3.3 Samfunnskritikk og formidling

Når man skal formidle en dystopisk roman, forholder man seg til noen spesifikke utfordringer i forholdt til hva som skal formidles. Larsen (2010, 22–23) fremhever hvordan det dystopiske universet som regel har et samfunnskritisk formål som utløses ved å skape likhet til vår virkelighet, men også en fremmedgjør det fiktive universet. Derfor er det viktig at det som fremstilles er gjenkjennelig, men også fremstår som fremmed for leseren.

I mitt prosjekt var det viktig at noe «fremmed» skulle etableres tidlig, slik at emnebetoningen kunne fungere effektivt i etterkant. Det er likevel ikke slik at man kan skape noe som er totalt fremmed for leseren hvis det fremdeles skal kommunisere noe til leseren, det er derimot viktig å skape noe som ikke er direkte «gjenkjennelig» som noe annet. En mulighet er å bruke det groteske som et mål i formgivningen. Det groteske og deformerte er ifølge Larsen (2010, 24–25) et virkemiddel i dystopien for å kritisere samfunn og ideologi i samtiden. På denne måten er det mulig å skape noe som ikke assosieres med konkrete kulturelle fenomener, men som likevel gir leseren en opplevelse som er relevant for innholdet.

Når man skal bruke emnebetoning som samfunnskritikk er det nødvendig med en viss kjennskap til leserens kultur. Når Barthes (2009, 4–10) fribryter lever opp til – eller ned til – forventningene er det fordi han vet, som alle de andre tilstede, at det er slik det skal være. Ingen vurderer realismen i det som utspilles nettopp fordi det passer med publikums kulturelle fordommer. Fordommer er muligens enda mer potente når de er negativt ladet. Når Barthes (2009, 43–47) beskriver hvordan Gaston Dominici blir tillagt et språk og en karakter som passer til anklagernes verdensbilde, beskriver han nettopp dette. En man som blir redusert til en karikatur sett gjennom kulturelle fordommer. Forskjellen på den onde fribryteren og Gaston

Dominici er kanskje ikke mer enn virkeligheten bak?

Leseren av en bok har nødvendigvis kulturelle fordommer. Forventninger til hvordan bestemte uttrykk leverer visse typer informasjon og følgelig positive og negative assosiasjoner knyttet til disse. Skal man formidle noe vil både de negative og positive assosiasjonene ha viktige funksjoner. Som med Barthes (2009, 3–14) «bastard» hvor publikum først må oppfatte ham som en nedrig karakter før deres rettferdighetsideal kan utspille seg, han må fordømmes. Jeg vil nesten gå så langt som til å hevde at det er nødvendig å henvende seg til leserens negative fordommer i formidlingen av en dystopi. Det groteske og deformerte er ifølge Larsen (2010, 24–25) et virkemiddel i dystopien for å kritisere samfunn og ideologi i samtiden. På denne måten bruker dystopien fordommer og avsmak for å kritisere, men det er kun mulig om man har en kjennskap til hva leseren oppfatter som deformert eller usmakelig.

Det er også et mulig å bryte med konvensjoner. Det blir i seg selv et tegn, slik Berger (1972, 112) hevder Rembrants senere selvportrett blir, siden det bruker konvensjonenes språk mot seg selv. Det kan hevdes at samfunnskritikk er et angrep på konvensjonene selv og at en kritikk må å bryte med konvensjonene for å synliggjøre dem, selv om det må skje på en bevisst og målrettet måte for å fungere som tegn.

Det er ikke slik at leseren må være bevisst de konkrete virkemidlene for å oppfatte mening, det holder at han oppfatter meningen. Som Barthes (2009) påpeker er ikke mytens konsumenter nødvendigvis beviste på at mytene forespeiles dem. Berger (1972, 130–131) er inne på det samme når han sier at vi ikke lenger er beviste reklamens fulle innvirkning, og at summen av alle de enkelte reklamene skaper sitt eget usynlige språk. Det er ikke nødvendigvis slik at leseren må være klar over alle de enkelte faktorene, eller bli bevist helheten, for å bli påvirket av den.

