

Od sztuki pięknego składu do narzędzia komunikacji wizualnej. Przemiany pojęcia typografii na przestrzeni XX i początków XXI w.

Przełom XIX/XX w. przyniósł nowe spojrzenie na typografię, która przestała być wyłącznie domeną drukarzy i sztuką pięknego składu. Rozwój techniki i przemysłu, a także nauki wywołał głębokie zmiany świadomości społecznej, co z kolei wzbudziło w latach 20. burzliwą dyskusję na temat miejsca typografii w nowoczesnej komunikacji wizualnej¹. Typografia stała się przedmiotem zainteresowania nowej dziedziny, która wyodrębniła się z drukarstwa – projektowania graficznego², a w szerszym rozumieniu także designu, pojmowanego jako wzornictwo form przemysłowych. Lata 20. i 30. XX w. były więc czasem szczególnych poszukiwań i eksperymentów w dziedzinie typografii, mocno związanej z rozwojem sztuki użytkowej.

Niemalą rolę w propagowaniu nowej funkcji typografii odegrali twórcy awangardowi³. W latach 20. węgierski malarz, rzeźbiarz, fotograf, typograf i teoretyk designu László Moholy-Nagy (1895–1946) głosił, że typografia jest narzędziem komunikowania⁴. Przedstawił zbiór podstawowych zasad nowej, modernistycznej typografii. Uważał, że „musi być klarownym przekazem w jak najbardziej wyrazistej formie”⁵. Zwrócił również uwagę na czytelność przekazu, podkreślając, że nigdy nie powinna ona ucierpieć „z racji przyjętych *a priori* założeń estetycznych”⁶.

Jednym z czołowych typografów, którzy dostrzegali wizualny potencjał komunikacyjny typografii, był Jan Tschichold (1902–1974), uznawany przez wielu za najwybitniejszego typografa XX w. Zainspirowany konstruktywizmem i ideami Bauhausu, szerzył ideę typografii modernistycznej⁷, której na-



László Moholy-Nagy



Jan Tschichold

[1] E. Stopa-Pielesz, *Dialog tradycji i eksperymentu we współczesnej typografii*, [w:] *Akademia 2007+*, pod red. M. Judy, Katowice 2009, s. 156, [dostęp 10.02.2016]. Dostępny w internecie: <http://pub.asp.katowice.pl/mjuda/mjuda/pliki/books/A2007+.pdf>.

[2] S. Heller, V. Vienne, *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, Warszawa 2014, s. 59.

[3] M. Frankowska, A. Frankowski, *Henryk Berlewi*, Gdańsk 2009, s. 9.

[4] L. Moholy-Nagy, *Nowa typografia*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011, s. 17.

[5] Tamże, s. 17.

[6] Tamże.

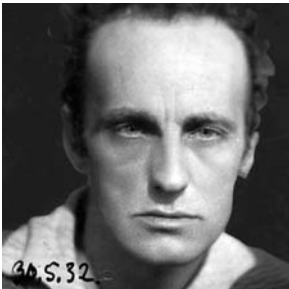
[7] J. Tschichold, *Nowe życie druku*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć...*, dz. cyt., s. 25–35.

czelnym celem powinna być funkcjonalność. Typografia modernistyczna była odpowiedzią na estetykę XIX-wieczną, którą Tschichold nazywał „typografią dekoracyjną”, ponieważ na pierwszym miejscu stawiała zdobnictwo druków⁸. W 1925 r. Tschichold ogłosił zasady tzw. typografii funkcjonalnej, które w 1928 r. szerzej omówił w książce *Nowa typografia*⁹. Funkcjonalność miała polegać na elastyczności metod projektowania i dostosowywaniu układu do charakteru projektu. Tschichold odrzucał wszelkie ograniczenia formalne, a jedynym celem był dla niego sam projekt, twórcze, harmonijne uporządkowanie¹⁰. Podstawowe znacznie zyskiwała kwestia czytelności przekazu. Postulował więc konieczność stworzenia nowego języka wizualnego, który trafiłby do odbiorcy i ułatwiał percepcję komunikatu. Podkreślał, że różnica między nową a starą typografią polega na tym, że nowa typografia „jako pierwsza próbuje zjawisko formy wyprowadzić z funkcji tekstu”¹¹. Takie spojrzenie na typografię było wówczas niezwykle nowatorskie¹².



El Lissitzky

Komunikacyjną wartość typografii, wynikającą z jej właściwości wizualnych, podkreślał także El Lissitzky (1890–1941), należący do grupy UNOWIS działającej w Związku Radzieckim w latach 1919–1923. Głosił on, że słowa drukowane powinny być WIDZIANE, nie zaś słyszane¹³. W typografii powinno się więc wykorzystywać wszelkie środki angażujące zmysł wzroku odbiorcy. W Polsce przedstawicielem tego typu poglądów był m.in. jeden z czołowych twórców polskiej typografii awangardowej, Władysław Strzemiński (1893–1952), propagujący ideę druku funkcjonalnego. Uważał, że podstawowym zadaniem typografa jest plastyczna organizacja tekstu, tzw. „wizualna recytacja”, był też przeciwnikiem zbędnych ozdób graficznych, które, jego zdaniem, zaciemniają przejrzystość tekstu¹⁴.



