

Interviews and Papers
on Typography
and Type Design

Typo histories Typestories

This is a book about emotions.

It may sound banal, or perhaps even discouraging, but it is the truth. Letters evoke emotions across a very broad spectrum. They are the subject of emotive discussions, they polarise attitudes, and they can even become a space for violence. Sometimes they are local and link small communities; in other cases they are the means for communication that crosses borders. They are rooted in history, marked by victories and defeats, but also, inevitably, in the future, which in many senses is actually with us, but is unevenly spread. When we discuss letters, we can talk about their sizes, the width of strokes, or spacing. We can recall their history, how they emerged or were distributed and used. We can also talk about people. Regardless of which narrative we choose to apply, we will always be close to emotion and experience.

Interviews

Bogna Świątkowska • Bas Jacobs • Tomasz Bierkowski

Viktoriya Grabowska • Dan Reynolds • Riccardo Olocco

Jan Middendorp • Maciej Majchrzak • Marian Misiak

Victoria and Vitalina Lopukhiny • Péter Simon

Agata Szydłowska • Katarzyna Roj

Papers

Dan Reynolds • Maciej Majchrzak • Robert Jarzec

Ewa Repucho • Klaudia Socha

The Academy of Art
and Design in Wrocław

Wywiady i artykuły o typografii i projektowaniu pisma

To książka o emocjach.

Brzmi to banalnie, może nawet zniechęcająco, ale taka jest prawda. Litory wywołują emocje w bardzo szerokim zakresie. Są tematem zażartych dyskusji, różnicują postawy, a nawet stają się polem przemocy. Niekiedy są lokalne i łączą małe społeczności, innym razem umożliwiają przekraczającą wszelkie granice komunikację. Są zanurzone w niezbywalnej historii, naznaczonej triumfami i porażkami, a także w nieuchronnej przyszłości, która jak zwykle już nastąpiła, tylko jest nierówno rozłożona. Rozmawiając o literach, można mówić o ich kształtach, grubościach linii i odległościach między nimi. Można przywoływać historię powstawania, rozpowszechniania i korzystania. Można również opowiadać o ludziach. Niezależnie od tego, jaką narrację przyjmujemy, zawsze będziemy krążyć wokół emocji i doświadczeń.

Wywiady

Bogna Świątkowska • Bas Jacobs • Tomasz Bierkowski
Viktoriya Grabowska • Dan Reynolds • Riccardo Olocco
Jan Middendorp • Maciej Majchrzak • Marian Misiak
Victoria i Vitalina Lopukhiny • Péter Simon
Agata Szydłowska • Katarzyna Roj

Artykuły

Dan Reynolds • Maciej Majchrzak • Robert Jarzec
Ewa Repucho • Klaudia Socha

Akademia Sztuk Pięknych
we Wrocławiu

Typohistorie

Wywiady i artykuły
o typografii
i projektowaniu pisma

Akademia Sztuk Pięknych
we Wrocławiu

Wrocław 2019

Spis treści

Copyright © by Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu, 2019

Zespół redakcyjny: Beata Bartecka, Maciej Majchrzak, Iwona Matkowska

Redakcja językowa tekstów polskojęzycznych: Marcin Grabski (mesem.pl)

Redakcja językowa tekstów anglojęzycznych: Darren Durham

Tłumaczenie: Olga Drenda

Tłumaczenie tekstu Dana Reynoldsa: Katarzyna Drenda

Opracowanie graficzne: Maciej Majchrzak

Skład i łamanie: Iwona Matkowska

Złożono pismem Geppert Sans zaprojektowanym dla ASP we Wrocławiu

Recenzenci

dr hab. Michał Kacperczyk, prof. AS (Akademia Sztuki w Szczecinie),

dr hab. Katarzyna Krzak-Weiss, prof. UAM, (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

ISBN 978-83-66321-21-2

Nakład: 300 szt.

