

KLAUDIA SOCHA

Katedra Edytorstwa i Nauk Pomocniczych

Wydział Polonistyki

Uniwersytet Jagielloński

Funkcjonalność, ekonomia i estetyka – podstawowe problemy tworzenia projektu typograficznego książki

Drukowana praca, której nie da się odczytać,
staje się produktem bez celu.

Emil Ruder¹

Redaktor techniczny, projektant i łamacz – jeszcze nie tak dawno² trzy różne osoby, dziś często te funkcje pełni, ze względów oszczędnościowych, jedna osoba. W przypadku niektórych publikacji rola redaktora technicznego i projektanta rzeczywiście może ulec znacznemu ograniczeniu, jednak niezależnie od liczby osób myślących nad projektem ostatecznym kryterium oceny staje się jego ekonomiczność, estetyka i funkcjonalność – jak spełnia narzucaną mu rolę, w jaki sposób najbardziej czytelnie i jednoznacznie przekazuje treść, w jakim stopniu jest ciekawy, czy stanie się zachętą dla potencjalnego nabywcy, czy też wręcz go odstraszy, a także – w jaki sposób przyjęte rozwiązania wpłyną na koszt przedsięwzięcia. Dlatego każda decyzja dotycząca projektu niesie za sobą liczne reperkusje ekonomiczne i estetyczne. Tak naprawdę każdy element projektu powinien zostać przeanalizowany pod różnymi kątami, aby mógł sprostać wymaganiom czytelnika. Oczywiście nie zawsze czytelnik jest świadomy zasad prawidłowej typografii. Zwykle nie zdaje sobie sprawy z jej wpływu na czytelność książki i łatwość przyswajania informacji. Nie zawsze ma wyrobiony gust – ciągle jeszcze książki oceniane są według bogactwa użytych materiałów – dla sporej grupy czytelników najważniejsze jest, żeby były kolorowe, najlepiej na błyszczącym papierze. Warto jednak dodać, że sytuacja na rynku znacznie się poprawiła i można zauważyć zainteresowanie książkami mniej „wystawnymi” a bardziej wyrefinowanymi w swej prostocie. Coraz częściej odbiorca docenia dobrze, fachowo i funkcjonalnie przygotowaną publikację, która nie tylko ładnie wygląda, lecz także przyciąga uwagę profesjonalnie opracowanym tekstem.

¹ Cyt. za: T. Bierkowski, *O typografii*, Gdańsk 2008, s. 129.

² Taki podział kompetencji występował jeszcze w końcu XX wieku w większych wydawnictwach.

Nawet pobieżny przegląd książek w dobrze zaopatrzonej księgarni ujawnia różne podejście do problemu projektowania – na jednym biegunie znajdują się projekty tworzone przez artystów, będące zgoła dziełem sztuki. Stanowią one bardzo ciekawy, ale niemiarodajny materiał, dlatego nie mogą być uznawane za przykłady typowe. Na drugim krańcu skali znajdują się ciągle jeszcze bardzo powszechne książki „łamane”, „produkowane”, ale nie projektowane. Jako ewidentny margines, dość szeroki niestety, również nie mogą się stać przedmiotem głębszej analizy. Warto natomiast zająć się publikacjami przemyślanymi, tworzonymi profesjonalnie, choć niekiedy i z pasją. Dobra książka to bowiem nie tylko tekst, lecz także sposób jego przedstawienia, graficzne zinterpretowanie. Ideałem takiej publikacji jest tzw. projekt kongenialny opisywany w wielu opracowaniach z dziedziny typografii³, łączący w pełni harmonijnie formę, funkcję i treść publikacji.

Projekt taki może powstać wyłącznie w stałej współpracy redaktora prowadzącego, redaktora technicznego i grafika. Połączenie sił i doświadczenie pozwala dobrać materiały i środki wyrazu, które najlepiej oddadzą naturę tekstu i sprawią, że będzie czytelny, a równocześnie estetyczny. Ponieważ książka – pomijając zaangażowanie autora, redaktora i grafika, często bardzo emocjonalne – jest produktem, który musi się sprzedać i przynieść zyski, na każdą decyzję wpływają bezwzględne warunki ekonomii. Często takie a nie inne rozstrzygnięcia dotyczące projektu są po prostu kompromisem pomiędzy wizją artysty a brutalnym światem finansów. Zasada jest bardzo prosta – cóż z tego, że powstanie książka-arcydzieło, kiedy cena jej będzie tak zawrotna, że mało kogo z czytelników będzie na nią stać? Albo cóż z tego, że publikacja jest bardzo tania, podczas gdy odarcie jej z wszelkich ozdób, kiepski papier i słaba jakość druku sprawią, że nikt nie zechce jej kupić?

O tym, że problem jest poważny, świadczą nieustanne dyskusje dyrektorów wydawnictw z redaktorami technicznymi i grafikami. Mają one na celu stworzenie projektu, a potem produktu, który choćby w części odda wizję i założenia osób decydujących o kształcie dzieła.

Warto zauważyć, że decyzje redaktora technicznego zaczynają się dużo wcześniej niż samo myślenie o projekcie. Już na etapie planowania danej publikacji należy odpowiedzieć na pytanie o nakład. Oczywiście nie jest to problem redaktora technicznego – decydują o nim inne czynniki oparte na prognozach i planach, badaniu rynku itp. Ale z tej decyzji płyną inne – w zależności od nakładu warto rozważyć technikę druku. Jeśli przewidziano wysoki nakład, opłaca się książkę drukować w technice offsetowej – to ciągle najtańszy typ druku

³ Projekt kongenialny od lat jest tematem prac typografów zachodnich. W Polsce wspomina o nim Andrzej Tomaszewski (*O jedności treści, formy i funkcji [książki]*, „Wydawca” 5/1997, [przedruk w:] *idem, Zapiski księżkoroba*, Warszawa 2006, s. 18–20), choć oczywiście koncepcja funkcjonalności projektu, propagowana głównie przez projektantów szwajcarskich, znalazła odbicie w licznych pracach obydwu Tomaszewskich: Romana i Andrzeja. Obecnie takie podejście można zauważyć także w pracach młodszych pokolenia polskich typografów.