Władysław Strzemiński

Przedstawiciele tzw. nurtu klasycznego w typografii na początku XX w. coraz częściej podkreślali jej stronę funkcjonalną skierowaną ku czytelnikowi. Angielski wydawca, drukarz i typograf Stanley Morison (1889–1967) pisał, że typografia ma na celu maksymalne ułatwienie zrozumienia tekstu przez czytelnika (*First Principles of Typography*, 1935)¹⁵. Podobne poglądy odnajdujemy w tekstach Amerykanki Beatrice Warde (1900–1969), historyka i krytyka projektowania typograficznego. Warde, nazywana niekiedy pierwszą damą typo-

[8] E. Stopa-Pielesz, *Dialog tradycji...*, dz. cyt., s. 156.

[9] W 2011 r. ukazała się pierwsza polska edycja *Nowej typografii* wydana w formie reprintu przez Wydawnictwo Recto verso.

[10] J. Tschichold, *Nowe życie druku*, dz. cyt.

[11] M. Frankowska, A. Frankowski, dz. cyt., s. 11.

[12] E. Stopa-Pielesz, *Dialog tradycji...*, dz. cyt., s. 157.

[13] M. Frankowska, A. Frankowski, dz. cyt., s. 13.

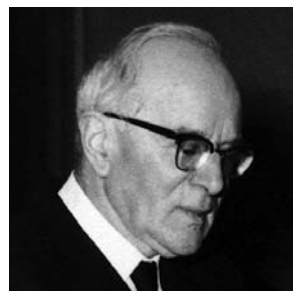
[14] *Druk funkcjonalny. Wystawa zorganizowana przez Muzeum Sztuki w Łodzi i Łódzkie Towarzystwo Przyjaciół Książki*, Łódź 1975, s. 8.

[15] Por. J. Mrowczyk, *Niewielki słownik typograficzny*, Gdańsk 2009, s. 8.

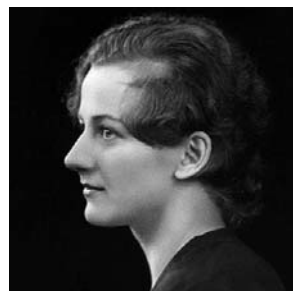
grafii, chętnie odwoływała się do modernizmu, twierdząc, że w nim właśnie tkwią korzenie dobrego projektowania druków. Z modernizmu bowiem wywodzi się zasadnicze pytanie: „Do czego ten przedmiot ma służyć?”, a nie tylko: „Jak powinien wyglądać?”¹⁶ Każda dobra typografia była więc zdaniem Warde z założenia modernistyczna¹⁷. Autorka podkreślała, że istotą typografii „jest przekazywanie myśli, idei, obrazów między umysłami”¹⁸. Aby było to możliwe, trzeba nauczyć się tworzenia „konkretnych i spójnych komunikatów”¹⁹. Ubolewała, że często pełnym zapału projektantom brak pokory. Pod wpływem entuzjastycznych wizji popełniają niedorzeczne i niewiarygodne błędy²⁰. Tymczasem najważniejsza w tworzeniu projektów jest celowość: „gdy się [...] zawsze ma na uwadze celowość typografii, można osiągać niesłychane rezultaty, które będą tryumfalnym potwierdzeniem słuszności tego podejścia”²¹. W przeciwieństwie do twórców awangardowych Warde wymagała pokory w projektowaniu, ceniąc przede wszystkim tzw. typografię przezroczystą: „typografia wymaga pokory [...] – podkreślała – a uzyskanie przezroczystej strony nie jest ani proste, ani nudne. Dużo łatwiej przychodzi wulgarna ostentacja niż dyscyplina”²².

Z kolei Emil Ruder (1914–1970), jeden z najważniejszych twórców tzw. szwajcarskiego stylu w typografii, uważał, że jest ona przede wszystkim „sposobem porządkowania różnorodnych elementów składowych układu graficznego publikacji”²³. Podkreślał, że nie interesują go rygorystyczne postulaty artystyczne, nie chodzi tu bowiem o działalność twórczą, ale o poszukiwanie oraz odnajdywanie zadowalającego formalnie i funkcjonalnie rozwiązania codziennych problemów. „Naczelną zasadą, od której nie ma odstępstw, jest to, aby tekst był czytany”²⁴ – podkreślał Ruder.

Przedstawione poglądy tkwią u podstaw współczesnego rozumienia definicji typografii, w której bardzo mocno akcentuje się aspekt komunikacyjny, marginalizując znaczenie estetyki. Jednym z czołowych przedstawicieli takiego sposobu myślenia o projektowaniu graficznym, a więc



Stanley Morison



Beatrice Warde



Emil Ruder

[16] B. Warde, *Kryształowy kielich, czyli druk powinien być niewidoczny*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć...*, dz. cyt., s. 40.

[17] B. Warde, *Manners and type*, pod red. S. de Bondt, „Eye” 2012, nr 84, vol. 21, [online, dostęp: 18.02.2016]. Dostępny w internecie: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/beatrice-warde-manners-and-type>.

[18] B. Warde, *Kryształowy kielich*, dz. cyt., s. 41.

[19] Tamże, s. 41.

[20] Tamże, s. 42.

[21] Tamże, s. 41.

[22] Tamże, s. 44.

[23] E. Ruder, *Typografia porządku*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć...*, dz. cyt., s. 73.

[24] Tamże.

i o typografii, będącej jego istotną częścią, jest Jorge Frascara²⁵. Frascara podkreśla, że jakość komunikatu typograficznego nie tkwi w jego walorach artystycznych. Co więcej, „zbyt często niepotrzebnie traktuje się projektowanie graficzne jako jedną z wielu form sztuki i ocenia przede wszystkim pod kątem estetycznym, nie uwzględniając funkcji komunikacyjnej i znaczenia społecznego”²⁶. Grafik pozostaje w wyraźnej opozycji do „romantycznej koncepcji artystycznej autoekspresji”²⁷.