Druk i oprawa: Drukarnia System-Graf, Zemborzyce Tereszyńskie 73B, Lublin

Wydawca: Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu

Publikacja powstała przy okazji konferencji Wrocław Type Forum

Wstęp

Wywiady

- 7 Świątkowska *Litery to cała gama emocji*
13 Jacobs *Projektowanie dojrzało*
21 Bierkowski *Świadomość projektanta*
33 Grabowska *Doskonalenie nie jest pozbawione frustracji, ale jest tego warte*
41 Reynolds *W świecie krojów z przełomu wieków*
49 Olocco *Jak projektowanie nowej potrawy*
55 Middendorp *Nie tylko dla geeków*
61 Majchrzak *Mam zaufanie do użytkowników*
67 Misiak *Budowanie mostów*
73 Lopukhiny *Kochamy pismo cyrylicie*
77 Simon *Balansowanie na krawędzi*
83 Szydłowska *Fascynuje mnie badanie tego, co nieoczywiste i ukryte za codziennością*
89 Roj *Typografia – klejnot, którym warto się zajmować*

Artykuły

- 95 Reynolds *Nowe szczegóły dotyczące pochodzenia Akzidenz-Grotesk*
113 Majchrzak *Skrojone na miarę*
123 Jarzec *Czytelność krojów informacyjnych*
135 Repucho *Typografia książki współczesnej XX/XXI wieku w perspektywie bibliologicznej – cel i przedmiot badań oraz metody i problemy badawcze*
147 Socha *Po co projektantowi historyk książki?*

Wstęp

To książka o emocjach.

Brzmi to banalnie, może nawet zniechęcająco, ale taka jest prawda. Litery wywołują emocje w bardzo szerokim zakresie. Są tematem zażartych dyskusji, różnicują postawy, a nawet stają się polem przemocy. Niekiedy są lokalne i łączą małe społeczności, innym razem umożliwiają przekraczającą wszelkie granice komunikację. Są zanurzone w niezbywalnej historii, naznaczonej triumfami i porażkami, a także w nieuchronnej przyszłości, która jak zwykle już nastąpiła, tylko jest nierówno rozłożona. Rozmawiając o literach, można mówić o ich kształtach, grubościach linii i odległościach między nimi. Można przywoływać historię powstawania, rozpowszechniania i korzystania. Można również opowiadać o ludziach. Niezależnie od tego, jaką narrację przyjmiemy, zawsze będziemy krążyć wokół emocji i doświadczeń.

Prezentowana książka to rezultat drugiej edycji międzynarodowej konferencji Wrocław Type Forum 2018, która podejmowała tematy związane ze współczesną typografią i z projektowaniem krojów. Podobnie jak samo wydarzenie, niniejsza publikacja zbiera różne historie, pokazując, że do tej dziedziny można podejść z wielu punktów widzenia. Dlatego rozmawiamy i dajemy głos zarówno praktykom, jak i teoretykom: projektantom liter, typografom, badaczom, krytykom, aktywistom i kuratorom. Choć każdy z nich tworzy inną opowieść, inaczej akcentuje swoje obszary działania i fascynacje, to wszystko się łączy: jeden wywołuje przepływ, drugi go przecina. Każdy z nich tworzy własną mikrohistorię, która im bardziej jest osobista, tym bardziej staje się uniwersalna: niczym fraktalny obiekt, który mówi więcej o całości i systemie niż próba całościowego opracowania.

Jest w tej książce silny entuzjazm – nawet jeśli pełen pęknięć i zarysowań, to niosący ze sobą fascynację i niezłomną postawę oraz poczucie, że warto pochylać się nad literami. A nawet zachętę, by nie tylko zobaczyć w nich wielowiekową historię i efekt pracy wielu pokoleń, ale przede wszystkim dojrzeć źródło nieustającej współpracy.

Redaktorzy

Wywiady

Litery to cała gama emocji

Rozmowa z Bogną Świątkowską

Jakkolwiek zabrzmie to pochlebnie, działania Bogny towarzyszą mi od bardzo dawna. Pamiętam jej pierwsze w Polsce audycje w radio o hip-hopie, przypominam sobie redagowany przez nią magazyn „Machina” i oczywiście początkowe akcje Fundacji Bęc Zmiana. Choć ta rozmowa dotyczyła typografii, wiedziałam, że pojawi się w niej wiele innych wątków. Bogna nigdy nie patrzy na świat tunelowo. Dla niej rzeczywistość jest kłęczem, w którym znajdują się różne połączenia wiążące typografię z innymi obszarami: przestrzenią publiczną, sprawami społecznymi, polityką, sztuką. Siadamy w biurze Fundacji Bęc Zmiana – Bogna jest zabiegana, trochę się spóźniła, ale kiedy zaczyna mówić, staje się całkowicie skupiona.

