

W stronę książki idealnej. Projektowanie edycji na przykładzie twórczości Przemka Dębowskiego

Słowa kluczowe: projektowanie książki, okładka, typografia, krój pisma

Wstęp

W księgarniach, bibliotekach i antykwariatach odnaleźć można całą gamę publikacji należących do wielu gatunków i reprezentujących rozmaite realizacje wydawnicze. Mniejsze, większe, kolorowe, czarno-białe, wydane z przepychem, pstrokate lub minimalistyczne, stonowane albo krzykliwe – wydawcy na różne sposoby próbują przyciągnąć uwagę czytelnika i skusić go do pochylecia się nad kolejnym tytułem, nie tylko ze względu na walory treściowe, lecz także na piękną formę. Co sprawia, że książka, poza treścią, zachwyca także szatą graficzną oraz funkcjonalnością i komunikatywnością? Czy jest możliwe stworzenie książki idealnej albo chociaż recepty na realizację edytorską, która czytelnikowi dostarczy zadowolenie z lektury, a wydawcy satysfakcję?

Interesujące rozważania na ten temat możemy odnaleźć w artykule Janusza Dunina-Horkawicza pt. *Czy jest możliwa idealna realizacja edytorska dzieła piśmienniczego?*¹ Już w pierwszym zdaniu tekstu pada stanowcza, negatywna odpowiedź, gdyż wszystko, co robi człowiek, niesie za sobą mniejsze lub większe błędy. Jednak na przełomie wieków XX i XXI udało się sformułować zbiór reguł i zasad, których stosowanie ułatwia projektowanie wzorowej pod względem formy książki. Są to reguły typograficzne. Aby zrozumieć ich znaczenie, warto odwołać się do definicji typografii, którą przedstawił Andrzej Tomaszewski w *Architekturze książki*:

Dzisiaj typografia to sztuka użytkowa, według niektórych – rzemiosło, którego zadaniem jest ukształtowanie i układ elementów graficznych publikacji, czyli wizualna interpretacja informacji².

Autor zwrócił uwagę na nierozzerwalność istoty typografii i jej celu, a także jej złożoność. Tomaszewski pokreślił także wartość typografii kongenialnej, a więc takiej, która uwzględnia treść książki, jej formę i funkcję. Dobrze zaprojektowana książka musi być bowiem funkcjonalna.

[1] J. Dunin-Horkawicz, *Czy jest możliwa idealna realizacja edytorska dzieła piśmienniczego*, [w:] *Dokument, książka i biblioteka w badaniach naukowych i nauczaniu uniwersyteckim*, red. M. Skalska-Zlat, A. Żbikowska-Migoń, Wrocław 2008, s. 11–15.

[2] A. Tomaszewski, *Architektura książki dla wydawców, redaktorów, poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów*, Warszawa 2011, s. 75.

Warto przytoczyć również definicję funkcjonalności. W *Wielkim Słowniku Poprawnej Polszczyzny PWN* istnieje dwojaki wytłumaczenie: „dobrze spełniający swoją funkcję, odpowiadający potrzebom” oraz „dotyczący funkcjonowania, działania czegoś”³. Funkcjonalnie zaprojektowana książka ma więc za zadanie przybliżyć, udostępnić, przekazać treść w sposób określony, czyli przejrzysty, przystępny i niezakłócający procesu przyswajania. Rozważania na ten temat można znaleźć także w publikacji *Typografia książki. Podręcznik projektanta* Michaela Mitchella oraz Susan Wightman. Autorzy podkreślają, że typografia jest jednym z najmniej powszechnie docenianych środków komunikacji. Następnie wymieniają konkretne funkcje, które ona pełni. Są to:

czytelność: tekst powinno się łatwo czytać; organizacja: informowanie o strukturze tekstu; nawigacja: prowadzenie czytelnika po tekście w określonym porządku, tak by łatwo mu było odnaleźć informacje; spójność: stworzenie jednolitej całości⁴.

Przedstawione przesłanki mogą stanowić drogowskaz dla twórców, jednak to od projektanta zależy wygląd konkretnej publikacji i decyzje z nim związane, a tym samym – czy będzie powielał szablony, osiągnięcia innych osób, czy jednak wyjdzie przed przysłowiowy szereg i odważy się pójść krok dalej. Tymczasem rynek zdominowały książki słabo przygotowane edytorsko, bardzo do siebie podobne, kopiujące schematy, które w przypadku pojedynczych wcześniejszych tytułów odniosły sukces. Wydawcy najczęściej nastawieni są jedynie na zarobek, co bywa przyczyną edycji źle czy niechlujnie przygotowanych. Do wymienionych aspektów dodać należy wszechobecny kicz, który bardzo często można zauważyć na okładkach w witrynach księgarskich. W dobie takich rozwiązań graficznych wykonanie projektu wyróżniającego się, a tym samym wartościowego estetycznie (i typograficznie) oraz funkcjonalnego i użytecznego wydaje się trudne. Istnieją jednak tytuły wychodzące spod rąk pasjonatów i zawodowców, którzy między innymi dzięki swojej fachowej wiedzy oraz zaangażowaniu, wkładają w projekty wiele pracy, czasu i dyscypliny, sprawiając, że przedmiot martwy ożywa. Takim zawodowcem jest Przemek Dębowski.