dla wysokich nakładów. Koszt płyt offsetowych rozłożony na wiele egzemplarzy staje się mało znaczący w kosztach ogólnych. Inaczej rzecz się ma przy niskich nakładach – wówczas potrzeba wypalenia sporej liczby płyt (po dwie na każdy arkusz, w wypadku druku kolorowego całość należy pomnożyć przez cztery) ogromnie zwiększa koszty druku. W takiej sytuacji warto się zastanowić nad drukiem cyfrowym – generalnie droższym, ale utrzymującym stałą cenę za odbitkę, niezależnie od wysokości nakładu. W druku cyfrowym – laserowym – formą drukową staje się obraz na bębnie tworzony przez ładunki elektrostatyczne dla każdej odbitki osobno, co sprawia, że koszt tejże formy jest minimalny. Pozwala to też na personalizację druków, której nie da się osiągnąć w druku offsetowym. Niebagatelnym problemem przy tej decyzji jest prędkość druku, przekładająca się na czas realizacji publikacji. Maszyny do druku offsetowego, zwłaszcza duże, wielokolorowe, sterowane komputerem osiągają dużo wyższe nakłady w krótszym czasie niż maszyny drukujące cyfrowo. Kalkulacja techniczna musi brać pod uwagę nie tylko koszty, lecz także czas druku, zwłaszcza dziś, kiedy rynek nie toleruje najmniejszych spóźnień, realizacja publikacji z kilku miesięcy skróciła się do tygodni, a książka, która nie trafi do empiiku w określonym terminie, może od razu zostać spisana na straty. Ścisłe określenie daty premiery przekłada się na bardzo wysokie kary w razie niedotrzymania terminu, co może doprowadzić do fiaska wydawniczego – zwłaszcza jeśli wysokość tych opłat przekroczy cały zysk ze sprzedaży danej pozycji.

W przypadku książek bardzo rzadko mamy do czynienia z drukiem na materiałach innych niż papier (chyba że dotyczy to książek dla dzieci, zwłaszcza przeznaczonych dla niemowląt – nadmuchiwanych, do kąpieli, na folii itp.), toteż rzadko pojawia się pytanie o jeszcze inne techniki druku, takie jak sitodruk czy fleksografia – stosowane do drukowania na tego typu podłożach drukowych, chociaż coraz częściej problem ten wypływa w przypadku uszlachetniania opraw. Wbrew pozorom nie jest to wyłącznie sprawa drukarza – przygotowanie pliku do druku w technice flekso wymaga od grafika wykazania się dużą wiedzą i doświadczeniem. Ten typ druku bardzo różni się od innych technik, poczynając od elastycznej formy drukowej, a kończąc na specyficznych profilach koloru. Podobnie wygląda sprawa z lakierowaniem: źle ustawione w programie graficznym opcje nadruku mogą całkiem zmienić (niestety rzadko na lepsze) projekt. Mogłoby się zdawać, że pomiędzy grafikiem a drukarzem są przecież jeszcze inne stopnie, że plik jest sprawdzany, zanim zostanie zakwalifikowany do druku. Niestety coraz częściej drukarnie nie przyjmują odpowiedzialności za źle przygotowane materiały, a niektóre błędy, jak choćby wspomniany wcześniej lakier bez opcji nadruku, nie zawsze są wykrywane przez programy sprawdzające. W końcu drukarz nie zawsze musi wiedzieć, jak ma wyglądać finalny projekt okładki. Takie błędy są kosztowne, stąd coraz częstsze nieporozumienia pomiędzy klientami a drukarniami, gdyż żadna ze stron nie chce ponosić finansowych konsekwencji takich niedopatrzeń.

Kolejnym problemem projektanta jest wybór papieru, gdyż musi on wziąć pod uwagę kilka czynników: technicznych, ekonomicznych, praktycznych i estetycznych. Przede wszystkim dobór papieru zależy od typu książki i jej struktury oraz dodatkowych materiałów, które wystąpią obok tekstu. Konieczność zamieszczenia ilustracji, zwłaszcza kolorowych zdjęć, wymaga użycia papieru wyższej jakości, najlepiej powlekanego, gdyż na zwykłym papierze offsetowym kolory wychodzą zdecydowanie gorzej. Warto jednak pamiętać, że papiery powlekane mają wyższą gramaturę, co zwiększa wydatnie ciężar wydrukowanych na nich książek – powinni wziąć to pod uwagę producenci podręczników dla dzieci i młodzieży – dzisiejsza tendencja wyposażania wszystkich książek szkolnych w kolorowe ilustracje na dobrym papierze sprawia, że typowy szkolny plecak osiąga wagę niebezpieczną dla dobrej postawy dziecka.

Odwrotnością papierów powlekanych są bardzo modne ostatnio papiery objętościowe, produkowane na specjalnych sitach, pulchne i dość grube, ale o niższej gramaturze. Obecnie drukuje się na nich często podręczniki akademickie – duże „cegły”, jednak stosunkowo lekkie. Tego typu papierów używają również wydawcy do książek o niewielkiej objętości – najczęściej dość cienkich, aby wyglądały bardziej okazale i żeby można było użyć oprawy twardej. Dzięki temu można ustalić taką cenę książki, jakiej nigdy nie uzyskałaby broszura szyta drutem. Na papierach objętościowych można drukować także ilustracje, ale nie osiągają one bardzo wysokiej jakości. Ma to związek z powierzchnią papieru, która jest dość nierówna, dlatego punkt rastrowy nie jest regularny. Papiery niepowlekane są bardziej chłonne od powlekanych, co sprawia, że farba wsiąka w papier i punkt rastrowy się rozlewa. W sprzedaży są dostępne różne papiery gładzone i powlekane, co także utrudnia wybór – niestety ciągle pokutuje powszechne przekonanie, że zdjęcia powinny być kolorowe i błyszczące – zapewne jest to spadek estetyczny po czasach, w których papier był reglamentowany i przypominał jakością papier toaletowy. Z tamtego okresu zapewne sporej części społeczeństwa zostało zamiłowanie do błyszczących ilustracji w dość jaskrawych (nie zawsze zgodnych z rzeczywistością) kolorach. Na gusty te odpowiada całkiem duża grupa współczesnych wydawnictw albumowych. Tymczasem dużo ładniej wyglądają ilustracje wydrukowane na papierze matowym. Stwierdzenie, że to wyłącznie kwestia estetyczna, jest całkowicie błędne. Papier błyszczący odbija światło, tworząc tzw. bliki znacznie utrudniające czytanie i w efekcie bardzo męczące wzrok. Wybór papieru jest więc niezwykle ważny dla czytelności publikacji.