Beata Bartecka: W jednym z wywiadów powiedziałaś, że w Fundacji Bęc Zmiana pracujecie, odnosząc się do postawy humanistycznej. Łączy ona aspekty naukowe, akademickie, społeczne i artystyczne.

Bogna Świątkowska: To jest podstawa mojej praktyki. Nie posiadam kierunkowego wykształcenia, w procesie poznawczym bazuję więc na wielu różnych dyscyplinach. Kiedy mówię, że jestem ciekawa, to naprawdę jestem ciekawa. Ta ciekawość bierze się też z zawodu, który wykonywałam pierwszy: dziennikarki. Ma on płytkie wejście w bardzo dużo dziedzin: podaje informacje szybko, nie przetwarza głęboko, jednocześnie sprawia, że coś, co do tej pory było niewidzialne, staje się widzialne. Ten szeroki horyzont spojrzenia powoduje, że dotykając punktów ze znaczeniami – to może być typografia, przestrzeń publiczna, sztuka, architektura, a nawet botanika – buduje się jakiś obraz, być może koślawy, ale jednak dający pojęcie o tym, jak dzisiaj ludzie radzą sobie z tym, żeby ten świat poznawać, kształtować, interpretować. Nie ma obszaru, który nie byłby interesujący czy którego nie warto byłoby zbadać, jest to bowiem część kultury człowieka, rozumianej w tym szerokim, antropologicznym sensie.

Zaczynałaś pracę jako dziennikarka i miałaś wtedy kontakt z drukarniami.

Oczywiście. I poznałam zecerów, chociaż nie prowadziłam z nimi finezyjnych rozmów o typografii. Pamiętam cały uwodzący i magnetyczny proces produkcyjny, który prowadził od maszynopisu do druku. Jeśli twoim zawodem jest pisanie, to istnienie litery jako podstawowego narzędzia kształtowania komunikatu jest oczywiście totalnie jasne. Fascynujące jest również to, jak na nas działają. Czy jesteśmy w stanie nawiązać relację z fontem czy krojem pisma? Jak to się dzieje, że niektóre litery bardziej lubimy? Przecież jak masz kilka lat i zaczynasz czytać książki, wygląd litery mówi ci różne rzeczy oprócz tekstu.

Lubiłaś czytać?

Bardzo lubiłam czytać i gromadzić książki, interesowała mnie również historia druku. Jak wiele osób na świecie miałam kontakt z drukiem, zanim nauczyłam się czytać. Wydaje mi się, że ta wrażliwość odbioru komunikatu poza treścią tekstu powstaje u dziecka dość wcześnie. Reaguje ono na kształt, barwy, intensywność nagromadzenia znaków.

Kiedy zaczęłaś nabierać pewnego rodzaju świadomości typograficznej?

W pierwszej klasie szkoły podstawowej miałam swój kałamarz i pióro ze stalówką. Pamiętam, jak pracochłonny i stresujący był proces wytworzenia litery, która by mnie satysfakcjonowała. Mój ojciec był projektantem budowlanym, dużo pracował w domu i przepięknie kaligrafował pismem technicznym. Był dla mnie niedościgłym kaligrafem. Może dlatego ten proces nauki pisania był dla mnie bardzo emocjonujący i angażujący.

Mam wrażenie, że twoje wspomnienia wskazują, że mocno byłaś zakorzeniona w wizualności pisma.

To było intuicyjne. Są osoby, które bardzo wcześnie zdają sobie sprawę z potencjału badawczego swoich zainteresowań, a ja nie. Przygotowość doświadczeń jest dla mnie bardzo ważnym elementem poznawania świata i przeżywania wszystkiego, co mi się przydarza. Nie jest mi dane takie zimne spojrzenie, od razu mam relację emocjonalną. Mój rodzaj doznawania liter czy typografii wiąże się z ludźmi, którzy za tym stoją. Zawsze mnie ciekawi, kto robi, dlaczego i jak. Ciekawi mnie proces podejmowania decyzji, w którym również jest miejsce na porażki, nieudane próby i przewycięzanie ograniczeń. Dodajmy do tego także rolę przypadku. W moim polu znajduje się może osiemdziesiąt, sto krojów pisma. A jak włączę ich rozmaite odmiany, grubości, wysokości, to niczego innego nie mogłabym robić, tylko badać rozmaite możliwości zapisania jednego słowa przez całe życie. Dla mnie jednak interesujące jest to, gdy litery tworzą związki, kiedy budują coś, czym one nie są, a także to, czy i do jakiego stopnia jesteśmy w stanie oddać w pełni komunikaty, którymi chcielibyśmy się porozumiewać. Czy w tym może pomagać litera i jej kształt? To są pytania, które mnie interesują bardziej niż tylko kwestie techniczne.