Jorge Frascara

Zdaniem Frascary projektowanie graficzne w praktyce wykracza poza granice estetyki, ponieważ najważniejsza jest jego funkcja komunikacyjna. „Projektowanie graficzne to przede wszystkim komunikacja międzyludzka”²⁸ – podkreśla Frascara. Określa przy tym funkcje projektanta jako tego, który buduje ogniwo komunikacji między projektem a odbiorcą²⁹. Jednocześnie przyznaje odbiorcy rolę aktywnego uczestnika w tworzeniu komunikatu, postulując konieczność prowadzenia badań w zakresie komunikacji międzyludzkiej³⁰. Szczególnie interesujące są poglądy Frascary na temat interdyscyplinarnego charakteru projektowania. Uważa on, że tradycyjne szkoły artystyczne nie wystarczą, by zapewnić projektantom odpowiednie wykształcenie, ponieważ niezbędna jest im rozległa wiedza m.in. z zakresu psychologii, komunikacji werbalnej, socjologii, informatyki, marketingu i in.³¹ Tylko interdyscyplinarne podejście do projektowania może przyczynić się do jego rozwoju.



Krzysztof Lenk

Także Krzysztof Lenk, projektant graficzny i międzynarodowy autorytet w dziedzinie grafiki informacyjnej, widzi ogromną wartość kształcenia interdyscyplinarnego. Jest on zwolennikiem współpracy kierunków projektowych z humanistycznymi, współpraca taka – podkreśla Lenk – umożliwiłaby w praktyce osiągnięcie idealnego zintegrowania treści

i formy projektu, zwłaszcza w kontekście nowych technologii³². Innowacje Internetu – podkreśla Lenk – nie polegają bowiem wyłącznie na nowinkach technicznych, ale przede wszystkim na nowej organizacji i nowym układzie przekazywanych informacji. Skuteczny projektant potrzebuje więc nie tylko treningu wizualnego, lecz także wiedzy na temat języka, tworzenia informacji, procesów komunikacji itp. Korzenie dobrej typografii tkwią przede wszystkim w skomplikowanych procesach ludzkiego postrzegania³³.

[25] Jorge Frascara (ur. 1939) wykładowca akademicki, specjalista w dziedzinie komunikacji wizualnej, emerytowany profesor kanadyjskiego University of Alberta.

[26] J. Frascara, *Projektowanie graficzne. Sztuka czy nauka społeczna?*, [w:] „Widzieć/Wiedzieć...”, dz. cyt., s. 273.

[27] Tamże, s. 282.

[28] Tamże, s. 281.

[29] Tamże, s. 282.

[30] Tamże, s. 282.

[31] Tamże.

[32] K. Lenk, *O nauczaniu projektowania i komputerach*, [w:] *Krótkie teksty o sztuce projektowania*, Gdańsk 2011, s. 176.

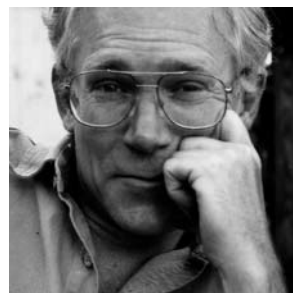
[33] Tamże, s. 175.

Przełomowe pod względem spojrzenia na typografię jako istotny element komunikacji wizualnej wydają się opracowania francuskiego autora François Richaudeau (1920–2012), głównie jego dzieło *La lisibilité* (1969) i kilkanaście innych, wśród nich niestarannie przetłumaczony u nas *Podręcznik typografii i łamania kolumn czyli sztuki drukarskiej*³⁴. Badacza zajmowały funkcje i zasady typografii w kontekście nowych potrzeb użytkowników żyjących w epoce zalewu informacyjnego. We wstępie wymienionego podręcznika podkreślił, że najważniejsza w typografii jest funkcjonalność i wynikająca z niej służebna rola typografii. Punktem wyjścia do ustalenia reguł typograficznych musi być więc proces czytania. Zauważył, że czasy czytelności ograniczonej do zuniformizowanych stron książek należą już do przeszłości. Wyróżnił pojęcie mikro- i makroczytelności, szczególnie ważne we współczesnym świecie nastawionym na komunikację nieustanną, zwracając uwagę na różnorodne formy czytania, np. lekturę powierzchowną czy częściową. Podkreślił, że zmieniająca się codzienność czytelnicza nieustannie wymusza tworzenie nowych, funkcjonalnych i komunikatywnych struktur typograficznych, dostosowanych do potrzeb odbiorców³⁵. Richaudeau zwrócił także uwagę na znaczenie estetyki publikacji, ale uważał, że ma ona charakter drugoplanowy w stosunku do pełnionej funkcji.



François Richaudeau

Funkcjonalny, a więc komunikacyjny aspekt projektowania typograficznego istotny był także dla autorów *Typografii książki*³⁶ – projektantki Susan Wightman oraz Michaela Mitchella, w przeszłości prezesa elitarnego stowarzyszenia typografów brytyjskich Double Crown Club, a także członka International Society of Typographic Designers. Autorzy ci, wymieniając w swojej książce zasady dobrej typografii książkowej, podkreślili, że jej funkcją i celem zarazem jest skuteczne przekazywanie jasnego komunikatu czytelnikowi za pomocą różnych środków wyrazu³⁷. Zauważyli, że służy temu rozwinięty język typografii. Zwrócili także uwagę na to, że typografia książkowa jest niestety najmniej docenianym stylem komunikacji typograficznej³⁸.