Często wydawcy starają się obniżyć cenę książki poprzez wybór tańszego papieru. Nie jest to założenie słuszne – tylko optymalny kontrast pomiędzy podłożem a drukiem pozwala na efektywny proces czytania. Najbardziej kosztowny w procesie produkcji jest papier biały. Biel osiągnięta jest przez zastosowanie licznych związków chemicznych (np. tlenu, enzymów, wybielaczy), co nie pozostaje bez wpływu na środowisko. Tymczasem taki śnieżnobiały papier wcale nie sprzyja procesowi czytania – w ostrym świetle słońca lub lampy odbicie tegoż

światła jest tak silne, że razi wzrok, męczy go i uniemożliwia czytanie. Bardziej naturalny jest kontrast między czernią farby drukarskiej i bielą złamaną, nieco kremową, taka jak ulubiony przez dobrych projektantów, m.in. Leona Urbańskiego, kolor *chamois* (biel skorupki jajka). Paradoksalnie papier kremowy, tańszy w produkcji jest w sprzedaży droższy jako bardziej „szlachetny” i obecnie modny.

Kolejnym problemem staje się format publikacji. Tutaj także projektant nie ma absolutnej wolności wyboru. Ograniczają go głównie względy ekonomiczne – najlepiej bowiem projektować w formatach dających się wyciąć z formatów standardowych, gdyż tak jest taniej. Ostatnio wiele wydawnictw zmniejszyło formaty swoich książek, żeby mieściły się na formatach „obciętych”, czyli mniejszych niż formaty tzw. surowe. Dzięki temu działaniu znaczники cięcia, pasery i spady mieszczą się na standardowym obciętym arkuszu. Warto też wspomnieć o zalecanym przez dawnych mistrzów – choćby przez Teklę Malinowską i Ludwika Sytę⁴ – ekonomicznym uzyskiwaniu formatów zbliżonych do kwadratu poprzez zastosowanie falcowania arkusza nie na 16, ale na 12. Dzięki temu zabiegowi można bardzo ograniczyć straty papieru w projektach nietypowych lub bardziej wyrafinowanych, ale warto stosować podobne rozwiązania także przy prostszych zleceniach, na przykład ulotkach czy folderach. Czasem niewielkie zmiany w projekcie pozwalają na znaczne oszczędności materiałów, przy zachowaniu pełni jego walorów funkcjonalnych i estetycznych.

Ekonomia to jednak nie wszystko – pozostają względy praktyczne, na przykład parametry maszyn i to nie tylko drukujących, ale i introligatorskich. Wybór bardzo dużego formatu poprzecznego uniemożliwia przykładowo oprawę książki w standardowej maszynie introligatorskiej – po prostu w takiej pozycji blok z okładką nie wejdzie do maszyny. Pozostaje oprawa ręczna, bardziej kosztowna, a przy wysokich nakładach należy doliczyć do terminu realizacji również dodatkowy czas na nią przeznaczony.

Problemy techniczne wynikają także z wykorzystywanych w poligrafii materiałów. Wybór nietypowego formatu może sprawić, że książkę trzeba będzie falcować w inny sposób niż zwykle przyjęte, co może wymagać zakupu specjalnie ciętego papieru. W przypadku zarówno druku, jak i oprawy ważny jest kierunek ułożenia włókien w papierze. Jeśli będzie on nieprawidłowy, pojawią się trudności z pasowaniem kolorów, a także, po oprawieniu, blok książki może ulegać deformacjom⁵. Czasem nie warto też silić się na oszczędności kosztem dobieranych materiałów – najwyraźniej widać to w przypadku kartonów przeznaczonych na oprawy miękkie. Wybór zbyt niskiej gramatury (podyktowany zresztą nie tylko oszczędnością, lecz także brakiem doświadczenia) może bardzo niekorzystnie wpłynąć na wygląd okładki. Szczególnie odbija się to na projekcie w przypadku foliowania. Zbyt cienki karton po zalaminowaniu ulega deformacji,

⁴ T. Malinowska, L. Syta, *Redagowanie techniczne książki*, Warszawa 1977, s. 29.

⁵ Zob. S. Jakucewicz, *Papier w poligrafii*, Warszawa 1999, s. 62.

okładka nie przylega do bloku, unosi się ku górze i nie pełni dobrze swojej funkcji ochronnej. Podobnie ostrożnie powinno się traktować projekty o nietypowych rozwiązaniach, na przykład podłużne. Karton o niższej gramaturze, wystarczający w pełni do tradycyjnej okładki, połączonej z grzbietem wzdłuż dłuższego boku bloku książki, okazuje się zbyt cienki, gdy zakrywa blok ułożony odwrotnie. Dużo dłuższe okładziny także mogą się źle układać i zawijać do góry, co nie jest ani estetyczne, ani praktyczne.

Wybór formatu zależy od przyzwyczajenia czytelników oraz funkcji książki. Historia książki ukazuje proces kształtowania się pewnych typów książek w zależności od ich przeznaczenia – do dziś encyklopedia będzie się kojarzyć z dużym wydawnictwem (np. formatu A4 lub B5), ewentualnie z małą edycją kieszonkową. Nie wydaje się zwykle powieści w dużych formatach, bo bardziej funkcjonalne jest zaprojektowanie takich, które można trzymać w ręku podczas lektury. Jest to zasada obecna w teorii i praktyce projektanckiej, wspomina o tym na przykład Jost Hochuli w podręczniku projektowania *Designing books*⁶, dzieląc książki na takie, które czyta się rozłożone na stole i te trzymane w ręku (jedną lub obiema rękami).

