

Estetyczne i etyczne aspekty kształcenia poligrafów

Andrzej Tomaszewski

Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Przemysłu Poligraficznego

Jest ars między inszymi taka, iż nie tylko plebeium, ale vere ipsum nobilem nie szkaradzi.

Bartosz Paprocki
Herby rycerstwa polskiego, Kraków 1584

O kim tak pięknie mówił szesnastowieczny polski i czeski heraldyk? O nas! O drukarzach, których w pierwszych wiekach drukarstwa zwano typografami (łac. *typographus* – drukarz). Pisał to już ponad sto lat po uruchomieniu oficyny mogunckiego mieszczanina Johanna Gutenberga.

Szlachetnie urodzonym honor nie pozwalał parać się rzemiosłem. Podobne zajęcie groziło wręcz utratą szlachectwa. Szlachcice (*nobiles*) byli członkami stanu rycerskiego i mogli trudzić się tylko w militarnej potrzebie albo zarządzać majątkiem. Tymczasem w XVI stuleciu – złotym wieku polskiego drukarstwa – znajdujemy przykłady wyniesienia plebejuszy do stanu szlacheckiego właśnie spośród grona drukarzy.

Najbardziej spektakularnym przykładem jest nobilitacja Jana Łazarzowicza Januszowskiego, byłego sekretarza króla Zygmunta Augusta, humanisty i twórcy oryginalnego kroju czcionek. Syn drukarza Łazarza Andrysowicza został dziedzicem słynnej krakowskiej Oficyny Łazarzowej – kontynuującej tradycje warsztatu renesansowego typografa Hieronima Wietora. Na sejmie w 1588 roku Januszowski uzyskał indygenat szlachecki i herb Kłóśnik (Rola), a dwa lata później od Zygmunta III Wazy tytuł architypografa wraz z przywilejami.

Mamy też inne przypadki. Uszlachcono Walentego Łapkę Łapczyńskiego, który tłoczył w drukarni wędrowniej (tzw. latającej), towarzyszącej wyprawom wojennym Stefana Batorego. Łapka w potrzebie porzucał swoje

czcionki i chwycił za oręż. Nawiasem mówiąc, na jego prasie w Warszawie wydrukowano po raz pierwszy *Odprawę posłów greckich* Jana Kochanowskiego. Przypuścił go do herbu Jelita jeden z najpotężniejszych możnowładców ówczesnej Europy, wielki kanclerz i hetman koronny Jan Zamoyski.

Stanisławowi Kocmyrzkowskiemu nadał szlachectwo w Wiedniu cesarz Leopold I. Nobilami zostali potomkowie krakowskich Szarfenbergów. Szlachciami byli: Rafał Hoffhalter-Skrzetuski – drukarz w Austrii i na Węgrzech oraz Cyprian Bazylik – kompozytor, poeta i właściciel drukarni, a także kilku innych przedstawicieli naszej profesji.

Stąd właśnie nazwa – towarzysz. Na podobieństwo towarzyszy pancernych w husarii albo też grona osób szlacheckich, które drukarzy alias typografów dopuszczały chętnie do swego towarzystwa. Godność **towarzysza sztuki drukarskiej** zdobywano ciężką, długoletnią pracą uwieńczoną aktem rzeźmiśniczych wyzwoliń spod władzy drukarza pryncypała. Myślę, że warto o tym przypomnieć, bo podobne imponderabilia związane z zawodową dumą mieszczą się w szeroko pojętym etosie drukarstwa.