O początkach kariery i pasji do projektowania

Przemek Dębowski urodził się w 1979 roku w Kołobrzegu. Do osiemnastego roku życia mieszkał w Koszalinie, a następnie wyjechał na studia do Gdańska. Na wymarzoną grafikę warsztatową w tamtejszej Akademii Sztuk Pięknych nie został przyjęty, więc rozpoczął studia polonistyczne na Uniwersytecie Gdańskim. Po roku przeniósł się na polonistykę Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie kontynuował naukę edytorstwa tekstów dawnych. Odpowiadało to jego zainteresowaniom związanym z literaturą średniowieczną, renesansową i barokową, ale – jak po latach wspominał – ograniczało możliwości poznawcze w kwestii literatury współczesnej. W międzyczasie, po ukończeniu drugiego roku studiów w Krakowie w 2002 r., roz-

[3] *Wielki Słownik Poprawnej Polszczyzny PWN*, red. A. Markowski, Warszawa 2008, s. 272.

[4] M. Mitchell, S. Wightman, *Typografia książki. Podręcznik projektanta*, wyd. 2, Kraków 2015, s. 18–19.

począł staż w wydawnictwie Znak i tu zyskał możliwość obcowania z tekstami po-
czytnych współczesnych autorów. W Znaku zatrudniono go w dziale promocji,
w którym pracował około dwóch miesięcy, pisząc recenzje dla działu prozy. Radził
sobie na tyle dobrze, że zaproponowano mu pracę na część etatu. Po dwóch la-
tach zdobywania doświadczeń doszedł do wniosku, że jednak bardziej interesuje
go graficzna strona tworzenia publikacji, coraz więcej czasu poświęcał więc nauce
projektowania.

Dębowski to typowy samouk. Zaczął od tworzenia projektów książek nie-
istniejących albo napisanych przez kolegów z polonistyki, a z czasem także autor-
stwa swoich ulubionych pisarzy (np. Raymonda Chandlera). W ten sposób przy-
gotował portfolio i zaniósł do koleżanki w Znaku, która zajmowała się opieką
graficzną, m.in. zlecała projektowanie okładek. Początkowo dostawał zlecenia mało
lukratywne, ale ważniejsza była dla niego możliwość poznawania tajników tech-
nicznych pracy wydawcy (przygotowania do druku, współpracy z drukarniami
itp.). Swoje projekty wykonywał najpierw w programie PageMaker, następnie w In-
Design, natomiast grafikę w Photoshopie.

Pierwsze prace Przemka Dębowskiego były poszukiwaniem gruntu projek-
towego. Nie miał wykształcenia w tej dziedzinie. Na studiach edytorskich kładziono
bowiem większy nacisk na pracę z tekstem dawnym i sposoby jego przystosowania
do współczesnej polszczyzny, niż na graficzne metody jego prezentacji. Studiował
w czasie, gdy publikacje o projektowaniu książek nie były dostępne na polskim
ryнку wydawniczym. Z tego m.in. powodu nie przykładano dużej wagi do kształtu
graficznego wnętrza książek, a wszelkiego rodzaju wytyczne istniały i były spisane,
ale w książkach wydawanych głównie na Zachodzie. Większości rzeczy Dębowski
musiał uczyć się sam. Najwięcej wiedzy czerpał z ogólnopolskiego kwartalnika projek-
towego „2+3D grafika+produkt”. Pomocne były również studia polonistyczne,
a w szczególności zajęcia z retoryki, które nauczyły go kształtowania wypowiedzi
pod kątem używania właściwych środków językowych do osiągnięcia konkretnego
celu. Dębowski uważa⁵, że projekt graficzny jest wypowiedzią podobną do pisanego
słowa i można go zbudować na podstawie różnych środków stylistycznych lub za-
biegów retorycznych. Polonistyka dała mu więc teoretyczne podstawy tworzenia
projektu, przede wszystkim poprzez zrozumienie i interpretowanie treści prze-
znaczonych do publikacji. Wiele nauczył się też podczas spotkań redakcyjnych
w Znaku, na których zespołowo omawiano konkretne tytuły i strategie wydawnicze.

Obecnie Dębowski określa siebie mianem grafika projektanta. Nie posługuje
się pojęciem „typograf”, ponieważ według niego to ktoś, kto zajmuje się ściśle liter-
nictwem, czyli projektowaniem krojów pism, a nie ich wykorzystaniem i stosowa-
niem. Z racji tego, że korzysta z rozmaitych środków wyrazu – typografii, grafiki,
fotografii – i łączy wszystko w spójną całość, uważa, że słowo „projektant” lub „gra-
fik” określa jego zawód najdokładniej.

Poza projektami okładek i wnętrza książek tworzył też plakaty, strony
internetowe, makiety czasopism, identyfikacje wizualne różnych miejsc oraz wy-

[5] P. Dębowski, wywiad przeprowadzony przez
autorkę 7 maja 2018 r.

darzeń kulturalnych. Aktualnie jego działania projektowe skupiają się wyłącznie na książkach.