Robert Bringhurst

Także Robert Bringhurst, kanadyjski poeta, typograf, lingwista i tłumacz, autor *Elementarza stylu w typografii*³⁹ (wydanie pierwsze ukazało się w 1992 r.), odpowiadając w swojej książce na pytanie, czym jest typografia, zwrócił przede wszystkim uwagę na jej zadania i powinności względem czytelnika. Dobra typografia ma go bowiem zapraszać do tekstu, ujawniać wymowę i znaczenie tekstu, wyjaśniać strukturę i porządek

[34] F. Richaudeau, *Podręcznik typografii i łamania kolumn czyli sztuki drukarskiej*, Warszawa 1997.

[35] F. Richaudeau, dz. cyt., s. 9.

[36] M. Mitchell, S. Wightman, *Typografia książki. Podręcznik projektanta*, Kraków 2012.

[37] M. Mitchell, S. Wightman, dz. cyt., s. 16.

[38] Tamże, s. 18.

[39] R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Kraków 2007.

tekstu, łączyć tekst z innymi elementami publikacji, i wreszcie „wprawiać czytelnika w błogi stan relaksu, który idealnie sprzyja czynności czytania”⁴⁰.

W Polsce po bardzo płodnym okresie dwudziestolecia międzywojennego dyskusje nad funkcją i celem typografii niemal zupełnie zamarły. Okres PRL-u przyniósł stagnację, czego dowodem jest uboga literatura przedmiotu, będąca odzwierciedleniem stanu lokalnej świadomości. Większość definicji pochodzących z tamtego okresu ukazywała typografię jako sztukę pięknego składu czcionkami ołowianymi lub technikę druku wypukłego. Nawet publikacje specjalistyczne przyjmowały ten punkt widzenia. Przykładem może być chociażby *Współczesne polskie drukarstwo i grafika książki. Mały słownik encyklopedyczny*, wydany przez Ossolineum w 1982 r. Prawie dwie strony poświęcono typografii jako technice druku wypukłego, a tylko w kilku wierszach na końcu definicji wspomniano, że typografia to także „dział grafiki użytkowej zajmujący się całokształtem zagadnień związanych z estetyką druków, m.in. projektowaniem układu graficzno-typograficznego danego druku (książki, czasopisma, gazety itp.), projektowaniem pism drukarskich, czytelnością układu i pisma itp.”⁴¹ W definicji nie wspomniano nawet o aspekcie komunikacyjnym typografii.



Roman Tomaszewski



Albert Hollenstein

Jedynie w wąsko wyspecjalizowanym piśmiennictwie, np. na łamach „Litery”, wydawanej pod redakcją Romana Tomaszewskiego, można było zauważyć przenikanie wpływów międzynarodowych do Polski i zmieniający się pod ich wpływem sposób rozumienia typografii. Szczególnie interesujące były pod tym względem lata 70. Zaczęto stosować pojęcie typografii kongenialnej, kongenialnego projektu typograficznego, a także „kongenialnego kształtu typograficznego przekazu komunikacyjnego”⁴². Nastawienie na czytelnika i jego potrzeby widać także w artykule *Typografia a czytelność* Jana Rapackiego, który uważał, że „typografia [...] powinna skierować swe wysiłki na wypracowanie koncepcji układu typograficznego zróżnicowanego, dynamicznego, służącego jedynie czytelnikowi”⁴³. W kontekście współczesności, tak bardzo zdominowanej przez nowe media cyfrowe i technologie komputerowe, niezwykle sugestywne są także prezentowane na łamach „Litery” słowa Alberta Hollensteina, który pisał, że żyjemy w epoce „informacji i komunikacji”⁴⁴, ale „problem typograficzny polega nie na komputerach, a na ludziach «dziś» i ludziach «jutra»”⁴⁵, którzy żyją w nieustannie zmieniającej się

[40] Tamże, s. 25.

[41] *Współczesne polskie drukarstwo i grafika książki. Mały słownik encyklopedyczny*, pod red. A. Kaweckiej-Gryczowej, B. Kocowskiego, J. Trzynadłowskiego, Wrocław 1982, s. 291–293.

[42] R. Tomaszewski, *Uniwersalizm typografii*, „Litera” 1970, nr 41–4, s. 107–119.

[43] J. Rapacki, *Typografia a czytelność*, „Litera” 1970, nr 41–3, s. 90.

[44] A. Hollenstein, *Pismo a typografia komputerowa*, „Litera” 1970, nr 39–2, s. 45.

[45] Tamże.

rzeczywistości wymagającej coraz lepszej komunikacji. Autor zwracał uwagę, że słowo „typografia” musi ustąpić przed wyrażeniem „udzielanie wiadomości” (komunikacja)⁴⁶. Słusznie przeczuwał, że w niedalekiej przyszłości z takiego pojmowania typografii zrodzi się nowy zawód. Uważał, że udostępnianie tekstu autora czytelnikom będzie należało do zadań typografów. Ten rodzaj typografii może jednak powstać tylko na drodze współpracy z autorem. Co więcej, estetyka schodzi we współczesnej typografii na plan dalszy, moda również, ponieważ skład ma przede wszystkim cechować celowość⁴⁷. Estetyka wynika z produktu, ma więc być dyskretna i ponadczasowa. „Forma zewnętrzna oraz czytelność wynikać będzie [...] z ukształtowania” – pisał Hollenstein – „a najlepszym typografem będzie ten, kto stworzy zgrany zespół z autorem, najlepiej pojmie tekst i przekaże go w najbardziej zrozumiałej formie”⁴⁸. Albert Hollenstein prognozował, że typografię tę następnie przetworzy komputer i przekaże odbiorcy.