To zainteresowanie przenosisz również na działania Fundacji Bęc Zmiana, która powstała ponad siedemnaście lat temu.

Moje zainteresowania są tropami, za którymi idą nasze projekty. Kiedy mnie pytasz, dlaczego i w jakim celu zajmować się typografią, to jest to dziwne. W mojej głowie w ogóle nie powstaje pytanie, czy typografia powinna być włączona do naszej dyskusji. Po prostu ona tu jest. To nie jest wybór. W pewnym momencie musisz o niej rozmawiać, bo jest częścią wszystkiego, co składa się na ostatecznie wytwarzaną wiedzę.

Taka postawa nie jest oczywista, kiedy mówimy o Polsce.

Tak, ale to się zmienia. Nie tylko są książki na temat typografii i projektowania liter, ale także są publikacje i projekty, które są składane fontami zaprojektowanymi w ostatnich dziesięciu latach przez polskich projektantów. To jest moment, w którym to zajęcie wyemancypowało się spośród innych zawodów. Gdybyśmy przyjrzeni się polskiej typografii, nie byłoby okresu zupełnie pozbawionego projektowania liter. Litery zawsze sobie poradziły i znalazły człowieka, który je projektował.

Trzeba również rozmawiać o potrzebach.

Właśnie o potrzebach jest książka *Typopolo*, którą wydaliśmy jako Fundacja Bęc Zmiana przy współpracy z Rene Wawrzekiewiczem, na bazie pomysłu Jakuba „Hakobo” Stępnia. Ta wernakularna, spontaniczna kreatywność pokazała prawdziwą potrzebę, zarysowała ją w obszarze ekonomii i oddolnych

komunikatów społeczno-politycznych. Jest to świetny okres w rozwoju naszej wrażliwości na litery. Bez typografii wernakularnej znacznie dłużej dochodzilibyśmy do tego, jak one są ważne. Okazało się, że litery są istotne, ale i śmieszne, wkurzające, sentymentalne, przypadkowe. U uruchomiło to całą gamę emocji. Pojawiła się również misja, by uporządkować naszą przestrzeń wizualną.

Nie denerwuje cię to wszechogarniające zjawisko porządkowania szyldów i witryn?

To bywa monotonne i bywa przemocowe. Kto ustala, kiedy jest brzydko, a kiedy ładnie? Jest taka kategoria, którą wymyślił Krzysztof Nawratek: dobra przemoc. Użył jej, by pokazać, że artyści proponując projekty w przestrzeni publicznej postępują się nią, ponieważ wiedzą, jak ma być i jak ludzie mają się w tej przestrzeni zachowywać. Z szyldami jest podobnie. Widziałam parę świetnych projektów, które, gdyby były eksponowane osobno, byłby wspańnięte. Zamieniły się jednak w nudę, brak energii, bo zostały ułożone obok siebie, przy jednej ulicy. Odwołam się tutaj do jeszcze innej kategorii: kultury żywej. Ważne jest, by było widać wymianę, negocjowanie, zaangażowanie i zainteresowanie wielością. Ta różnorodność szyldów jest przecież osobistym wyrazem preferencji estetycznych i wyborów komunikatu przez właściciela danego miejsca.

Ciekawą kwestią było również pojawienie się w przestrzeni szablonów, graffiti, sztuki na murach.