Do podjęcia tematu estetycznych i etycznych aspektów kształcenia poligrafów inspirowało mnie wykład profesora Andrzeja Makowskiego. Podczas sesji naukowych dotyczących inżynierii, technologii i wiedzy technicznej rzadko mamy okazję usłyszeć treści humanistycznej natury. W wystąpieniu *Poligrafia jako dyscyplina naukowa* poruszone zostały wątki, które uważnego słuchacza prowadzą do przemyśleń o etosie i etyce zawodu poligrafa. Rozważania o okolicznościach przygotowania informacji, czyli zdefiniowanych przez pana profesora determinan-

tach pośredniczenia oraz celu, a także o człowieka jako odbiorcy artefaktów wytwarzanych przez poligrafię, narzucają rozwinięcie tematu. Prowadzą w kierunku typografii jako elementu designu, estetyki i funkcjonalności druków, a nawet prowokują ekskursje w stronę kwestii moralnych związanych z powielaniem informacji i propagandy.

W publikacjach drukowanych oraz w internecie pojawiają się od czasu do czasu pytania o to, czy można jeszcze mówić o **etosie drukarstwa**, czy istnieje etyka zawodowa typografa, i wreszcie, czy drukarski etos – podobnie, jak słowo „towarzysz” – nie został zbrukany. Moim zdaniem etos nie tyle został zbrukany, co zapomniany.

Odpowiedzi na te pytania w dużym stopniu wiązać się muszą z doświadczeniem, długoletnią praktyką zawodową i czynnym uczestnictwem w otoczeniu naszej domeny – poligrafii. Mówiąc o otoczeniu, myślę o takich dziedzinach działalności, jak: edytorstwo, księgarstwo, grafika, bibliofilstwo, reklama, a nawet szeroko pojęta komunikacja wizualna. Zuchwale sądzę, że mam odpowiednie kompetencje, aby próbować wypowiedzi w tej sprawie.

Zawód drukarza, typografa od początku swego istnienia odbierany był jako swego rodzaju kulturowa misja. Drukarstwo stało się sposobem rejestrowania i przekazywania zdobyczy cywilizacji. Zapewniło międzypokoleniowy kontakt intelektualny. Druk dał ludziom nowoczesny sposób porządkowania myśli. Tempo pracy drukarsko-wydawniczej pozwala na bieżąco reagować w sprawach politycznych, naukowych, artystycznych czy edukacyjnych, a każda z wymienionych dziedzin wykształciła właściwe sobie formy publikacji.

Nie przypadkiem podczas ważnych wydarzeń kulturalnych, takich jak międzynarodowe i krajowe targi książki, obserwuje się dużą aktywność firm poligraficznych. Drukarnie przygotowują własne stoiska, prezentują z dumą swoje dokonania, odbywają się poligraficzne seminaria dla edytorów, wydawcy zaś organizują rankingi najlepszych drukarni.

Nie jest też przypadkiem, że organem założycielskim naszego Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Przemysłu Poligraficznego jest Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Nawet jeśli popatrzymy na poligrafię związaną z marketingowym obszarem działania: drukowaniem opakowań, etykiet, prospektów, folderów reklamowych itp., możemy dostrzec w niej narzędzie kreowania gustów społecznych oraz preferencji estetycznych, wychowania plastycznego czy wręcz zachowań egzystencjalnych i moralnych.

Etos to zbiór zachowań właściwy tylko dla członków środowiska, sposób myślenia, którego się człowiek uczy od swoich mentorów. Czy jest więc możliwe wręczenie etosu przyszłym technikom poligrafom lub technikom cyfrowych procesów graficznych razem ze świadectwem ukończenia szkół?

Sądzę, że można pokusić się o „wręczenie” etosu w szkołach. Wszystko zależy jednak od nauczycieli i ich pedagogicznej kompetencji. Młody człowiek jest szczególnie podatny na sugestie dotyczące zachowań i życiowych postaw. Jego osobowość jest jeszcze czystą, niezapisaną kartą, a pozbawiony busoli, jak gąbka chłonie wzorce rówieśniczej subkultury, obiegowych opinii czy też prymitywnego stosunku do życia. Jeśli nauczyciele nie będą potrafili wyzwolić dumy z zawodu i satysfakcji z wykonywanej pracy, to oczywiście będzie ona traktowana wyłącznie jako źródło dochodów. Zadowolenie płynące z pracy i niezwykle ważne dla ludzkiej psychiki poczucie społecznej przydatności będą na dalszym planie, lub co gorsza, zupełnie nieuświadomione.