Szerokie spojrzenie na typografię jako sztukę komunikacji można także znaleźć w „Poligrafice” z lat 80. ubiegłego wieku. Komitet redakcyjny, m.in. wprowadzając czytelników w lekturę cyklu artykułów o typografii Alberta Kapra i Waltera Schillera, czołowych typografów niemieckich, definiował ją jako nowoczesną dziedzinę projektowania zgodnie z zasadami psychologii widzenia i dynamiki wszelkiej komunikacji wizualnej. Zauważono przy tym, że dynamiczny rozwój technik poligraficznych w dziedzinie składania i drukowania spowodował w świecie olbrzymie zainteresowanie umiejętnościami typografii i typowizji, rozumianej jako sztuka projektowania na potrzeby wydawnictw oraz poligrafii⁴⁹.

Oprócz nielicznych wyjątków świadomość typograficzna w Polsce w okresie PRL była na bardzo niskim poziomie nawet w kręgach, które powinny być szczególnie zainteresowane typografią. W czasopiśmie „Projekt”, będącym głosem środowiska artystycznego, o typografii pisało się rzadko, a o projektowaniu książki – najczęściej z perspektywy ilustracji i okładki książkowej. Czasami analizowano także wybrane aspekty historyczne. Tematyka artykułów publikowanych w „Projekcie” jest wyraźnym odzwierciedleniem ówczesnej sytuacji na polskim rynku graficznym. Ten brak zainteresowania typografią komentowali m.in. Danuta Wróblewska i Leon Urbański w latach 70. „Być typografem, to być prawie nikim”, ubolewał Urbański⁵⁰. Znamienne są też słowa Romana Tomaszewskiego, który w 1972 r. pisał, że „sprawy nowej typografii są przedmiotem zainteresowania małej grupy zapaleńców”⁵¹. Sy-



Albert Kapr



Leon Urbański

[46] Tamże, s. 47.

[47] Tamże.

[48] Tamże.

[49] A. Kapr, W Schiller, *Wstęp o typografii*, „Poligrafika” 1986, nr 4, s. 93. [wstęp „Od redakcji ”].

[50] D. Wróblewska, L. Urbański, *Leon Urbański rozmawia z redakcją „Projektu”*, „Projekt. Sztuka wizualna i wzornictwo” 1975, nr 6, s. 48.

[51] R. Tomaszewski, *Typographia '72*, „Projekt” 1972, nr 6, s. 2.

tuacja niewiele zmieniła się i dziesięć lat później, kiedy Ewa Andry podsumowywała stan polskiej typografii: „polska typografia okresu [ostatniego] czterdziestolecia wydaje się być dotknięta permanentnie trwającym kryzysem”⁵² – pisała.

Lata 90. przyniosły chaos i całkowity, zdawałoby się, upadek polskiej typografii⁵³, a czas ten określany jest dziś trafnym terminem „TypoPolo”⁵⁴. Jednak i w latach przełomu pojawiło się kilka publikacji polskich autorów, będących zwiastunami mających nadzieję lepszych czasów. W 1989 r. ukazała się książka Andrzeja Tomaszewskiego *Pismo drukarskie*⁵⁵ – będąca drugim tomem *Inwentarium wiedzy o poligrafii*, w której autor definiował typografię jako graficzną interpretację tekstowej informacji, szczególną uwagę zwracając na kwestie techniczne, a dokładniej – na umiejętność „skojarzenia estetycznego opracowania z przeniesieniem projektu na sprzęt i technologię poligraficzną”⁵⁶. W definicji został więc podkreślony aspekt wizualny typografii. Przez długie lata najpopularniejszą w Polsce definicją typografii była ta zaproponowana przez Andrzeja Tomaszewskiego, rozszerzona w *Leksykonie pism drukarskich* w 1996 r.⁵⁷ Była to jedna z pierwszych w Polsce definicji, które uwolniły pojęcie typografii od przestarzałego rozumienia jej jako sztuki estetycznego składu czcionkami metalowymi. Tomaszewski wyjaśniał, że typografia jest



Andrzej Tomaszewski

jest „sztuką użytkową mającą za zadanie graficzną interpretację drukowanej informacji, a więc ukształtowanie i układ elementów graficznych całej publikacji”⁵⁸. Autor zaznaczył jednocześnie, że celem typografii jest „znalezienie odpowiedniej formy dla przekazania konkretnej treści zawartej w książce, gazecie, akcydensie czy jakimkolwiek innym druku”⁵⁹. Wskazywał konieczność takiego projektowania, które ułatwi czytelnikowi odbiór prezentowanych informacji. Tomaszewski chętnie podkreślał także koncepcję typografii kongenialnej jako idealnego połączenia treści, formy i funkcji⁶⁰. Definicja Tomaszewskiego była trafna i zgodna z duchem czasów. Stała się więc punktem wyjścia dla projektantów i badaczy młodszego

pokolenia, którzy w ostatnich latach coraz chętniej podejmują dyskusję na temat definicji, roli i zadań typografii, zwłaszcza w zmieniającym się świecie, zdominowanym przez cyfrowe media.

Poglądy Tomaszewskiego bliskie są m.in. Tomaszowi Bierkowskiemu, typografowi i grafikowi wykładającemu na katowickiej ASP, autorowi książki *O typografii*⁶¹ (Gdańsk, 2008), w której w sposób wyczerpujący i wieloaspektowy podjął

[52] E. Andry, *Wokół książki*, „Projekt” 1985, nr 5, s. 63.