W 2008 r. Dębowski razem z Magdą Dębowską i Małgorzatą Szczurek założyli wydawnictwo *Karakter*, które publikuje literaturę piękną, literaturę faktu, ambitną eseistykę oraz książki poświęcone projektowaniu, architekturze i sztuce. Jak podkreślają, nazwa wydawnictwa (słowo „karakter” w szesnastowiecznej polszczyźnie oznaczało krój pisma) zobowiązuje do czerpania z tradycji i doświadczeń europejskiej sztuki książki. Starają się pracować tak, aby wydawać książki przyjemne w odbiorze nie tylko ze względu na treść, lecz również na formę. Jednocześnie publikacje mają być przystępne cenowo. Dębowski zaznacza, że *Karakter* nigdy nie stanie się wydawnictwem butikowym.

O projektowaniu książki

Przemek Dębowski ma do książek bardzo osobisty stosunek. Uważa je za przedmioty, z którymi można się intymnie żyć, szczególnie z ich wersją drukowaną. Jako dziecko dużo chorował, więc czytał nieustannie. Do dzisiaj czytanie jest jego pasją i potrafi przeczytać około 300 książek w ciągu roku.

O swoich pierwszych projektach mówi z pewną niechęcią. Są takie, które wspomina dobrze (np. pierwszą publikację *Wypasiony słownik najmłodszej polszczyzny* Bartłomieja Chacińskiego z 2003 roku), ale zdecydowana większość, nawet tych najnowszych, w jego oczach mogłaby być lepsza. Zauważa wiele nieścisłości, błędów i niedociągnięć – niemal każda książka, jego zdaniem, zawiera rozwiązania, które zrealizowano inaczej, niż były zaplanowane.

W przestrzeni idealnej, w komputerze, gdzie wszystko można zaplanować do mikrometra, a kolory są odpowiednio nasycone i idea jest niematerialna, całość wydaje się być idealna. Gdy przekłada się to na język realny – papieru, to zazwyczaj coś się stanie – papier bywa zbyt żółty, kolory nie takie, jak były w projekcie, czasem książka jest jednak zbyt lekka albo ciężka, druk przebija, pomysł przestał bawić... Przeniesienie z płaskiego ekranu w trójwymiarowość wiele dodaje, stwarza sposobność do interesujących rozwiązań, wszak w roli projektanta leży nie tylko zajmowanie się kształtami, literami itd., ale także wybieranie papieru, na którym określony druk będzie różnorodnie zachowywał⁶.

W jego wypowiedziach wyczuwa się perfekcjonizm i częste niezadowolenie z projektów – podczas rozmowy zdradził, że faktycznie zadowolony jest z około piętnastu książek na około pięćset, które zaprojektował. Jedną z tych, które go zadowalają, jest książka *Ring* (dziesiąty lub piętnasty projekt w jego życiu). Mimo że książki projektuje się obecnie nieco inaczej, traktuje tę pozycję w sposób sentymentalny i jako ponadczasową znaczeniowo. W projekcie zastosował bardzo żółty papier w środku oraz miękką oprawę bez skrzydełek. Forma książki jest funkcjonalna i oszczędna.

Dębowski zaczyna pracę od szkicowania ostrym ołówkiem w małym notesie. Uważa bowiem, że jeśli projekt jest czytelny i funkcjonalny w skali 1:2, to będzie taki również w większym rozmiarze. Projektant poszukuje różnorodnych rozwiązań. Szkiców powstaje zazwyczaj piętnaście, ale zdarza się też kończyć na tylko

[6] P. Dębowski, wywiad z 7 maja 2018 r.

jednym. Projektant poszukuje różnorodnych rozwiązań. W Charakterze poświęca się sporo czasu na rozmowy o projektach graficznych, ponieważ Dębowski lubi konfrontować swoje pomysły z opiniami redaktorek wydawnictwa. Jeśli jednak ma pewność, że projekt jest udany, właściwy, to nie tworzy już kolejnych wersji. Często zdarza się, że pierwsze projekty są trafione. Gdy szkicowanie uzna za skończone, rozpoczyna komputerową pracę w programie InDesign. Tam poszukuje odpowiedniego kroju pisma. Ma ich dużo, a jednak zazwyczaj korzysta z kilkunastu domyślnych⁷. Wybrany krój stanowi fundament projektu i do niego dopasowuje wygląd okładki oraz poszczególnych elementów graficznych. W zależności od potrzeby korzysta z programu Illustrator dla grafiki wektorowej lub Photoshop dla pikselowej. Większość prac wykonuje na komputerze.

Najczęściej powstają dwie lub trzy wersje cyfrowe, które następnie są omawiane w redakcji. Dębowski stara się, żeby poza szkicami przygotować jedną komputerową wersję okładki. W połowie przypadków mu się to udaje, bo właśnie temu służą wcześniejsze szkice. Projekty mają najczęściej bardzo indywidualny charakter.