Miało to ogromny wpływ na naszą świadomość typograficzną. Poszerzyło pole rozumienia, czym jest litera, do czego może służyć i jak może być wykorzystywana. Tam również pojawia się przemoc, co pokazuje Wojtek Wilczyk, dokumentujący napisy fanów piłki nożnej. Z drugiej strony nie możemy rozmawiać dzisiaj o literach bez mówienia, w jaki sposób wyglądają i są podawane treści w Internecie. To jest zresztą bardzo interesujące, że to środowisko jest dużo bardziej ubogie – energetycznie oszczędniejsze. Spójrz na skrótowce. LOL. Tylko dwie litery, trzy znaki, mnóstwo znaczeń. Bardzo ciekawie styl mediów elektronicznych modyfikuje to, jak rozumiemy litery, jak są używane czy projektowane. Nie warto ograniczać się tylko do sfery akademickiego poznania i projektowania, w której typografia jest rozumiana intelektualnie i ma opiekę projektową. Trzeba pamiętać o wszystkich działaniach, które są w kontrze.

W 2012 roku w amerykańskim mieście Chattanooga zebrano w zbiorce publicznej pieniądze na zaprojektowanie miejskiego kroju, który oddałby charakter miasta. Podoba mi się to wspólnotowe myślenie o literach.

Wspólnotowe działania to rezultat nowego milenium, szczególnie popularne po kryzysie 2008 roku. Było to widać nie tylko w ruchach i zachowaniach

społecznych, ale także w otwartych, wspólnych formach w ekonomii. Daje to wiele satysfakcji, załatwia pewne sprawy na poziomie emocjonalnym, chociaż nie zawsze przynosi wielkie efekty. Wspólna praca nad wartością, która ma służyć społeczności lokalnej, wymaga umiejętności, która nie wszystkim jest dana: wrażliwego, mądrego zarządzania wieloosobowym silnikiem, mającym swoją dynamikę, lecz również wsteczny bieg. W Polsce mamy trudności z grą zespołową, co widać w bardzo różnych aspektach naszego życia. Współpraca pojawia się na spektakularną skalę w najbardziej dramatycznych momentach, gorzej na co dzień. Trzeba mieć dużo umiejętności i zdolności, by doprowadzić szczęśliwie tego rodzaju inicjatywy do produktywnego i pozytywnego zakończenia, wychodząc poza nieporozumienia, niechęć i atomizację interesów. Jest jeszcze jedna rzecz. Wyobraź sobie kreowanie kroju dla miasta w Polsce. I jak przebiegałaby kwestia praw autorskich, pamiętając dyskusje o Solidarycy? Co by było, gdyby autor fontu Lato był sześcioma projektantami? Czy równie łatwo zrezygnowaliby z interesu i przenieśliby to w sferę publiczną? Oczywiście sama idea kreowania charakteru miasta na poziomie typografii czy litery jest świetna.

Mamy jednak w Polsce przykład identyfikacji dla Warszawy, która została zaprojektowana przez Towarzystwo Projektowe, ale później bezprawnie przekazana w prezencie Łodzi.

Okazało się, że coś, co identyfikowaliśmy jako naszą miejską, warszawską literę, nagle straciło lokalny walor. To pokazuje, że litera wywołuje emocje. No i to zabawne, że Lech Kaczyński, który był prawnikiem i jako prezydent Warszawy podjął tamtą decyzję, tak sobie beztrosko poczynił, jeśli chodzi o prawa autorskie. Ze wspomnianą wcześniej Solidarycą na tym poziomie uwspólnotowienia jednak się udało. Ciekawi mnie to myślenie o typografii w wyższej skali, czyli projektowania kroju dla kraju.

Czy nie byłoby tak, że z każdą zmianą polityczną zmieniłby się krój?

Idealnie! Za każdym prezydentem, rządem idzie nowy krój. (śmiej)

Chciałabyś pracować w takiej grupie nad krojem narodowym?

Pracować – tak, ale później nie chciałabym się z tego tłumaczyć. (śmiej)
A serio mówiąc, to dużo myślę ostatnio o historii i działaniach Fundacji Bęc Zmiana. Nasz dorobek, nasza wiedza i pamięć są marnotrawione – i mam tu na myśli środowiska pracujące na styku działań kulturalnych i życia społecznego w ogóle. Nasze projekty, w znacznej większości finansowane przez środki publiczne, powinny być zasobem, powinny zasilać kolektywną wiedzę i umiejętność tworzenia nowych rozwiązań w wielu dziedzinach. Powinniśmy pracować w interdyscyplinarnych zespołach poza światem instytucji kultury, by współtworzyć projekty, które dzięki naszemu doświadczeniu mogłyby tworzyć nowe jakości, nie dać się spychać do estetyzacji.