[53] W. Przemyski, *Nowoczesna technika a upadek typografii*, „Świat Druku” 1999, nr 09/01, [online, dostęp: 19.05.2005]. Dostępny w internecie: www.swiatdruku.com.pl/archiwum/1999_09/01.htm.

[54] *TypoPolo. Album typograficzno-fotograficzny*, pod red. Rene Wawrzkievicza, Warszawa 2014.

[55] A. Tomaszewski, *Pismo drukarskie*, Wrocław 1989.

[56] Tamże, s. 17.

[57] A. Tomaszewski, *Leksykon pism drukarskich*, Warszawa 1996.

[58] Tamże, s. 232.

[59] Tamże, s. 233.

[60] A. Tomaszewski, *Architektura książki dla wydawców, redaktorów poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów*, Warszawa 2011, s. 76.

[61] T. Bierkowski, *O typografii*, Gdańsk 2008.

próbę zdefiniowania tego pojęcia. Jednocześnie trzeba podkreślić, że była to pierwsza tak obszerna próba teoretycznego opisanego zjawiska podjęta w Polsce po wielu latach zastoju. Bierkowski jest zwolennikiem komunikacyjnej roli typografii, a więc projektowania ukierunkowanego na faktyczne potrzeby odbiorcy. Jest natomiast przeciwnikiem zbyt wysokiego przeceniania walorów plastycznych, nadmiernego skupiania na estetycznej stronie projektu graficznego oraz romantycznej koncepcji sztuki opartej na autoekspresji⁶². Bierkowski w swojej książce podkreślał, że typografia nie jest tylko sztuką pięknego składu, a jej celem nie jest wyłącznie nadanie publikacji ciekawej formy⁶³. Zdefiniował typografię jako kongenialne „projektowanie informacji wizualnej: czytelnej i zrozumiałej dla odbiorcy w sposób zgodny z intencją nadawcy”⁶⁴. Co więcej, tłumaczył, że jest ona „sztuką interpretacji treści oraz właściwego doboru języka wizualnego”⁶⁵, a rolą typografa – w zależności od tego, czy zajmuje się on typografią akcydensową (ekspresywną), czy dziełową – „jest tworzenie korzystnego klimatu, aury sprzyjającej właściwemu odbiorowi przekazu – w końcu – porządkowaniu języka, wywoływaniu określonych konotacji, budowaniu znaczenia, dopowiadaniu, wyjaśnianiu”⁶⁶. Bierkowski podkreślił, że funkcjonalność nie ogranicza się w wypadku typografii jedynie do relacji forma – treść lub forma – cel, ale łączy się także z zagadnieniem czytelności i komfortu przyswajania tekstu (ang. *legibility* i *readability*)⁶⁷, na co wpływa układ, dynamika, rodzaj kroju pisma i kolorystyka⁶⁸. Projektanta nazwał „komunikatorem”, a więc pośrednikiem całkowicie nastawionym na przekazanie treści w sposób jak najbardziej czytelny i zrozumiały⁶⁹. Szukając odpowiedzi na pytanie o stopień dosłowności transpozycji treści na formę graficzną⁷⁰, Bierkowski powołał się na koncepcję kryształowego kielicha Beatrice Warde, podkreślając wartość typografii transparentnej, nazywanej przez Erika Spiekermanna „projektowaniem rzeczy niewidzialnych”⁷¹. Tomasz Bierkowski zwrócił także uwagę na przemianę terminu *typografia* w kontekście zmian cywilizacyjnych, jakie nastąpiły w XXI w., w czasach powszechnej dostępności do cyfrowych narzędzi komunikacji⁷². Współczesna typografia przestała bowiem ograniczać się do projektowania na nośniki papierowe i wkroczyła na ekrany, pełniąc różnorodne role i stając się niewątpliwie narzędziem masowej komunikacji⁷³.

W 2009 roku ukazała się książka Ewy Stopy-Pielesz, również związanej z katowicką ASP, pt. *Estetyka w typografii wobec postulatu czytelności*⁷⁴, w której auto-



Tomasz Bierkowski

[62] Tamże, s. 41.

[63] Tamże, s. 9.

[64] T. Bierkowski, *Cel typografii*, [w:] „Widzieć/Wiedzieć...”, dz. cyt., s. 247.

[65] Tamże, s. 247.

[66] Tamże, s. 247.

[67] T. Bierkowski, *O typografii*, dz. cyt., s. 65.

[68] Tamże, s. 65.

[69] Tamże, s. 41.

[70] Tamże, s. 83.

[71] Tamże, s. 85; za: E. Spiekermann, E. M. Ginger, *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*, 2 wyd., Berkeley 2003.

[72] Tamże, s. 9.

[73] Tamże, s. 61.

[74] E. Stopy-Pielesz, *Estetyka w typografii wobec postulatu czytelności*. Katowice 2009, s. 114.

rka poruszyła zagadnienie wzajemnych relacji między estetyką, czytelnością i funkcjonalnością w typografii. Za Charlesem Peignotem (1897–1983)⁷⁵ Stopa-Pielesz wprowadziła podział na typografię czytelniczną (tradycyjną) oraz wizualną (wywodzącą się m.in. z poezji wizualnej, poezji konkretnej, okresu modernizmu i dekonstruktywizmu), wyróżniając tym samym komunikaty przeznaczone do długotrwałego czytania i krótkiego postrzegania⁷⁶. Podjęła też próbę zbadania (metodami eksperymentalnymi) wpływu różnego rodzaju rozwiązań formalnych w typografii na czytelność i estetykę drukowanego komunikatu, obierając za motto słowa Jana Tschicholda: „Zgodność z celem i użyteczność są warunkami wstępnymi powstania dobrej pracy, lecz prawdziwa wartość leży w jej duchowej treści. Wycucie formy i proporcji może zmienić w dzieło sztuki to, co jest jedynie funkcjonalne”⁷⁷. Stopa-Pielesz wyraźnie podkreśliła znaczenie estetyki w projektowaniu typograficznym, przyjmując hipotezę sformułowaną przez angielskiego badacza Cyrila Burta (1883–