Przed rozpoczęciem prac graficznych nad wnętrzem książki musi zapoznać się z tekstem publikacji, aby oprócz jej zawartości merytorycznej poznać strukturę tekstu, objętość książki, charakter ilustracji, rodzaj przypisów, indeksów itp. Pierwszą decyzją, jaką podejmuje jest wybór kroju pisma tekstu głównego. Jeśli decyduje się zastosować kilka krojów (które w projekcie współgrają), to wybiera dodatkowe pisma do tytułów, podpisów ilustracji lub przypisów. W dalszej kolejności podejmuje decyzje o liczbie znaków na stronie (tzw. gęstości składu), wysokości i szerokości kolumny, obecności wakatów, sposobie włamania ewentualnych ilustracji. Na końcu testuje wybrane parametry, poszukując optymalnego rozwiązania. Zdarza się, że po kilkunastu poprawkach, stopień pisma zwiększa niemal niezauważalnie – np. zamiast 11 pkt. wybiera 11,27 pkt., bowiem każdy mikropunkt miewa dla niego znaczenie. Wnętrze książki średniej trudności (z tekstem i ilustracjami) powstaje w dwa lub trzy dni (makieta), a około czterech lub pięciu dni trwa składanie. Najwięcej uwagi poświęca rozkładowi ilustracji umieszczając je tak, żeby nie dominowały tekstu, ale pozostawały widoczne, współgrały z projektem i były dobrze umiejscowione w całej treści publikacji. Lata doświadczenia i nauki sprawiły, że projektant szczególnie upodobał sobie niektóre rozwiązania graficzne. Zaliczają się do nich stosowane kroje pism, zazwyczaj amerykańskie. Są to m.in.: Paperback – bardzo zwarty, mocny, prosty, dobrze wyglądający w dużym i małym stopniu; ITC Century Modern – krój z połowy XX w., nieco szerszy niż Paperback i bardziej ozdobny; Chronicle – XIX-wieczny szwedzki krój łączący energię dawnych czcionek i adaptacyjność modernistycznych fontów; Scholar; Mauritius – unikalny niemiecki krój o ostrych zakończeniach liter; Knockout – stosowany w tytułach i nagłówkach, wzorowany na XIX–XX-wiecznych afiszach walk bokserskich, mający grube, blokowe litery zderzone z odmianami wąskimi; Akzidenz-Grotesk – krój sprawdzający się w dużej liczbie zastosowań; Arbitrary – pismo będące adapta-

[7] Domyślne kroje to takie, których Przemek Dębowski używa najczęściej. Są punktem wyjścia większości projektów.

cją amerykańskiego kroju sztyldowego; a także font Filosofia, który został użyty m.in. w serii książek Susan Sontag oraz publikacji *Pięć razy o przekładzie*.

W projektowaniu książek istotne jest, w jaki sposób postrzega się rolę światła i jak się nim dysponuje. W trakcie studiów Dębowski otrzymał od kolegi z zagranicy kopie książek niedostępnych wówczas w języku polskim rynku (m.in. *The form of the good book* Jana Tschicholda⁸). Poznał z nich reguły poprawnego projektowania, np. takie, że margines wewnętrzny powinien mieć mniej więcej połowę szerokości zewnętrznego, zewnętrzny więc większy od wewnętrznego, górny węższy od dolnego, a także to, że zewnętrzny margines nie powinien być zbyt szeroki, a wewnętrzny zbyt wąski, bo utrudniłyby czytanie. „To wszystko pomaga zorganizować chaos, który jest niejako domeną człowieka” – podkreśla Dębowski. Reguły są ważne i warto je stosować, ale nie zawsze dosłownie. Czasami potrzebne jest ich twórcze adaptowanie lub wręcz łamanie dla dobra jakości komunikatu.

Ulubionymi formatami Dębowskiego są kształty wydłużone. Tutaj, przykładem mogą być książki Sontag. Mowa właściwie bardziej o proporcjach boków prostokąta, niż o formacie wielkości – ulubiona proporcja to 5:8 lub 2:3. Jednocześnie bardzo podobają mu się książki szerokie, przysadziste np. o wymiarach około 142 × 207 mm.

Dębowski uważa, że najważniejszym zadaniem projektanta jest stworzenie funkcjonalnej i estetycznej książki, wygodnej w czytaniu i oglądaniu. Z perspektywy wydawcy sprawa jest nieco trudniejsza, ponieważ sprzedawana książka powinna trafić do założonego kręgu czytelników. Trzeba więc rozważyć, czy powinna być tania, czy droga, bardziej okazała czy raczej prosta i przystępna cenowo.

Dodatkowo, niezwykle ważnym aspektem w pracy nad książką jest współdziałanie ludzi, którzy się nią zajmują. Publikacja nie jest dziełem pojedynczej osoby – to wypadkowa pracy kilku osób, których działania powinny być zgodne. Jeżeli wydawcom zależy, aby książka była harmonijną, interesującą całością, konieczna jest współpraca z wieloma osobami. Gdy Dębowski projektuje grafikę, konsultuje jej charakter. Także funkcjonalność – gdzie konkretna książka może być czytana, np. w łóżku, w fotelu, przy lampce lub dziennym świetle. Takie podejście wymusza pewne decyzje projektowe, podejmowane następnie wspólnie z koleżankami z wydawnictwa, a także drukarzami, którzy doradzają w kwestiach technicznych, np. czy wybrana folia jest dobrze dobrana do właściwości określonego papieru, czy papier będzie trwały itd. Zdarza się też, że poligrafowie odradzają proponowany papier ze względu na utrudnioną dostępność, co może np. uniemożliwić dodruk nakładu.