I ostatni, wcale niebagatelny, problem estetyki. Standardowe formaty papieru stosowane w Europie wywodzą się z podziału arkusza o proporcji $1:\sqrt{2}$. Dzielone na pół, dają arkusz o połowę mniejszy, ale o takich samych proporcjach. To tak zwana proporcja homogeniczna, dająca w efekcie poczucie silnej dysharmonii. Jan Tschichold⁷, badając książki dawne, zauważył, że zecerzy unikali takich zestawień, preferując raczej proporcje naturalne. Robert Bringhurst w swym kanonicznym *Elementarzu stylu w typografii*⁸ wiąże proporcje książek z interwałami muzycznymi. Ten najpopularniejszy format oparty na normie ISO, powszechnie używany w Europie, daje tzw. kwintę zmniejszoną lub kwartę zwiększoną, czyli po prostu tryton – akord „diabelski”, dysonans. Sprawia to, że książki zaprojektowane dokładnie według tej proporcji wydają się zbyt szerokie, niezgrabne. Bardzo trudno jest również harmonijnie ułożyć na takiej stronie kolumnę. Dlatego najczęściej dobrzy projektanci unikają takiej proporcji, zważając raczej stronicę w kierunku kwinty, seksty, septymy czy oktawy, lub rozszerzając ją do kwarty, tercji, sekundy, czy wreszcie kwadratu, czyli prymy⁹. Istotne staje się także zestawienie proporcji stronicy z proporcją kolumny, można je powielić, tworząc układ bezpieczny, choć nieco monotony lub skonstrastować, stosując dopełniającą

⁶ J. Hochuli, R. Kinross, *Designing Books, Practice and Theory*, London 1996, s. 37.

⁷ J. Tschichold, *The Form of the Book*, Washington 1991, s. 36–64.

⁸ R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, przeł. D. Dziewońska, Kraków 2007, s. 160–161.

⁹ Chromatyczna skala proporcji stronicy wg Bringhursta: oktawa czysta 1:2, septyma wielka 8:15, septyma mała 9:16, seksta wielka 3:5, seksta mała 5:8, kwinta czysta 2:3, kwinta zmniejszona/kwarta zwiększona $1:\sqrt{2}$, kwarta czysta 3:4, tercja wielka 4:5, tercja mała 5:6, sekunda wielka 8:9, sekunda mała 15:16, pryma czysta 1:2.

ce się harmonijnie interwały muzyczne (np. kwintę czystą i kwartę czystą, dające wspólnie oktawę, ulubione zestawienie średniowiecznych twórców ksiąg rękopiśmiennych¹⁰).

Dobór oprawy również wiąże się z uwzględnieniem różnych aspektów: praktycznych, ekonomicznych i estetycznych. Ale wpływa także znacząco na przygotowanie projektu, o czym często zdają się zapominać graficy. Pierwszym problemem podnoszonym w redakcji jest oczywiście koszt oprawy twardej i miękkiej. Paradoksalnie różnica w cenie tych opraw nie jest tak wysoka, jak zdawałyby się świadczyć ceny książek (często tego samego tytułu, a nawet wydania) oprawianych „książkowo” i „broszurowo”. Wynika to z faktu, że książka w oprawie twardej postrzegana jest jako bardziej nobilitująca, bibliofilska, a jako taka musi się znacznie różnić ceną od swojego bardziej „pośledniego” odpowiednika w oprawie miękkiej. Często również przy tworzeniu projektu zapomina się, że sposób łączenia książki wpływa zasadniczo na sposób jej czytania. Niestety zdarza się, że wąskie tomiki o niewielkiej grubości oprawione na twardo nie pozwalają dotrzeć do końca wiersza, który po zszyciu stał się prawie częścią grzbietu. Projektant musi uwzględnić w makiecie, czy książka będzie klejona, czy szyta, i odpowiednio zwiększyć lub zmniejszyć marginesy. Podobny problem pojawia się w przypadku opraw zeszytowych, w których szycie drutem powoduje zmianę szerokości marginesów w zależności od położenia strony względem środka książki.

Niekiedy twórcy opraw zapominają o podstawowych zasadach dotyczących technologii: różnica między oprawami miękkimi – przylegającą i zakrywającą – leży głównie w tym, że ta ostatnia ma big przebiegający wzdłuż przedniej okładziny (podobny big może też wystąpić na okładce tylnej). Położenie nazwiska autora, tytułu lub grafiki w tym miejscu spowoduje niepożądany efekt przegniecenia tego elementu przez maszynę wykonującą bigi. Podobnie jest z uszlachetnianiem okładek. Warto pamiętać przy stosowaniu różnych ozdobnych lakierów (na przykład strukturalnych, 3D czy reliefowych), że umiejscowienie ich na samej krawędzi okładki może doprowadzić do ich odstawania, a nawet zniszczenia (oderwania). W uszlachetnianiu ważne jest zachowanie reżimów technologicznych, w tym także czasu, jaki musi upłynąć od druku do następnych etapów – nieprzestrzeganie tych zasad może się skończyć tym, że druk nie będzie spełniał odpowiednich standardów (będzie się delaminował, powstaną pęcherzyki gazu pod folią, lakier będzie źle przywierał itp.). Wydawnictwo powinno także uwzględnić dodatkowy czas na te wszystkie operacje, co ma niebagatelne znaczenie, zwłaszcza w publikacjach przewidzianych na konkretny termin.