–1971), że „czytelność wzrasta, gdy odbiorca uznaje, iż tekst jest przyjemny dla oka”⁷⁸. Jednocześnie podkreśliła, że sama atrakcyjność wizualna nie może być nadrzędnym czynnikiem decydującym o czytelności przekazu. W typografii konieczne jest bowiem dążenie do doskonałości, będącej harmonią wartości estetycznych i funkcjonalnych. Nie jest to więc dążenie do „idealnego wzorca”, lecz raczej poszukiwanie „optymalnego rozwiązania” dla danego projektu. Autorka, pisząc o estetyce, nie miała na myśli „upiększania” czy „dekorowania” publikacji, lecz raczej klasyczny harmonijny porządek, który funkcjonalnością wspomaga czytelność, a więc i komunikatywność przekazu. Jednocześnie poszukiwała odpowiedzi na wciąż otwarte pytanie: jakie są preferencje współczesnego czytelnika w zakresie typografii?

Wśród najpopularniejszych współczesnych definicji typografii trzeba wymienić także tę zamieszczoną w *Niewielkim słowniku typograficznym*⁷⁹ Jacka Mrowczyka (Gdańsk 2009), kolejnego przedstawiciela katowickiej ASP. W niej również zauważa się pewien wpływ Andrzeja Tomaszewskiego. Dla Mrowczyka typografia bowiem to „kongenialne projektowanie ułatwiające czytanie, odbiór treści oraz orientację w strukturze informacji”⁸⁰. Jacek Mrowczyk, definiując termin „typografia”, odwołuje się także do nowoczesnej definicji proponowanej przez *Department of Typography and Graphic Communication* Uniwersytetu w Reading, w myśl której typografia to projektowanie ułatwiające czytanie i odbiór (*design for reading*). Ta krótka i zwięzła definicja dobrze oddaje użytkowy cel i przeznaczenie typografii. Pomija natomiast całkowicie aspekty tech-



Cyril Burt



Jacek Mrowczyk

[75] Tamże, s. 10.

[76] Tamże, s. 78.

[77] Tamże, s. 3.

[78] Tamże, s. 27.

[79] J. Mrowczyk, *Niewielki słownik typograficzny*, dz. cyt., s. 108.

[80] Tamże.

nologiczne, dzięki temu definicja zyskuje charakter ponadczasowy – narzędzia i nośnik typografii przestają mieć znaczenie, ważny jest tylko efekt działań typografa, a więc czytelny komunikat.

Analizując starsze definicje typografii, można zauważyć, że w dawnych wiekach sztuka „pięknego składu” nie istniała w oderwaniu od metody wytwarzania druków. Na charakter i specyfikę komunikatów typograficznych zawsze wpływała bowiem sytuacja technologiczna epoki (skład, obraz, druk). Przykładem mogą być chociażby starodruki z charakterystycznym dla danej tłoczni wyposażeniem typograficznym (czcionki, winiety, inicjały, ornamenty itp.), edycje XIX-wieczne, które są odzwierciedleniem ówczesnych nowinek technicznych (np. skład linotypowy, monotypowy, pospieszne prasy drukarskie itp.) czy XX-wieczne edycje przygotowywane na fotoskładzie, który dawał możliwości bardziej precyzyjnego łączenia tekstu z obrazem. Nie inaczej jest dzisiaj. Wraz z przejściem typografii w przestrzeń cyfrową nowoczesne programy graficzne i sposób prezentowania treści na ekranach wpłynęły na charakter i formę wizualną komunikatów. „Sto razy za dużo informacji, sto razy za dużo obrazków, sto razy za dużo kolorów”⁸¹ – trafnie podsumowuje Łukasz Dziedzic. W porównaniu z przeszłością współczesna technologia umożliwiła bowiem znaczne wzbogacenie stosowanych środków wyrazu – możliwości wizualnej ekspresji wydają się niemal nieograniczone (fonty, grafika, kolory, animacje itp.). Zwiększyła się również precyzja stosowanych narzędzi, a także – dzięki nowoczesnym programom – typograf ma znacznie większą kontrolę nad jakością publikowanego projektu.

Przeobrażenia współczesnego świata, nowe sposoby komunikacji, a także zmiany o charakterze społecznym i technologicznym sprawiły, że w XXI w. typografia jest postrzegana przede wszystkim jako narzędzie komunikacji wizualnej. Podkreśla się jej rolę jako pośrednika między autorem a czytelnikiem. Szczególną uwagę zwraca się na czytelność komunikatu i stawia ją jako warunek dobrze zrealizowanego projektu. Udział typografa jest nie do przecenienia, ponieważ w świecie szumu informacyjnego i nachalnej komunikacji nastawionej na bodźce wizualne typograf staje się niejako przewodnikiem dla treści, którą trzeba doprowadzić do czytelnika. We współczesnej typografii mniejsze znaczenie mają działania typowo artystyczne, w których typograf miałby ujawniać swoją indywidualność twórczą. W centrum typografii ma dzisiaj stać czytelnik i autor, nie zaś grafik-artysta, który jest tylko pomocnikiem w przekazywaniu komunikatu. Estetyka, pełniąca kluczową rolę w typografii dawnych wieków, została w obecnym czasie odsunięta niejako na drugi plan, ustępując miejsca funkcjonalności. Jest istotna o tyle, o ile wspomaga proces percepcji.