Praca z różnymi osobami niesie ryzyko niepowodzenia. Jako przykład Dębowski podaje fakt, że autorzy nie dotrzymują terminów, a także często usiłują wpłynąć na projekt. Konstruktywna krytyka autora jest mile widziana, ale jest granica, którą projektant sobie ceni, a której nie należy przekraczać, np. nadmierne ingerowanie w szczegóły projektu – położenie napisu, ustalenie jego wielkości itp. W przypadku współpracy z drukarzami rzecz przedstawia się nieco inaczej. Karak-

[8] J. Tschichold, *The form of the good book. Essays on the Morality of Good Design*, Washington 1991.

ter na stałe współpracuje z dwiema drukarniami – ReadMe w Łodzi oraz ZG Colonel w Krakowie. Ograniczenie liczby wykonawców pozwala przewidywać niektóre sytuacje i zapobiegać wpadkom. Dębowski stara się być obecny podczas każdego drukowania, aby dopilnować, czy wszystko jest tak, jak założył (zdarza się że trzeba w ostatniej chwili np. zmienić nasycenie koloru barwy).

Warto też wspomnieć o najczęściej używanych przez Dębowskiego papierach. Są to papiery typu Munken firmy Arctic Paper. Zazwyczaj wybiera Munken Print, który oferowany jest w dwóch odmianach: cream oraz white. Niekiedy wykorzystuje też inne, np. w serii japońskiej zastosował papier Munken Lynx lub Pure.

Projektant uważa, że książki są rzeczami, którymi człowiek powinien się dzielić z innymi. Powinny być dostępne, niezbyt drogie, nie mają być dobrem luksusowym. Zdarzają się jednak takie, które ze względu na swoje indywidualne cechy wymuszają wyższą cenę – w przypadku wydawnictwa Karakteru jest to seria japońska, w której pomimo stosunkowo małej objętości tekstu (90 stron) czytelnicy otrzymują wyjątkowe woluminy z dużą ilością światła, lepszym papierem i drogą okleiną. Takie książki niosą ze sobą inne wartości niż tylko tekst.

O projektowaniu okładek i obwolut

Obok wzorowych projektów typograficznych wizytówką projektanta są bez wątpienia okładki. Prace Dębowskiego wyróżniają się na dzisiejszym rynku książki nie tylko pod względem interesującej, intrygującej formy, lecz także mocnych relacji z tekstem. W publikowanym wywiadzie *Jeśli romans, to musi być dziewczyna i kwiat*⁹ Dębowski podkreślił, że w projektowaniu okładki istotna jest jej adekwatność do tematu i nastroju książki. W Polsce dominuje podejście szablonowe, którego przykładem i równocześnie symbolem jest wspomniana dziewczyna i kwiat – motyw nagminnie wykorzystywany na okładkach powieści romantycznych. Literaturę faktu charakteryzują z kolei okładki ze zdjęciem, często portretowym. Wielu wydawców cechuje stereotypowe myślenie i bezkompromisowa wiara w uprzednio przyjęte schematy – na okładce nazwisko autora powinno być duże, a brązowe okładki nie cieszą się takim popytem, jak te w innych kolorach itp. Grafik zwrócił uwagę na pogląd wydawców, którzy błędnie sądzą że tytuł na okładce powinien być większy niż 10% powierzchni okładki. W swoim wydawnictwie Dębowski wykorzystuje projekty okładek, które nie spełniają tego postulatu lub na których w ogóle nie ma tytułu. Niesztampowe koncepcje formy książki wiążą się czasem z większymi kosztami realizacji, dlatego często stosuje zamienniki imitujące różne rozwiązania – tańsze i dostępnejsze, choć równie interesujące i efektowne.

Dębowski ma zdecydowane poglądy na temat projektowania okładek. Wygłosił je między innymi podczas wykładu pt. *O Jezuu, jaka brzydka*, który odbył się w Gdańsku 21 stycznia 2018 roku. Podjął tam próbę wyczerpującego zdefiniowania pojęcia okładki. Według niego jest ona tłumaczeniem tekstu na język obrazu i swego rodzaju kompromisem pomiędzy wizją autora, a wizją grafika. Projektowa-

[9] S. Frąckiewicz, P. Dębowski, *Jeśli romans, to musi być dziewczyna i kwiat*, *Lubimy czytać* [serwis branżowy], 20 listopada 2013, <http://lubimyczytac.pl>

/aktualnosci/3196/jesli-romans-to-musi-byc-dziewczyna-i-kwiat [dostęp: 21 maja 2018].

nie okładki porównał do ekranizacji książki, mniej lub bardziej zbieżnej z wyobraźnią autora, grafika oraz czytelników. Projektant zapoznaje się z treścią, rozszyfruje przekaz zawarty w dziele i odzwierciedla go na okładce przez wybrany przez siebie element treści. Może to mieć formę zagadki, wyzwania, szyfru do odgadnięcia, prowokującego odbiorcę do uczestnictwa w specyficznej grze pomiędzy nim a autorem, grafikiem oraz samą treścią książki. Dębowski zaznaczył, że przy projektowaniu okładek punktem wyjścia jest typografia. Choć, jak mówi: „jest to taka dziedzina, która ma znaczenie chyba tylko dla projektantów, bo zwykły człowiek raczej nie przykłada uwagi do tego, jaki jest użyty krój pisma”, to uważa typografię za DNA projektu organizujące całą resztę. Projektowanie okładek jest specyficznym zajęciem, w którym często trzeba stłumić w sobie chęć stworzenia arcydzieła i posłuchać głosu sprzeciwu autora, aby znaleźć złoty środek i elementy wyrazu odpowiadające obojgu. Dębowski uznaje okładki za przestrzeń intymną, która silnie koresponduje z treścią, nawet jeśli nie widać tego na pierwszy rzut oka. Projektant wymienia cztery strategie komunikowania się z odbiorcą za pomocą okładki:

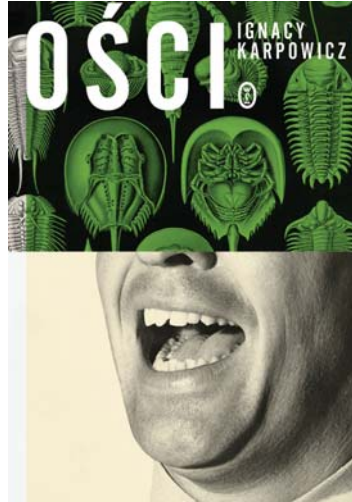
1. *Odczytaj metaforę i złam szyfr* – to aluzja dla odbiorcy. Tego typu okładki zawierają ukryty przekaz, zagadkę do rozwikłania.
2. *Zestaw do złożenia* – umieszcza się kilka elementów związanych z treścią dzieła, zmuszając odbiorcę do poskładania ich w całość;
3. *Chodź, opowiem ci bajeczkę oraz sztuka uwodzenia* – tu zadaniem jest zachwycenie, zadziałanie na uczucia, a przede wszystkim przykucie uwagi czytelnika;
4. *Nic wam nie powiem* – takie okładki operują minimalną ilością środków wyrazu: brakiem znaczeń, aluzji albo ilustracji (może być na nich np. jedynie tytuł).

Ilustracje 1 i 2. Metafora, szyfr – czyli strategia pierwsza – najlepiej przedstawiona została na okładce książki *Język miast* w formie aluzji do popularnych gier



Ilustracje 1 i 2

Monopole lub Eurobiznes, w których poszczególnym miastom odpowiadają pola identycznej wielkości pola. Podobną funkcję pełni tytuł publikacji *Mężczyźni objaśniają mi świat* mający kształt przypisu, którego główną rolą jest, jak wiadomo, wytłumaczenie, lub skomentowanie treści.



Ilustracje 3 i 4

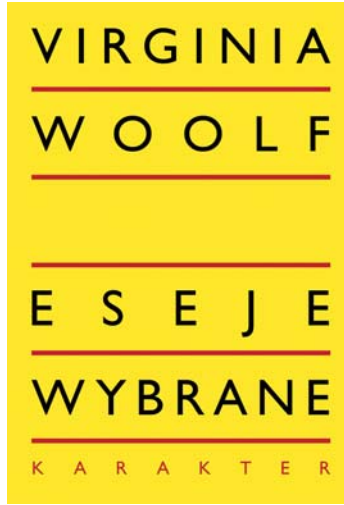
Ilustracje 3 i 4. Jako drugą strategię komunikowania się Dębowski wskazał „zestaw do składania”, który charakteryzuje się mnogością elementów, często różnorodnością typograficzną i złożonością informacji. Tak zaprojektowane okładki przypominają puzzle lub krzyżówki. Przykładami tego typu zestawów zestawów są *Nie ma się co obrażać*, *Nowa polska ilustracja* oraz *Ości*.



Ilustracje 5 i 6

Ilustracje 5 i 6. Trzecia strategia to „chodź, opowiem ci bajeczkę oraz sztuka uwodzenia”. Okładki opowiadają historię i przyciągają czytelnika, zagłębiając go

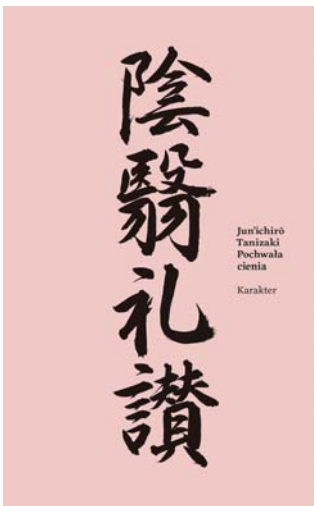
w treść dzieła. Przedstawione są na nich elementy graficzne nawiązujące do treści. Przykładami takich okładek są *Eden* oraz *Dzienniki gwiazdowe II*.



Ilustracje 7 i 8

Na dole strony:
ilustracje 9, 10 i 11

Ilustracje 7 i 8. „Nic wam nie powiem” to ostatnia strategia, która, hołdując minimalizmowi, stosuje jak najmniej środków wyrazu. Najczęściej są to okładki typograficzne bez ilustracji, prezentujące jedynie tytuł i nazwisko autora. W ten sposób zaprojektowane zostały *Eseje wybrane* oraz *Miłość*, choć, jak mówił Dębowski, nie udało mu się powstrzymać przed dodaniem zamaskowanego żartu w przypadku projektu okładki *Miłości*. Wśród minimalistycznych projektów znajdziemy również znane książki Marcina Wichy *Rzeczy, których nie wyrzuciłem* oraz *Dlaczego przestałem kochać design*, których okładki sprowadzają się do tekstu (jedno- lub dwukolorowego) na białym tle.