Przekładałoby się to na decyzje projektowe, które kształtują materialność codzienną. Dzisiaj kultura współczesna nie jest postrzegana jako poważny partner do rozmowy, zwłaszcza kiedy energia i uwaga jest raczej skierowana w inną stronę. System prawny, sądownictwo, cała struktura demokracji, jaką znaliśmy, ujawnia spektakularnie swoje wady. Wiedza, jaką mają artyści, twórcy, którzy chętnie spekulują na temat przyszłości, symulują rozwiązania przestrzenne i społeczne, ciągle nie jest traktowana serio. Nasz dorobek to krew w piach, doraźne realizacje, ulotne zdarzenia. Nie nawarstwia się, ucieka.

Bogna Świątkowska

Pomysłodawczyni, fundatorka i prezeska zarządu Fundacji Bęc Zmiana, z którą zrealizowała kilkadziesiąt projektów poświęconych przestrzeni publicznej, architekturze i projektowaniu, a także konkursów skierowanych do architektów i projektantów młodego pokolenia. Inicjator i redaktorka naczelną czasopisma „Notes na 6 tygodni”, autorka licznych tekstów, wywiadów, programów radiowych i telewizyjnych poświęconych współczesnej kulturze popularnej.

Projektowanie dojrzało

Rozmowa z Basem Jacobsem

Wcześniej niewiele wiedziałam o projektach Underware, które współtworzy Bas Jacobs. Przeglądając jednak stronę internetową studia, odkryłam unikatowe kroje: nowoczesne, pięknie wyrysowane, charakterne. Sam Bas wydaje się otwartą osobą, dla której projektowanie krojów jest całym życiem, chociaż nie brakuje tam dystansu i poczucia humoru. Na moje pytanie odpowiada w bardzo pogłębiony sposób, angażuje mnie do dalszych poszukiwań, zwłaszcza w wymiarze przyszłości typografii.

Beata Bartecka: Jak to jest żyć krojami pisma – pracować z nimi, mówić o nich, uczyć? Jak to jest spędzać każdy dzień w świecie, w którym wciąż się rozprawia o krojach i typografii?

Bas Jacobs: To przywilej, pod wieloma względami. Możemy spędzać większość naszych dni na robieniu rzeczy, które nas fascynują. Możemy łączyć pracę nad konkretnymi projektami – polegającymi na rozwiązywaniu konkretnych problemów – z badaniem nowych obszarów i nowych tematów, które nas ciekawią. Jesteśmy zorientowani na najlepszy możliwy rezultat w każdym projekcie, ale jednocześnie sprawia nam radość kwestionowanie podstaw tych projektów. Integracja własnych badań z praktyką zawodową przynosi wiele satysfakcji.

Projektowanie liter to ambiwalentne zajęcie. Dla niektórych osób projektowanie krojów liter, czyli przekształcanie istniejących form, może oznaczać najnudniejszą pracę na świecie.

Dla nas projektowanie krojów to krok w stronę pracy z językiem na nowe sposoby. Na przykład może się zdarzyć, że zaprojektujesz literę „B”, która przypadkowo wygląda jak inna litera – i ten przypadek może prowadzić w stronę projektowania poliglifów, czyli kształtów reprezentujących różne litery. Jeśli postrzegamy alfabet jako zbiór kształtów, a ustęp tekstu – jako powtarzalną kombinację tych kształtów, to co się stanie, gdy dany kształt będzie mógł reprezentować różne litery, ale w zależności od kontekstu czytelnik będzie mógł założyć właściwe odczytanie? To mogłoby być interesujące, ponieważ wtedy być może nie potrzebowalibyśmy już dwudziestu sześciu znaków, żeby zwizualizować alfabet łaciński. Ile znaków byłoby jednak koniecznych do tego, żeby osiągnąć minimum czytelności? Czy wystarczą dwadzieścia cztery? Może dwadzieścia albo osiemnaście? A jeśli będziemy się wystarczająco starać, to możemy nawet dojść do wniosku, że jeden kształt może reprezentować wszystkie dwadzieścia sześć liter. Tylko jeden protokształt, który reprezentuje wszystkie litery.