Estetyka okładki to nie wszystko. Najwięcej na ten temat ma zwykle do powiedzenia dział promocji, który powstrzymuje grafika przed używaniem niektórych kolorów jako wybitnie „niemarketingowych”. Prócz ograniczeń tego typu są jeszcze względy praktyczne – niektóre kolory źle wychodzą w druku, mają

¹⁰ R. Bringhurst, *op. cit.*

tendencję do tworzenia mory, dlatego warto z nich zrezygnować, gdyż ich wygląd nie świadczy tylko o braku kompetencji drukarza, lecz raczej o nieświadomości grafika. Inne kolory (zwłaszcza bardzo ciemne) mogą dodatkowo ograniczać pulę operacji uszlachetniających, podobnie jak niektóre materiały. Osobnym problemem, także estetycznym, staje się dziś powszechny zwyczaj umieszczania na okładkach logotypów sponsorów czy patronów publikacji, programów, akcji czy też wydarzeń. Niejednokrotnie graficy rwą włosy z głowy, gdy przyjdzie im na wysmakowanej kolorystycznie okładce ułożyć loga zupełnie do siebie nieprzystające stylem, kolorem czy liternictwem. W wypadku projektów sponsorowanych przez Unię Europejską czy organizacje rządowe usunięcie takich informacji lub przeniesienie ich na czwartą stronę okładki jest niedopuszczalne pod groźbą cofnięcia dotacji, co sprawia, że wydawca nie może się na to zgodzić.

Niebagatelny wpływ na wygląd publikacji ma także panujący w większości wydawnictw zwyczaj projektowania osobno okładki (a często i czwórki tytułowej) i wkładu. Owocuje to niezwyklejmi hybrydami, nieoczekiwanymi połączeniami stylów, krojów i grafiki. Podstawowa jedność publikacji płynąca z jednolitego układu typograficznego zostaje zachwiana. Nie znaczy to, że czwórka tytułowa ma powtarzać wygląd okładki, ale ma na celu zachowanie harmonii, która jest podstawą pięknego druku. Są dwie szkoły, obie zapewne do zaakceptowania, jedna zaczyna „od zewnątrz”, czyli od okładki, i na jej podstawie dobiera resztę typograficznych środków wyrazu, druga idzie „od środka”, czyli okładka staje się wizytówką projektu. Jest to możliwe tylko przy współpracy łamacza i grafika, i daje zdecydowanie najlepsze efekty.

Kolejne decyzje dotyczą odpowiedniego doboru typograficznych środków wyrazu pozwalających uzyskać piękny i czytelny druk. Należą do nich pismo (jego krój, stopień i odmiana), światła, wyróżnienia, ornamenty, ilustracje i kolor.

Elementy budujące książkę są bardzo ważne, ale dopiero ich właściwe zestawienie może dać dobry projekt. Nawet bardzo czytelny krój nie pomoże książce, w której jest zbyt szeroka kolumna i za mało światła. Harmonijny i czytelny druk to suma środków typograficznych współpracujących z sobą.

Pismo jako element podstawowy tworzący publikację wymaga wnikliwego namysłu. Koniecznie projektant musi wziąć pod uwagę jego czytelność – na przykład przy długich tekstach najlepiej sprawdzają się antykiw renesansowe i barokowe – ale także typ publikacji i charakter tekstu, jego historyczne powiązania (można to zauważyć w niektórych książkach z serii Biblioteki Narodowej). Każdy krój pisma ma swój jednostkowy charakter i styl. Warto także pamiętać, że cyfrowe nośniki krojów – fonty – mogą się charakteryzować różnym stopniem dopracowania. To sprawia, że ważny jest nie tylko krój, przemyślany i rozrysowany przez projektanta, uwzględniający jak najwięcej wariantów, ligatur i znaków specjalnych, lecz także jego realizacja cyfrowa. Obecnie najczęściej projektanci tworzą kroje już w wersji cyfrowej. Dzięki systemowi Unicode w jednym foncie można zawrzeć wszystkie potrzebne glify, co nie zna-

czy, że każdy projektant te znaki projektuje. Wybór kroju powinien to również uwzględniać, zwłaszcza gdy w publikacji mają wystąpić znaki specjalne, wzory czy też stylizacje.

Warto pamiętać, że czytelność kroju zależy nie tylko od jego struktury, lecz także od warunków druku – materiałów i techniki. Piękne i wyraźne (choć zdecydowanie oficjalne i zimne) antykiw klasycystyczne, charakteryzujące się cienkimi włosowatymi szeryfami, sprawdzają się świetnie na dobrych, powlekanych papierach, natomiast giną i rozpluwają się całkiem na papierach gazetowych. Nie należy również używać ich do druku w kontrze, gdyż farba zaleje te delikatne elementy. Podobnie zresztą jest z innymi typami pism – kursywami i pisankami. Nieznajomość realiów związanych z procesem druku może kosztować grafika nieudany projekt, wydawnictwo zaś – zwłaszcza przy dużych nakładach – bardzo konkretne kwoty.

W świetle prawa autorskiego fonty są traktowane podobnie jak oprogramowanie i podlegają ochronie, dlatego też wybór konkretnego kroju niekiedy oznacza dla wydawnictwa dodatkowe koszty związane z zakupem licencji. Tutaj także ekonomia może wpływać bardzo silnie na decyzję grafika. Oczywiście raz zakupiony przez wydawnictwo font można wykorzystywać wielokrotnie, nie zmienia to jednak faktu, że najlepsze, dobrze przygotowane fonty eksperckie są dość drogie, co również należy uwzględnić w kalkulacji. Czasem związane to jest też z panującą modą, stąd niezwykle w ostatnich latach kariery takich krojów jak Papyrus, Arno Pro lub powroty do klasyki: Caslon, Clarendon czy kroje maszynowe.