[81] Ł. Dziedzic, *Nie musimy być tacy strasznie mądrzy*, [w:] *Miliard rzeczy dookoła. Agata Szydłowska rozmawia z polskimi projektantami graficznymi*, pod red. A. Szydłowskiej, Kraków 2013, s. 82.

Bibliografia

1. Andry E., *Wokół książki*, „Projekt” 1985, nr 5.
2. Bierkowski T., *O typografii*, Gdańsk 2008.
3. Bringham R., *Elementarz stylu w typografii*, Kraków 2007.
4. *Druk funkcjonalny. Wystawa zorganizowana przez Muzeum Sztuki w Łodzi i Łódzkie Towarzystwo Przyjaciół Książki*, Łódź 1975.
5. Dziedzic Ł., *Nie musimy być tacy strasznie mądrzy*, [w:] *Miliard rzeczy dookoła. Agata Szydłowska rozmawia z polskimi projektantami graficznymi*, pod red. A. Szydłowskiej, Kraków 2013.
6. Frankowska M., Frankowski A., *Henryk Berlewi*, Gdańsk 2009.
7. Frascara J., *Projektowanie graficzne. Sztuka czy nauka społeczna?* [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011.
8. Heller S., Vienne V., *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, Warszawa 2014.
9. Hollenstein A., *Pismo a typografia komputerowa*, „Litera” 1970, nr 39–2.
10. Kapr A., Schiller W., *Wstęp o typografii*, „Poligrafika” 1986, nr 4.
11. Lenk K., *O nauczaniu projektowania i komputerach*, [w:] *Krótkie teksty o sztuce projektowania*, Gdańsk 2011.
12. Mitchell M., Wightman S., *Typografia książki. Podręcznik projektanta*, Kraków 2012.
13. Moholy-Nagy L., *Nowa typografia*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011.
14. Mrowczyk J., *Niewielki słownik typograficzny*, Gdańsk 2009.
15. Przemyski W., *Nowoczesna technika a upadek typografii*, „Świat Druku” 1999, nr 09/01, [online, dostęp: 19.05.2005]. Dostępny w internecie: www.swiatdruku.com.pl/archiwum/1999_09/01.htm.
16. Rapacki J., *Typografia a czytelność*, „Litera” 1970, nr 41–3.
17. Repucho E., *Typografia kompletna. Kultura książki w twórczości Leona Urbańskiego*. Wrocław 2016.
18. Richaudeau F., *Podręcznik typografii i łamania kolumn czyli sztuki drukarskiej*, Warszawa 1997.
19. Ruder E., *Typografia porządku*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011.
20. Stopa-Pielesz E., *Dialog tradycji i eksperymentu we współczesnej typografii*, [w:] *Akademia 2007+*, pod red. M. Judy, Katowice 2009, [online, dostęp: 10.02.2016]. Dostępny w internecie: <http://pub.asp.katowice.pl/mjuda/mjuda/pliki/books/A2007+.pdf>.
21. Stopa-Pielesz E., *Estetyka w typografii wobec postulatów czytelności*, Katowice 2009.
22. Tomaszewski A., *Architektura książki dla wydawców, redaktorów poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów*, Warszawa 2011.
23. Tomaszewski A., *Leksykon pism drukarskich*, Warszawa 1996.
24. Tomaszewski A., *Pismo drukarskie*, Wrocław 1989.
25. Tomaszewski R., *Typographia '72*, „Projekt” 1972, nr 6.
26. Tomaszewski R., *Uniwersalizm typografii*, „Litera” 1970, nr 41–4.
27. Tschichold J., *Nowe życie druku*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011.
28. *TypoPolo. Album typograficzno-fotograficzny*, pod red. Rene Wawrzkiwicza, Warszawa 2014.
29. Warde B., *Kryształowy kielich, czyli druk powinien być niewidoczny*, [w:] *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o designie*, pod red. P. Dębowskiego i J. Mrowczyka, Kraków 2011.

30. Warde B., *Manners and type*, pod red. S. de Bondt, „Eye” 2012, nr 84, vol. 21, [online, dostęp : 18.02.2016]. Dostępny w internecie: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/beatrice-warde-manners-and-type>.
31. Wróblewska D., Urbański L., *Leon Urbański rozmawia z redakcją „Projektu”*, „Projekt. Sztuka wizualna i wzornictwo” 1975, nr 6.
32. *Współczesne polskie drukarstwo i grafika książki. Mały słownik encyklopedyczny*, pod red. A. Kaweckiej-Gryczowej, B. Kocowskiego, J. Trzynadłowskiego, Wrocław 1982.

Abstract

From the art of beautiful type to the tool of visual communication. Transformation of the concept of typography in the XX/XXI century

The concept of typography over the centuries changed its meaning. Special-transformation of the meaning of the term occurred in the late nineteenth/twentieth century, when typography ceased to be the exclusive domain of printers and the art of beautiful type. The transformation of the modern world, new ways of communication, as well as changes of social and technological character meant that its functional and productive nature started to be clearly accentuated. Today, when typography entered the digital space, gaining a wide range of new means of expression, its value as a tool of visual communication, of the mediator between the author and the reader is obviously emphasized. Its aesthetic function, so important in the past, becomes of less significance. The paper summarizes various definitions of typography, both those of foreign, as well as of Polish authors, showing the evolution of the concept. Particular attention was paid to the development of the concept of typography in Poland in the difficult period of the communist regime, the chaos of the 90s, and today.