Czy możesz opowiedzieć więcej o przebiegu swojej kariery? Jak trafiłeś na studia w zakresie komunikacji wizualnej i jak doprowadziło cię to do projektowania krojów pisma?

Nikt nie decyduje w wieku pięciu lat, że zostanie projektantem krojów. Rzeczy po prostu się dzieją i tak się złożyło, że kluczowa dla mojego życia okazała się kiepska edukacja. Jako dziecko lubiłem rysować – komiksy, litery i inne rzeczy. To zaprowadziło mnie na Akademię Sztuk Pięknych, gdzie już na pierwszym roku odkryłem wiele nowych obszarów kreatywności. Studiowałem początkowo i rzeźbę, i projektowanie graficzne, aż w końcu na drugim roku zakochałem się w pewnym kroju liter. Pamiętam to dobrze. Tak zaczęło się moje zainteresowanie typografią – chciałem wiedzieć

coraz więcej, czytałem, aż w końcu przeszedłem do praktyki. Inny kluczowy moment na mojej drodze do zostania projektantem to zadanie, jakie na trzecim roku zadał nam wykładowca typografii. Mieliśmy stworzyć własny krój i mieliśmy na to trzy tygodnie...

A doświadczony projektant zwykle potrzebuje dwóch lat...

Tak! Większość kolegów z roku miała gotowe projekty po tygodniu – przesyłali krój Helvetica faksem w tę i z powrotem, po czym przekształcali skany w fonty cyfrowe. W latach dziewięćdziesiątych to było imponujące, ale ja nadal szkicowałem ołówkiem moje małe litery rzymskie i kursywę, w pewnym momencie utknąłem więc w martwym punkcie. Kiedy odkryłem, że nie dostanę żadnych wskazówek od naszego wykładowcy typografii, byłem bardzo zawiedziony. Frustracja doprowadziła mnie na studia podyplomowe na Królewskiej Akademii Sztuk Pięknych w Hadze, gdzie poznałem Samiego Kortemäkiego i Akiema Helmlinga. Ze względu na brak zajęć – program studiów był bardzo skromny w porównaniu z dzisiejszymi realiami, mieliśmy tylko kilka wykładów i ćwiczeń tygodniowo – zaczęliśmy realizować własne projekty, trochę dla zabicia czasu, a trochę po to, żeby usprawnić współpracę między nami. Bardzo nam to pomogło, nie przestaliśmy współpracować po studiach i robimy to nadal, już od dwudziestu lat. Brak wystarczającej edukacji pomógł mi dwukrotnie w momentach kluczowych dla tego, co robię dzisiaj.

Jak oceniasz ogólny stan wiedzy na temat typografii i projektowania krojów w Holandii? Czy organizuje się dużo dyskusji dla szerokiej publiczności, czy to nadal temat raczej dla specjalistów? Macie wielką, piękną tradycję i historię, ale czy nadal jest ona żywa w społeczeństwie?

W latach dziewięćdziesiątych holenderski dizajn był międzynarodową marką, która dziś już nie istnieje, ale to inna historia. Skutkiem tego jest fakt, że projektowanie pełni inną funkcję w społeczeństwie. We współczesnej Holandii projektowanie nie jest zawodem samym w sobie, odseparowanym od reszty świata jak artystyczna wyspa. Stało się w mniejszym stopniu osobliwością, a bardziej oczywistym, solidnym zajęciem, połączonym z wieloma innymi dziedzinami. Z rzemiosła projektowanie przekształciło się w metodę, sposób myślenia, który można zastosować, żeby rozwiązać jakiś problem. Wielu absolwentów uczelni artystycznych nie podejmuje pracy w agencjach projektowych, zatrudniając się raczej jako graficy czy projektanci interakcji w firmach, które oferują zupełnie inne usługi, ale potrzebują projektowania jako oczywistego elementu swojego biznesu. Tymczasem nawet duże agencje projektowe przeobraziły się w agencje *online* specjalizujące się w pracy z danymi i w nowych technologiach. Nie tylko sami projektanci stawali się

coraz bardziej elementem większego organizmu, ale również agencje projektowe. W latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych w Holandii toczono zażarte debaty na temat projektowania graficznego, ale to już się skończyło.

Dlaczego?