Wybór kroju i odmiany pisma wpływa na czytelność i estetykę publikacji. Podobnie rzecz się ma ze stopniem pisma – jest on jednak ściśle uzależniony od konkretnego kroju (na przykład kroje tzw. duże w oczku, o dużej wysokości x, zwykle są bardziej czytelne niż „małe w oczku”). Ten sam stopień pisma w dwóch różnych krojach, a nawet w dwóch różnych odmianach, może dać zupełnie inny efekt. Zmieniając krój czy odmianę, można uzyskać także znaczną oszczędność papieru bez zmian wielkości marginesów (a niestety takie, bardzo szkodliwe dla czytelności, rozwiązanie praktykuje się najczęściej). Ze stopniem pisma silnie związane są światła występujące w tekście, w tym wypadku głównie interlinia. Panuje powszechne przekonanie, zaszczerpione użytkownikom przez programy biurowe, że duży stopień pisma jest bardzo czytelny. To tylko częściowo prawda – często mniejszy stopień pisma, ale z dobrze dobranym odstępem międzywierszowym (interlinią), będzie bardziej czytelny od dużego stopnia pisma ściśniętego zbyt gęsto lub odwrotnie ułożonego na zbyt dużej interlinii. Wszystkie światła w projekcie, zarówno te wewnętrzne (apertury, punce, światła międzyznakowe, międzywyrazowe i międzywierszowe), pozwalające rozróżniać kształt litery i wyrazu, jak i te konstruuje stronicę i kolumnę (marginesy, opuszczenia, wcięcia) są niezwykle ważne i współzależne od siebie nawzajem. Często niewielka zmiana, jak drobna korekta światła, może zupeł-

nie zmienić wygląd publikacji. Szczególnie ważna w procesie czytania jest dobra korelacja odstępów międzywyrazowych i interlinii. Zachwianie równowagi między nimi, na przykład zbyt duże odstępy międzywyrazowe i za mała interlinia, dezorientuje umysł czytelnika, który podświadomie nie może rozstrzygnąć, który rodzaj odstępów właśnie odbiera.

Równie ważny jest w każdej publikacji kolor, zarówno w znaczeniu potocznym – decyzja o kolorowych ilustracjach, a choćby tylko liniach, wyróżnieniach i ozdobnikach w kontrastowym kolorze może znacznie podnieść atrakcyjność publikacji – jak i w znaczeniu stopnia szarości tekstu. Każdy krój ma nieco inną szarość, inny stopień zaczerwienienia liter, stąd nadaje stronicy zupełnie inny charakter. Ma to też bardzo istotne znaczenie w odpowiednim doborze wyróżnień w tekście. Mają one ożywić lekturę i zwrócić uwagę czytelnika na konkretne treści. Typograf dysponuje szeroką gamą wyróżnień – od bardzo silnych, jak wersaliki, po dużo słabsze, jak kursywy. Odpowiednie decyzje mogą uwydatnić pewne fragmenty, podkreślić ich sens, nadać nowe znaczenie. Nieodpowiednie wyróżnienia niepotrzebnie odrywają uwagę czytelnika, a nawet mogą wprowadzać go w błąd. Takim rodzajem wyróżnień mogą być, przykładowo, wersaliki odbierane jako bardzo silne – niebezpodstawnie w typografii internetowej oznaczają krzyk. Ich nadużywanie może doprowadzić do chaosu, rozbija kolumnę tekstu i obniża czytelność. Lepszy efekt w tej sytuacji mogłyby dać kapitaliki lub pismo półgrube, w dużo bardziej subtelny sposób zwracające uwagę odbiorcy. Niektóre wyróżnienia niesłusznie są preferowane przez użytkowników – niestety również autorów i redaktorów – na przykład podkreślenia i spacjowanie. Obydwa te wyróżnienia są bardzo niekorzystne dla procesu lektury: podkreślenie przez przecięcie wydłużeń dolnych zakłóca odbiór kształtu wyrazu, spacjowanie z kolei poprzez nienaturalne odstępy międzyznakowe wymusza dłuższe zastanowienie nad całością słowa. Przywiązanie do tych nie najlepszych typów wyróżnień jest wyjątkowo kuriozalne, jeśli się zwróci uwagę na ich pochodzenie. Spacjowanie powstało bowiem z konieczności jako odpowiedź na ograniczenia techniczne: w dawnych urządzeniach do składu maszynowego można było użyć równocześnie tylko dwóch kompletów matryc, a więc na przykład antykwy i kursywy, a nie starczało miejsca na pismo pogrubione. Aby uzyskać jeszcze jeden typ wyróżnienia, składacze stosowali wymuszone odstępy między znakami. Dziś, przy tak dużej gamie środków, nie trzeba utrzymywać tej niezbyt estetycznej i нефunkcjonalnej tradycji. Umiejętność prawidłowego zastosowania wszystkich typów wyróżnień wymaga od łamacza wiedzy i wprawy. Odpowiednie dopasowanie optyczne wersalików, kapitalików, odstępów w wyrazach spacjowanych jest bowiem nieodzowne, jeśli tekst ma zachować wysoką czytelność.

Wybór stopnia pisma, który początkującym projektantom wydaje się problemem kluczowym, w rzeczywistości staje się często problemem wtórnym, gdyż stopień pisma ściśle wiąże się z szerokością kolumny. Ludzkie oko ma określony zasięg, dlatego bardzo szeroka kolumna jest dla niego męcząca, może też pro-

wadzić do „zgubienia” wiersza. Badacze czytelności, tacy jak Bror Zachrisson¹¹ czy Miles A. Tinker¹², doświadczalnie sprawdzali optymalną szerokość kolumny w zależności od zastosowanego stopnia pisma. Dla układu jednołamowego przyjmuje się zakres od 45 do 75 znaków, optymalnie powinno ich być około 66. Jeśli kolumna jest za szeroka, warto ją podzielić na łamy, aby usprawnić proces czytania. Wówczas średnia liczba znaków w wierszu zwykle wynosi od 40 do 50¹³. Warto jednak pamiętać, że bardzo wąskie łamy kojarzone są ze składem gazetowym przeznaczonym, jak trafnie zauważył R. Bringhurst¹⁴, do jednorazowej, szybkiej lektury. Teksty wartościowe, godne smakowania i zapamiętania, wymagają nieco szerszej kolumny.