Wiem, jaka jest siła działania rówieśniczej subkultury. Sam przecież za młodu chodziłem na wagary i kpiłem z mentorstwa. Zdaję sobie sprawę z tego, że trudno jest zza biurka dotrzeć do młodych umysłów. Niemniej w latach sześćdziesiątych, gdy uczyłem się w Technikum Poligraficznym w Warszawie, było kilku nauczycieli, którzy wręcz zarażali szacunkiem i sympatią dla zawodu. Mój wy-

chowawca, inżynier Jan Barszcz, przedwojenny maszynista typograficzny, uczył nas maszynoznawstwa. Jednocześnie opowiadał nam o spotkaniach z niezwykle osobami w drukarni, o ciekawych i zabawnych wydarzeniach, nawet o wiewiórce biegnącej po pasie transmisyjnym pośpiesznej maszyny. Polonistka Zofia Ciechanowska, nawiasem mówiąc osoba mogąca z powodzeniem uczyć na szczeblu akademickim, podpowiadała, gdzie są wystawy książek, imprezy wydawnicze, spotkania z autorami. Myślicie Państwo, że nie chodziliśmy? W niczym nam to nie przeszkadzało potem pójść na mecz, na randkę albo na prywatkę. Jan Juźda, nauczyciel z zecerni, admirał czcionek i uczył widzieć w nich coś więcej niż kawałek brudnego metalu. Na lekcjach fizyki, gdy była mowa o zjawiskach świetlnych i barwach, poszliśmy do klubu Galerii Narodowej „Zachęta” na film o czarowaniu kolorami przez malarzy impresjonizmu. I tak dalej, i tak dalej.

Od nauczycieli wiele zależy. Nie twierdzą, że z mojej klasy wyszli sami artyści i miłośnicy czarnej sztuki. Jednak kilka duszyczek zostało złowionych na całe życie. Przy najbardziej brudnej zecerskiej robocie, przy mieszaniu farb, przy myciu walców maszyny drukarskiej, przy noszeniu papieru, naprawdę czuliśmy się pracownikami kultury. Być może brzmi to zbyt górnołotnie, ale tak bywa, gdy chcemy wypowiedzieć, co w duszy gra.

Z zawodem poligrafa wiąże się nieodłącznie projektowanie druków, czyli dyscyplina nazywana typografią. Jeżeli zdefiniujemy **estetykę** jako wiedzę o sztuce i pięknie – dziedzinę zajmującą się zagadnieniami piękna i brzydoty, harmonii i dysharmonii – to projektowanie typograficzne z całą pewnością jest obiektem jej zainteresowania.

Typografia nie zawsze była traktowana jako dziedzina twórczości. Rzemiosło, a potem przemysł drukarski, niewątpliwie wpływające na kształtowanie społecznych gustów i opinii, musiały niegdyś zabiegać o uznanie. W Polsce jedną z pierwszych prób powiązania sztuki z drukarstwem podjął w XIX w.

znany wydawca i drukarz Natan Glücksberg. Udział Glücksberga w Warszawskiej Wystawie Sztuk Pięknych w 1821 roku i jego zabiegi o uzyskanie akceptacji w środowisku artystów były próbą nobilitacji tej dziedziny. W ciągu XIX w. stopniowo rosła świadomość społecznej roli typografii, i to nie tylko jej aspektów estetycznych. Na przykład świadczy o tym fakt, że już w 1905 roku w Królestwie Kongresowym przepisy dotyczące podręczników szkolnych ustalały maksymalną liczbę 15 liter na jednym centymetrze kwadratowym drukowanego tekstu. Toż to najczystszej wody pochwała funkcjonalności!