Ilustracje 9, 10 i 11. Wydawnictwo Karakter wydało także wiele innych pozycji, których okładki nawiązują do wyżej prezentowanych strategii komunikowania się z odbiorcą. Należą do nich okładki zrealizowane w ramach serii japońskiej, odznaczające się prostotą przy równoczesnej wielkiej sile wyrazu. To projekty skończone, ukazujące kunszt i pomysł sam w sobie, a jednocześnie intrygujące, przyciągające wzrok i uwagę, prowokujące do rozszyfrowania treści oraz użytej formy. W przypadku kontaktu z tak zredukowanymi rozwiązaniami graficznymi, czytelnik zaczyna zwracać uwagę na elementy, które zazwyczaj ignoruje. Projektant, używając z rozmysłem gry kontrastu i kolorów, tworzy tajemnicę, którą czytelnik ma szansę rozwikłać.



Ilustracje 12 i 13

Ilustracje 12 i 13. Pod skrzydełkiem okładki książki *Kielonek* umieszczona została notka oznajmująca, że „jest to pierwsza i być może ostatnia książka wydawnictwa Karakter”¹⁰. Ten zabieg zastosowany został jednorazowo dla pogłębienia kontaktu z czytelnikiem. Nawiązuje on również do ilustracji na okładce, tworząc niejako iluzję listu w butelce, którą czytelnik może odkryć przypadkiem, gdy będzie poszukiwał dodatkowych informacji na temat dzieła.

W książce *Witajcie, powracające widma* wykorzystano niecodzienne rozwiązanie graficzne, które nie przyjęło się w serii prozy w wydawnictwie – do książki dodano obwolutę, zaginającą się jak mapa. Z racji tego, że wewnętrzna strona obwoluty była pusta, grafik umieścił tam mapę różnych miejsc. Dzięki temu książka wyróżnia się na tle całej serii i stanowi dowód na to, że poszukiwanie dobrych rozwiązań i dążenie do upragnionego ideału (książki) nie zawsze kończy się sukcesem. Bywa też, że decyzja pozornie błędna może dodać publikacji walorów, np. sentymentalnych).

Ilustracja 14. Poza ryzykiem łączącym się z podejmowaniem lepszych lub gorszych decyzji, praca grafika dotyczy również innych czynników. Należą do nich:

[10] A. Mabanckou, *Kielonek*, Kraków 2008.

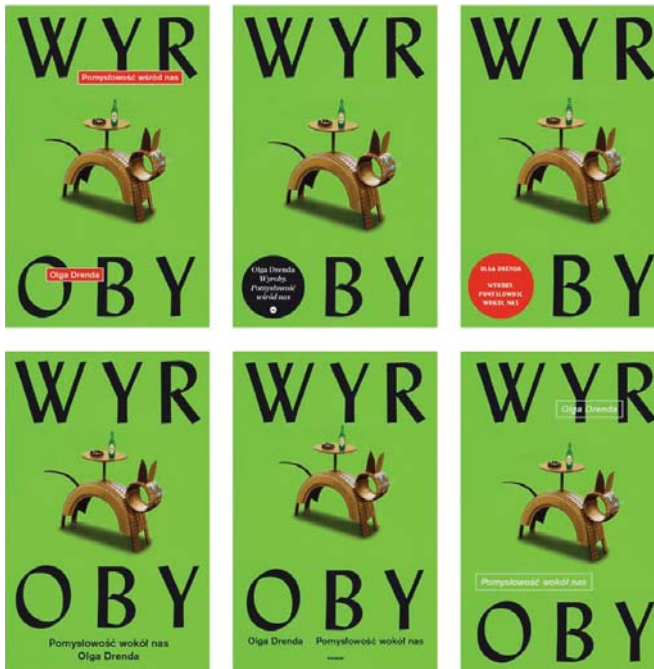
szybkość wymyślenia projektu i liczba poprawek (wersji). Trzeba podkreślić, że każdy projekt jest indywidualny, bo dzieła zawierają w sobie różne treści, przekazy i wartości. Korespondują tym samym z wyobraźnią grafika w różnoraki sposób, szczególnie gdy uwzględnimy jeszcze współpracę grafika z autorem, która nie zawsze musi układać się zgodnie. Aby zaprojektować okładkę, często potrzeba długich godzin przygotowań, poszukiwań odniesień (Dębowski mówił np. o dokładnym studiowaniu okresu, którego książka dotyczy). Podczas poszukiwania idealnej formy wyrazu zdarza się, że pomysł przychodzi natychmiast po rozpoczęciu pracy nad dziełem. By zobrazować taką sytuację warto przytoczyć wpis ze strony facebookowego profilu Przemka Dębowskiego:

Słuchajcie, jeden dzień to naprawdę za mało, żeby zrobić okładkę. Nie ma szans, żebym wpadł na jakiś pomył... czekajcie, właśnie wymyśliłem¹¹.

Mowa o okładce książki *Wyjście awaryjne. O zmianie wyobraźni politycznej*, której tytuł stanowi grę słowno-obrazową.



Ilustracja 14



Ilustracja 15

Ilustracja 15. Wykonana praca stojąca za każdym projektem jest bardzo często niedoceniana. Okładki, które przez niewprawionych odbiorców mogłyby zostać uznane za nieskomplikowane, nie są łatwe do zaprojektowania, a nawet

mogą być bardziej wymagające właśnie z racji swojej prostoty. Często pojedyncza okładka ma kilka lub kilkadziesiąt wersji, projektowanych z równie wielką uwagą i pieczołowitością.

Podsumowując...