Szerokość i proporcje kolumny są równie istotne co proporcje stronicy i powinny ją powielać lub być z nią skonstrastowane. Tylko takie dają dobre – harmonijne lub kontrastowe – układy. W wypadku formatów nietypowych, na przykład kwadratowych lub podłużnych, warto rozważyć inny sposób ułożenia kolumny na stronie – najlepiej zrezygnować z projektowania klasycznego i zastosować jedno z nowszych rozwiązań typograficznych: projekt modułarny, geometryczny czy gridowy. Wybór projektu musi być dostosowany do typu publikacji. Proza i poezja klasyczna najlepiej wyglądają w klasycznych układach. Książki zawierające wiele materiałów dodatkowych: ilustracji o różnych kształtach i proporcjach, przypisów, kapsulek itp., wymagają zwykle bardziej skomplikowanego projektu, dlatego graficy często w takiej sytuacji wybierają grid, pozwalający na umieszczenie wszystkich elementów w przemyślany i uporządkowany sposób. Niekiedy bardzo doświadczeni graficy decydują się na projektowanie „organiczne”, oparte na wyczuciu i doświadczeniu. Nie stosują siatki, lecz umieszczają tekst i grafikę według własnego uznania. Taki sposób tworzenia projektu, zbliżony raczej do aktu twórczego niż do „konstrukcji” publikacji, choć wydaje się mniej skomplikowany, bardzo często opiera się na wielu wewnętrznych założeniach i musi również kierować się wewnętrzną logiką konstytuującą spójną całość. Dobry projekt cechuje się przede wszystkim funkcjonalnością. Jeżeli grafik, tworząc go, ma na celu dobro czytelnika, jeżeli tak dobiera wszystkie środki, aby mu ułatwić poznanie i prawidłowe zrozumienie treści, jeżeli kieruje się szacunkiem wyrażającym się w starannym przygotowaniu, logicznym układzie i przemyślanej konstrukcji publikacji, to na pewno czytelnik będzie mógł z pożytkiem, a często i z przyjemnością skorzystać z efektów jego pracy. Zwykle jest tak, że naprawdę dobry projekt ma wewnętrzną logikę i konsekwencję: pewne rozwiązania, choć czasem dość kontrowersyjne w przypadku tego właśnie projektu, narzucają się same, gdyż wynikają z tej wewnętrznej konstrukcji.

¹¹ B. Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, przeł. K. Chocianowicz, J. Hyc, Warszawa 1970.

¹² M.A. Tinker, *Podstawy efektywnego czytania*, przeł. K. Dudziak, Warszawa 1980.

¹³ R. Bringhurst, *op. cit.*, s. 29.

¹⁴ *Ibidem*, s. 177.

Ostatnimi z bogatego wachlarza typograficznych środków wyrazu są ornamenty i ilustracje. Decyzje o ich zamieszczeniu niosą z sobą, jak już wspomniano, pewne wymogi techniczne, jak na przykład papier wyższej jakości. Czasem dla lepszego wyeksponowania zdjęć projektanci decydują się na rozszerzenie ilustracji poza kolumnę lub wypuszczenie ich na spad. Ilustracja w tekście może pełnić różne funkcje w zależności od typu publikacji. Dlatego jej umiejscowienie jest niezwykle ważne. Niekiedy ilustracja staje się równorzędnym partnerem tekstu, bez niej niemożliwe staje się prawidłowe merytoryczne zrozumienie treści. Tak dzieje się w książkach technicznych lub podręcznikach, w których różnego rodzaju schematy i wykresy rozjaśniają wywód teoretyczny i pozwalają łatwiej przyswajać i zapamiętywać przeczytane informacje. W książkach dla dzieci grafika uprzyjemnia lekturę, ale bardzo często, zwłaszcza w książkach przeznaczonych dla najmłodszych, którzy jeszcze sami nie potrafią czytać, oglądanie ilustracji pozwala na śledzenie akcji. Rodzi to liczne problemy, znane raczej rodzicom niż grafikom, gdyż dzieci są niezwykle spostrzegawcze i natychmiast zauważają wszelkie rozbieżności pomiędzy treścią a ilustracjami. Dlatego między innymi ilustrowanie książek dla dzieci stanowi bardzo trudną dziedzinę pracy grafika. Przy projektowaniu takich książek najważniejsze staje się zrównoważenie tych dwóch współzależnych „narracji” i harmonijne połączenie tekstu i ilustracji. Zarówno podręcznik, jak i książka z obrazkami dla dzieci stanowią przykład publikacji, w których ilustracja staje się niezbędna do prawidłowego zrozumienia treści i jest z nią ściśle powiązana. Ale grafika może być również luźno powiązana z tekstem lub stanowić wyłącznie ozdobnik¹⁵. Może być tłem stanowiącym wygaszony poddruk. Może też stać się istotnym elementem kształtującym *image* firmy, okładki, pisma, książki, stronicy. Bywa również samoistną informacją, mocnym akcentem na stronie, nawet bez podpisu. Taką rolę często odgrywają dramatyczne fotografie prasowe. Dobra grafika działa na odbiorcę, nie tylko na jego podświadomość – co bywa wykorzystywane w reklamie – ale i na jego emocje. Ma również zmuszać do refleksji, do wyciągania własnych wniosków. Najważniejsze jest zachowanie jednolitego stylu w przygotowywanych ilustracjach. Profesjonalna obróbka grafiki, dziś na pewno mniej pracochłonna niż ręczny retusz i kadrowanie, ciągle jest bardzo ważnym elementem przygotowania publikacji. Ilustracje nadal potrzebują retuszu, korekty koloru, ustawienia odpowiedniej rozdzielczości i dobrania właściwego profilu koloru. Po okresie dominacji fotografii zaczyna się jednak powrót do grafiki, zarówno jako ilustracji, jak i głównego motywu na okładkach. Stanowi to na pewno szansę dla młodych projektantów i grafików do stworzenia nowych ciekawych rozwiązań. Podobnie rzecz się ma z ornamentem, odrzucanym początkowo jako relik, nieliczący z funkcjonalnością. Jednak dyskretny urok ozdóbników znów powoli powraca do współczesnej książki. Pojawiają się również ozdoby dawne, nawiązujące do przebogatej historii drukarstwa.

¹⁵ T. Malinowska, L. Syta, *op. cit.*, s. 105.