Musiało jednak upłynąć wiele lat, aby typografia znalazła uznanie wśród światłych ludzi. Celowo mówię „światłych ludzi”, bo do dzisiaj większość nie ma pojęcia, co znaczy słowo typografia. Warto przypomnieć o tej niewiedzy. Leon Urbański, doskonały projektant, mistrz znaku, świadomy swego kunsztu graficznego humanista, przez postronnych pytany o zawód i o to, co robi, odpowiadał: – Pomagam ludziom czytać.

W latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia w międzynarodowym środowisku projektantów książek propagowano koncepcję typografii kongenialnej. Rozumiano ją jako zgodność treści, funkcji i formy, jako harmonię wymienionych trzech elementów i ich wzajemne oddziaływanie. Wpływ koncepcji kongenialności jest do dzisiaj widoczny. Współczesnego typografa obowiązuje prymat **funkcjonalności** produktu poligraficznego nad kwestiami estetycznymi. Rzecz jasna, nie namawiam do rezygnacji z walorów estetycznych publikacji, ale podkreślam konieczność dążenia do trafności przekazu treściowego. Funkcja przed estetyką. Użyteczność przed efekciarstwem. Logika przed pięknem.

Głosy o prymacie funkcjonalności nad kwestiami estetycznymi w typografii nie są niczym nowym. Świeże jest natomiast to, że utylitarne poglądy w teorii projektowania produktów drukarskich wygłaszane są w naszym kraju. Nasze akademie oraz szkoły graficzne nie zawsze zwracają na tę kwestię

uwagę i traktują uprawianie typografii i grafiki wydawniczej głównie jako działanie artystyczne i na walory estetyczne kładą nacisk. W moim mniemaniu projektowanie książki, gazety, strony internetowej czy afisza powinno być zagadnieniem swoistej inżynierii intelektualnej, a nie wyłącznie poszukiwaniem wyrazu artystycznego.

Podjęcie kształcenia „konstruktorów komunikatu” jest zadaniem kuszącym. Obok troski o trafność przekazu treściowego chodzi przecież również o estetyczną jakość otoczenia, w którym przyszło nam żyć. Ma się rozumieć, że edukacja niekoniecznie musi odbywać się w Akademii Sztuk Pięknych. Przykładem być mogą zajęcia typograficzne prowadzone na uniwersytetach, a także w Zakładzie Technologii Poligraficznych Politechniki Warszawskiej, gdzie również są na miejscu. A jeśli na politechnice, to dlaczego nie w technikum? W szkołach średnich wprowadzono niedawno nowy kierunek kształcenia – technik cyfrowych procesów graficznych. Dla uczących się tej specjalizacji rzetelna wiedza dotycząca funkcjonalności i estetyki druku może okazać się bardzo użyteczna w przyszłej pracy.

W dzisiejszych czasach nieustannego ataku bodźców medialnych (szyldów, druków, ekranów, billboardów, gmachów w opakowaniu z reklam itp.), pośród wszechobejmującej kakofonii wizualnej czynnik czytelności ma ogromne znaczenie w przekazywaniu informacji. Skołowany człowiek, do którego skierowanych jest coraz więcej komunikatów, musi dokonywać selekcji. Czytanie i śledzenie wszystkiego, co oferuje rynek, jest niemożliwe, a wybór zależy nie tylko od zainteresowań potencjalnego czytelnika, ale i od sposobu podania graficznego. Publikacja sensownie zaprojektowana i wpadająca w oko zostanie szybciej wybrana niż na przykład druk wizualnie nudny albo gmatwający treść komunikatu.