Analiza typograficzna książek zaprojektowanych przez Przemka Dębowskiego, a także informacje zebrane podczas wywiadu z projektantem pozwoliły na próbę ogólnego scharakteryzowania jego dorobku i wyszczególnienie najważniejszych zasad, których stosowanie sprawia, że jego książki wyróżniają się na pośród innych na księgarskiej ladzie, zdobywają prestiżowe nagrody i budzą zainteresowanie czytelników.

Niewątpliwie Dębowski zna i świadomie stosuje reguły klasycznej typografii, adaptując je kreatywnie, gdy wymaga tego sytuacja. Przykładem może być przeniesienie informacji ze strony redakcyjnej na koniec publikacji, umożliwiające twórcze rozwiązanie czwórki tytułowej. Książki zazwyczaj składane są przy użyciu jednego kroju pisma, stosowanego w różnych wielkościach. Dębowski posługuje się dobranym przez siebie wachlarzem krojów, w którym znajdują się głównie szeryfowe antyki amerykańskiego, szwedzkiego i niemieckiego pochodzenia. Wszystkie rozwiązania Dębowskiego są bardzo czytelne i harmonijne. Ważną rolę w publikacji spełnia światło – odpowiednie marginesy nadające charakter, przejrzystość i porządkujące treść. Istotnym elementem w dążeniu do idealnej realizacji projektu jest wybór materiałów poligraficznych, przede wszystkim papieru. Zazwyczaj jest to Munken Print. Niezwykle ważna jest też współpraca ze wszystkimi twórcami książki (w tym z drukarzami), a także kontrola poszczególnych etapów prac. Każda publikacja, w zależności od jej indywidualnego charakteru, wymaga odpowiedniej ilości czasu, by dobrze zinterpretować jej treść i stworzyć projekt w pełni z nią zgodny. Pięknych książek nie da się tworzyć w pośpiechu. Książka idealna jest natomiast konceptem odległym, często nieokreślonym do końca, do którego należy dążyć i dla każdego projektanta powinna być to droga indywidualna. Działalność Przemka Dębowskiego wynika z jego osobistego doświadczenia, z którego można czerpać inspiracje i wzorce artystycznej konsekwencji.

Bibliografia

1. Bierkowski T., *Racjonalna relatywizacja w stosowaniu reguł typograficznych*, „Acta Poligraphica” nr 1, 2013.
2. Dunin-Horkawicz J., *Czy jest możliwa idealna realizacja edytorska dzieła piśmienniczego*, [w:] *Dokument, książka i biblioteka w badaniach naukowych i nauczaniu uniwersyteckim*, pod red. M. Skalskiej-Złat, A. Żbikowskiej-Migoń, Wrocław 2008, s. 11–15.
3. Frąckiewicz S., Dębowski P., *Jeśli romans, to musi być dziewczyna i kwiat*, Lubimy czytać [serwis branżowy] 20 listopada 2013, <http://lubimyczytac.pl/aktualnosci/3196/jesli-romans-to-musi-byc-dziewczyna-i-kwiat> [dostęp: 21 maja 2018].
4. Mitchell M., Wightman S., *Typografia książki. Podręcznik projektanta*, Kraków 2012.
5. Tomaszewski A., *Architektura książki dla wydawców, redaktorów, poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów*, Warszawa 2011.
6. *Wielki Słownik Poprawnej Polszczyzny PWN*, pod red. A. Markowskiego, Warszawa 2008.

Spis ilustracji

1. D. Sudjic, *Język miast*, 2017 – okładka książki.
2. R. Solnit, *Mężczyźni objaśniają mi świat*, 2017 – okładka książki.
3. P. Moglinicki, *Nie ma się co obrażać*, 2017 – okładka książki.
4. I. Karpowicz, *Ości*, 2013 – okładka książki.
5. S. Lem, *Eden*, 2016 – okładka książki.
6. S. Lem, *Dzienniki gwiazdowe II*, 2017 – okładka książki.
7. I. Karpowicz, *Miłość*, 2017 – okładka książki.
8. V. Woolf, *Eseje wybrane*, 2015 – okładka książki.
9. J. Tanizaki, *Pochwała cienia*, 2016 – okładka książki.
10. S. Kuki, *Struktura iki*, 2017 – okładka książki.
11. K. Okakura, *Księga herbaty*, 2017 – okładka książki.
12. A. Mabanckou, *Kielonek*, 2008 – okładka książki.
13. K. Efoui, *Witajcie, powracające widma*, 2012 – okładka książki.
14. R. Matyja, *Wyjście awaryjne*, 2018 – okładka książki.
15. Projekt okładki książki *Wyroby* zamieszczony na facebookowym profilu Dębowskiego.

Wszystkie ilustracje pochodzą ze strony wydawnictwa Karakter: www.karakter.pl

Abstract

Towards an ideal book: Edition design based upon works of Przemek Dębowski

The article discusses problems of designing an ideal book, responding to current market needs. It shows the design goals and difficulties in their fulfillment. Based on analysis of the works of Przemek Dębowski, an outstanding contemporary graphic designer, and his interview, attempts were made to obtain the right method of graphical implementation. Important elements of work on the book and design decisions have been specified, showing them in the light of the enforced rules, in particular the concept of congenial typography. It was emphasized that a well-designed book is an integrated whole of visual elements, each being equally important. Dębowski's views on design mechanisms, that deserve special attention, are summarized. At the same time, an idea is emphasized that the close cooperation of all the book's authors in order to obtain a reader-friendly edition is a value of its own.