Niekiedy współcześni projektanci świadomie decydują się na ich użycie, tworząc wysmakowane, stylizowane kompozycje nawiązujące do pięknych w swej prostocie projektów Urbańskiego czy Tomaszewskiego. Ornament, oprócz funkcji czysto użytkowej, może odgrywać dodatkowe, bardzo pożyteczne role: być wyznacznikiem rytmu w projekcie, mocniejszym akcentem na stronie, podkreśleniem konkretnych treści. Warto może w tym miejscu wspomnieć też o innych elementach stylizujących tekst, a mianowicie o znakach ozdobnych, zwłaszcza historycznych, na przykład ligaturach ozdobnych, bardzo pięknie wyglądających w tekście i sprawiających, że wygląda on klasycznie i wyjątkowo. Oczywiście takie środki zarezerwowane są dla druków specjalnych, szczególnych zarówno pod względem treści, jak i formy. Do tej samej kategorii zaliczyć można kolor, ale nie w znaczeniu kolorowej publikacji, gdyż takich jest wiele i nie stanowią zwykle szczególnego wyzwania dla projektantów. Dużo daje natomiast zastosowanie dwóch dobranych kolorów. Taki pomysł również nawiązuje do tradycji drukarstwa, w którym stosowano dwa kolory: klasyczną czerń i kontrastową czerwień. Dzisiaj czasem widzi się projekty łączące z czernią sepię – zwykle po to, aby oddać klimat starych fotografii lub rycin. Młodzi graficy lubią także nowoczesne rozwiązania i dodają do czerni jakiś kolor z palety Pantone, szczególnie dużym powodzeniem cieszą się kolory odblaskowe: pomarańczowy, zielony czy różowy, nawiązujące do barwy popularnych zakreślaczy. Jedynym zastrzeżeniem może być słaba czytelność tekstów wydrukowanych jasnymi kolorami, na przykład odblaskowym pomarańczowym.

To wszystko teoria, ale bez jej znajomości trudno mówić o praktyce. Wiele ciekawych pomysłów może się bowiem rozbić o bardzo prozaiczny problem techniczny, którego projektant nie przewidział. Może warto zebrać wszystkie postulaty wydawców, projektantów, redaktorów technicznych, drukarzy i wreszcie czytelników, i określić cechy, jeśli nie projektu idealnego, to chociaż dobrego i dobrze przygotowanego.

A zatem, dobry projekt powinien być przede wszystkim czytelny, bo inaczej mija się z celem i zaczynamy jako pracownicy książki tworzyć sztukę dla sztuki, a nie publikacje dla konkretnych odbiorców. Zwrócenie uwagi na czytelnika, odpowiedź na pytanie: kto będzie czytał robioną przeze mnie książkę, może bardzo pomóc projektantowi. Świadomość, że robię podręcznik dla studenta, może znużonego i znudzonego jego trudną treścią, książkę dla dzieci, które jeszcze nie umieją dobrze czytać, album dla miłośników sztuki pragnących się nim delektować wielokrotnie itp., pomaga tak dobrać środki, aby jak najlepiej spełniły swoją rolę. Projekt musi być również przemyślany, nie może być chaosem zastosowanych środków, stylów i rozwiązań. Wymaga konkretnych decyzji, postawienia na harmonię bądź kontrast, dzięki czemu będzie miał własną osobowość. Niebagatelna staje się także rola ekonomii – nie jest sztuką wydanie dużych pieniędzy i osiągnięcie miernego celu. Wyzwaniem jest raczej taki dobór materiałów i takie rozliczenie projektu, aby uzyskać jak najlepszy efekt, a równocześnie oszczędnie

zagospodarować posiadane środki. Dzięki temu cena za egzemplarz może być nieco niższa, za co na pewno czytelnicy będą wydawcy wdzięczni. Podstawowym postulatem drukarzy byłoby zapewne tworzenie przez grafików projektów możliwych do zrealizowania. Niekiedy bowiem okazuje się, że brak doświadczenia projektantów sprawił, iż książki nie można wydrukować lub oprawić na standardowych maszynach i trzeba projekt przerobić lub szukać innych, nietypowych i na pewno droższych rozwiązań. Dobry projekt musi być także bezbłędny. Czytelnika nie interesuje wkład pracy redaktorów, liczba korekt, wielkość zespołu pracującego nad książką. On chciałby po prostu dostać do ręki dobrze przygotowaną publikację.

Ostatnim życzeniem wszystkich osób pracujących nad projektem byłaby zapewne jego kongenialność – czyli jedność treści, formy i funkcji. Niestety projekty takie są niezwykle rzadkie. Coraz częściej zauważa się, że aby projekt był KONgenialny, najpierw jego podstawa, czyli tekst, musi zasługiwać na miano genialnego. To niestety nie zależy od redaktora, który może jedynie dążyć do jego największej przejrzystości i zrozumiałości. Dlatego warto może powrócić do postulowanego wielokrotnie przez Romana Tomaszewskiego projektu funkcjonalnego, czyli nastawionego na czytelnika. Prymat funkcji nad estetyką nigdy nie może dać złych efektów, gdyż czysta funkcja jest piękna w swej prostocie. Często widać w projektach naprawdę wielkich projektantów, że dojrzewanie wiąże się z rezygnacją. Odrzucenie tego, co może ciekawe lub dekoracyjne, na rzecz większej przejrzystości projektu wskazuje, że grafik przestaje realizować swoją wizję, a zaczyna być prawdziwym sługą tekstu, a co za tym idzie – także czytelnika. Bo dobro czytelnika powinno być w tym wypadku najważniejsze¹⁶.

Functionality, economy and aesthetics – main issues in developing a typographical design of a book

Summary

The changes in the book market and new technologies have not affected the key factor necessary to prepare a book for printing. The project has to be so prepared that it can be implemented using available technology. It needs to be adapted to the very process, specific machines and materials selected. Its implementation is also strictly connected with cost calculation. A sound settlement of a project, use of the right formats of paper, choice between monochromatic and colour print are all relevant to the cost of publication. Cutting too much cost, however, may cause the book to look unattractive to a potential buyer. All this considered, is there any room left for the aesthetics of print? Is there a way to harmoniously combine the technical requirements and solutions improving legibility and visual appeal?

¹⁶ Bardzo dziękuję za sugestie w tym względzie prof. Januszowi Gruchale, dr Katarzynie Krzak-Weiss i dr Magdalenie Komorowskiej.