W epoce masowych środków przekazu projektant druków, zdobywając wykształcenie zawodowe w zakresie estetyki projektowania, powinien równolegle znaleźć czas na

zainteresowania interdyscyplinarne: poznać uwarunkowania techniczne nowoczesnej poligrafii, psychologiczne działanie form graficznych, wyniki badań czytelności, biofizykę postrzegania. Ktoś powie, że to przesada i że podobne oczekiwania wobec typografa są wygórowane. Czy jednak, jeśli się taką problematyką nie zajmie, będzie prawidłowo rozumiał swoją rolę w sferze komunikacji wizualnej?

W systemie masowych mediów jest on zwykle członkiem zespołu kodującego komunikat. Stoi pomiędzy pierwotnym źródłem informacji a kanałem informacyjnym (stronicą druku), którym wiadomość dociera do odbiorcy. Typograf obejmuje zatem pieczę nad procesem kodowania, na przykład wybierając krój pisma, układ typograficzny czy barwę. Powinien mieć na względzie późniejszą percepcję przekazu, uwagę jaką wzniesi, podsycając ciekawość czytelnika, nastrój jaki wprowadzi. Skoro więc zakłada zdobycie jego zainteresowania, ma postarać się, aby przekaz został należycie zrozumiany i zapamiętany.

W zasadzie zadanie typografa leży w sferze metakomunikacji – polega na komunikowaniu komunikatu, na informowaniu o informacji. Krótko mówiąc, typograf nie jest już tylko projektantem estetycznego, pięknego druku, czyli po prostu artystą lub ambitnym rzemieślnikiem. Pełni ważną rolę społeczną, przekazując masowo powielaną informację.

Młody adept zawodu technika cyfrowych procesów graficznych, jakkolwiek brak mu jeszcze wiedzy i rutyny, to z punktu widzenia przedmiotu swojej profesji nie różni się niczym od adepta grafiki użytkowej z Akademii Sztuk Pięknych czy też od wydawniczego designera. Wszyscy oni mają prawo zadać sobie pytanie: czy istnieje **etyka zawodowa** typografa?

Odpowiedź jest jedna: oczywiście, podobnie jak w każdym zawodzie. Jeżeli określimy typografa jako osobę zajmującą się projektowaniem i przygotowaniem do druku (lub

innego upowszechnienia) publikacji, to jego zachowania etyczne dotyczą głównie trzech relacji międzyludzkich:

1. pomiędzy typografem a autorem-nadawcą opracowywanego komunikatu (treści tekstowej lub ikonograficznej);
2. typografem a odbiorcą komunikatu, czyli czytelnikiem treści;
3. wreszcie relacji z drukarzem jako wytwórcą publikacji na podstawie pracy typografa.

Świadomie pomijam tu wszelkie kwestie związane z relacją zleceniodawca – zleceniodawca, ponieważ regulowane są odpowiednimi przepisami prawnymi oraz umowami o dzieło. Również problematyka prawa autorskiego lub patentowego jest szeroko opisana w literaturze prawną zawodowej. Skupmy się więc na wyżej wymienionych trzech punktach.

Ad 1. Imperatyw moralny sprowadza się do tego, że podejmując się opracowania komunikatu (ulotki reklamowej, artykułu naukowego, arkusza poetyckiego, książki telefonicznej, programu teatralnego, biletu na mecz, legitymacji partyjnej czy innego druku), mamy obowiązek dogłębnie poznać intencje autora i jego oczekiwania. Przekonywanie autora nadawcy komunikatu do własnych koncepcji estetycznych i wizualnych ma swoje granice. Nie można przygotowywać publikacji wbrew woli nadawcy. Zbyt często bywa, że powstaje produkt, w którym przestaje on być autorem przekazywanej treści lub to, co chciał przekazać, ulega deformacji.