Barthes (2009, 86) beskriver hvordan borgerskapets myter bunner ut i å betrakte alt som essensen av noe – som typer. Altså er mytene våre basert på konvensjonelle tegn som i siste instans bekrefter vårt eget selvsentrerte verdensbilde. Det er gjennom behandlingen av disse konvensjonene og at man kan gi noe mening for leseren. Hun vil ha med seg disse konvensjonene inn i lesningen og som Eco (1986, 42–45) også sier, er det samspillet mellom denne forforståelsen og tegnene vi utsettes for som skaper mening.

En samfunnskritisk i dagens samfunn vil nødvendigvis, som Huxleys, være en kritikk av forbrukersamfunnet. Berger (1972, 132–150) forklarer forbrukersamfunnet hvor vi – det han kaller tilskuer/konsumentene – hele tiden forespeiles en bedre fremtid vi kan kjøpe.

## 4 Praktisk resultat

Det praktiske prosjektet mitt resulterte i satsen av to fulle kapitler og del en av et todelt kapittel fra *Fagre nye verden*. Dette har konstituert en del visuelle undersøkelser, skissearbeid og utviklingen av elementer som er kartlagt i vedlegg 2 og 3.

## 4.1 Teoretiske aspekter ved det praktiske arbeidet

Det praktiske resultatet inkluderer en del aspekter som ikke passer inn i den teoretiske redigeringen, enten på grunn av at det inneholder en større andel subjektiv vurdering, eller fordi de står i et indirekte forhold til problemstillingen. Her vil jeg forsøke å komme med noen eksempler på dette.

*Uleselighet:* Rosenblatt (2005, 65) påpeker hvordan den begynnende leser høyt uten å forstå meningen ikke evner å koble innholdet til egen erfaring. Jeg ønsket å kreere en tilsvarende effekt hos den erfarne leser gjennom å redusere leseligheten i så stor grad at man må konsentrere seg om å tyde teksten fremfor meningen, for på denne måten å fremmedgjøre innholdet.

*Vanskelig navigering:* Berger (1972, 129–131) beskriver hvordan vi er omgitt av reklame – av ulike beskjeder søker vår oppmerksomhet – og hvordan vi som konsument er tilvendt denne tilstedeværelsen. Jeg ønsket å synliggjøre denne overformidlingen vi utsettes for.

# 5 Konklusjon

I dette prosjektet har jeg forsøkt å tilføre mening gjennom typografi. Jeg har forsøkt å bruke relevant teori og praktisk utforskning i min behandling av boken *Fagre nye verden* for å få gjøre dette på en hensiktsmessig måte.

Jeg opplever å ha sett hvordan utformingen av en tekst ikke bare forandrer hvordan man ser teksten, men også hvordan den leses, og hvordan den tolkes.

Jeg kan ikke konkludere med en bestemt metode, eller tilnærming som den beste måten å skape mening på, det vil i det minste være avhengig av tekst, innhold og leser. Det er likevel min overbevisning at det er både mulig og fordelaktig å kunne tilføre noe mening gjennom typografi og at det er langt fra nødvendig å se typografien som en utelukkende funksjonell komponent i formidlingen av informasjon.

Jeg har designet en mulig måte å møte utfordringen med å overbringe mening og innhold til leseren, men det er opp til leseren å avgjøre hvorvidt det har lyktes meg å gjøre dette.

## 6 Litteraturliste

- Barthes, Roland, *Mythologies*, Vintage Books, 2009
- Berger, John, *Ways of Seeing*, Penguin Books, 1972
- Bourdieu, Pierre, *Distinksjonen*, Pax Forlag, 1995
- Davis, Meredith, *Graphic Design Theory*, Thames & Hudson, 2015
- Eco, Umberto, *Semiotics and the Philosophy of Language*, Indiana university press, 1986
- Huxley, Aldous, *Vidunderlige nye verden*, H. Aschehoug & CO. 1948
- Huxley, Aldous, *Fagre nye verden*, H. Aschehoug & CO. 2017
- Johnston, Michael og van Dussen, Michael, *The Medieval Manuscript Book*, Cambridge University Press, 2015
- Larsen, Rannveig, *Dystopisk aktualitet*, masteroppgave, Univesitetet i Oslo, 2010
- Noble, Ian og Bestley, Russel, *Visual Research*, Fairchild Books, 2016
- Rannem, Øyvin, *Typografi og skrift*, Abstrakt forlag, 2005
- Rosenblatt, Louise, *College English*, Vol. 55, 4, 1993
- Rosenblatt, Louise, *Selected essays*, Heinemann, 2005