Ad 2. Problemy odbioru treści przez jej adresata, czytelnika nigdy nie powinny umykać uwadze projektanta. Najprostsza i w miarę jasna jest tu kwestia nieutrudniania percepcji komunikatu, a więc zachowania walorów czytelności, rozpoznawalności i rzemieślniczej jakości publikacji. Są jednak sprawy, które musimy rozważać we własnym sumieniu. Należą do nich na przykład: opracowywanie treści fałszywych lub wątpliwych moralnie, uczestnictwo w oszustwach politycznych lub marketingowych, antyedukacja

estetyczna i propagowanie kiczu. Z podejmowania takich decyzji żaden projektant nie może czuć się zwolniony. Sam wybiera: dochód czy rezygnacja z socjotechnicznej blagi, pieniądze na ubranie dla dziecka czy odrzucenie propozycji łamania pornosu, atrakcyjne wakacje czy odmowa produkcji ulotek piramidy finansowej. Podobne decyzje są, rzecz jasna, udziałem ludzi wielu profesji, ale w naszym zawodzie są szczególnie ważne, bo druk zostaje powielony w setkach lub tysiącach egzemplarzy i działa na umysły. Pamiętajmy również, że za udział w rozpowszechnianiu (nie tylko w kolportowaniu, ale i powielaniu) niektórych treści według *Kodeksu karnego* grożą sankcje karne.

Ad 3. Do niedawna sprawa była jasna – całe przygotowanie produkcji odbywało się w drukarni i poligraf... jak sobie pościelił, tak się wyspał. Dzisiaj pracą w drukarni „rządzą” przygotowywane na komputerach pliki postscriptowe, pedeezy, instrukcje szczegółowe i wszelkie wymagania pochodzące najczęściej spoza drukarni. Jest rzeczą bardzo ważną, aby zachować odpowiednie stosunki interpersonalne z technologami drukarni i innymi pracownikami poligrafii, konsultować sprawy trudne, wspólnie podejmować kłopotliwe technologiczne decyzje itp. Oczywiście nie znaczy to, aby rezygnować z wymagań jakościowych lub prób wprowadzenia jakiejś innowacji. Niby zrozumiała, ludzka sprawa, a jednak powszechne są z jednej i drugiej strony zachowania pełne pretensji, złośliwości i irracjonalnych postaw w rodzaju: na złość mamie odmrozę sobie uszy.

Wspólnota interesów projektantów, drukarzy, redaktorów czy marketingowców jest faktem i wynika ze wspólnej pracy nad finalnym produktem. Drukarz drukarza czy projektant projektanta może traktować jako konkurencję zagrażającą jego interesom. Zwykle tak było w przeszłości i będzie w przyszłości. Historia walki o przywileje drukarskie XVI-wiecznych krakowskich drukarzy przeciwko hegemonii Jana Hallera jest tego najlepszym dowodem. Jednocześnie nie brak przykładów współpracy drukarzy w tamtym

okresie: wspólnego korzystania z zasobów typograficznych, międzydrukarnianej współpracy fachowców oraz ich pryncypałów.

Nie ma zresztą potrzeby sięgania do przykładów z tak odległych czasów. Wiemy przecież, że dziś pracujemy tutaj, a jutro gdzie indziej. Wiemy, że zakłady podejmują kooperację, że istnieje szeroka wymiana doświadczeń poprzez konferencje, seminaria, targi, internet, a także spotkania towarzyskie. Nie ma więc sensu walka z innymi oraz kwasy i niechęć do osób działających w naszej dziedzinie. Wcześniej czy później odbija się to czkawką albo środowiskowym ostracyzmem.

Imponderabilia, czyli rzeczy może niezbyt uchwytnie, takie których nie można zmierzyć ani zważyć, nie poddające się dokładnym określeniom, mają duże znaczenie i wpływ na sens naszego zawodu oraz satysfakcję z wykonywanej pracy. Czy istnieje możliwość wprowadzenia podobnych treści do systemu edukacji poligrafów? Myślę, że da się to zrobić. Być może jest to zadanie dla metodyków nauczania? A może wystarczy uczulić na te sprawy rozumiejącą problem część kadry nauczycielskiej?

Z całą pewnością warto się tym zająć.