To logiczne – pół wieku temu projektanci musieli wytyczać drogę. Projektowanie graficzne jako zawód nie istniało w takiej formie, w jakiej je znamy. Oczywiście każdy projektant może mieć swoje zdanie i każdy znajdzie dla siebie jakieś miejsce, nie ma już więc po prostu potrzeby toczyć takich płomiennych dyskusji. Każdy może pracować w taki sposób, jaki mu odpowiada, i to jest w porządku. Nie ma jednej, uniwersalnej prawdy, a dla różnych prawd jest wystarczająco dużo miejsca, cóż zatem miałyby nas skłaniać do dyskusji o projektowaniu? Zamiast się kłócić, projektanci akceptują, że każdy ma jakiś własny pomysł na siebie i to jest w porządku. Opinie czy podejścia projektantów nie są już przedmiotem debaty. Dyskusja potoczyła się raczej w kierunku namysłu nad tym, jakie są właściwie możliwości projektowania, jeśli w danych okolicznościach zostają podjęte właściwe decyzje. I jakie problemy społeczne projektowanie mogłoby pomóc rozwiązać. Projektanci stali się badaczami zaangażowanymi w projekty społeczne. W latach siedemdziesiątych dyskusje o projektowaniu toczyły się w świecie dizajnu, tymczasem dzisiaj areną debaty jest cały świat. Projektowanie dojrzało.

Jaka jest współczesność z perspektywy projektanta krojów?

Bardzo ekscytująca. Wprowadzenie *variable fonts* może mieć znacznie większy wpływ, niż to sobie dzisiaj wyobrażamy.

Proszę, opowiedz o tym więcej.

Variable font zawiera kilka fontów w jednym pliku. Z technicznego punktu widzenia oznacza to, że *variable font* obejmuje pojedynczy font oraz instrukcje w zakresie tego, jak przemieścić każdy punkt tak, żeby wyglądał jak inny font. Ścieżka od pierwszego do drugiego jest interpolowana. Wewnątrz pliku może być również więcej fontów niż dwa, tym samym może być więcej punktów i interpolacja dotyczy wszystkich ścieżek.

Co to właściwie oznacza, kiedy wszystko jest interpolowane i wszystko jest zmienne?

Wyobraź sobie – jeśli każda litera „A” jest interpolowana, to może wyglądać jak cokolwiek. Może być pogrubiona albo zmienić się w kursywę. Więcej nawet – rzymska litera „A” może zmienić się w pisankowe „A”. Ponieważ wszystko jest dynamiczne, litera „A” może się również zmienić w literę „B”. Albo w dowolną inną literę. Jeśli się nad tym zastanowisz, dostrzeżesz, że to zupełne szaleństwo, oznacza to bowiem, że na poziomie słowa pisanego informacja może stać się dynamiczna. To zaś prowadzi do pojawienia

się zupełnie nowych bytów, których konsekwencji nikt jeszcze nie może przewidzieć. Wprowadzenie tego formatu jest jak otwarcie drzwi do całkowicie nowego pokoju. Nikt jeszcze nie wie, jak duży jest ten pokój, co się w nim dzieje, jakie kryje możliwości. Eksploracja tego pokoju jest ciekawa i jesteśmy szczęściarzami, że urodziliśmy się w porę, żeby móc brać w tym udział. Nasze pokolenie przeżyło pojawienie się Internetu w połowie lat dziewięćdziesiątych, teraz pojawia się format *variable fonts*. To przywilej żyć w takich czasach.

Czyli typograf powinien także znać się na kodowaniu? A może wystarczy blisko współpracować z programistą?

Oba warianty są możliwe. Trzeba tylko być świadomym, że kodowanie to równie ważny etap procesu projektowania, jak część kreatywna. Jeśli jedna osoba dobrze radzi sobie z oboma tymi zadaniami, to świetnie. Jeśli jednak zadanie wymaga zespołu ludzi, z których każdy wnosi jakieś umiejętności i którzy umieją współpracować, to również idealnie. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych graficy skupiali się na druku, ale od czasu do czasu proszono ich o zaprojektowanie strony internetowej. Zbyt często popełniano wówczas klasyczny błąd – projektowanie layoutów w QuarkXPressie i przekazywanie ich programistom, żeby przetworzyli je na stronę internetową. Teraz już wiemy, że projektowanie tak nie działa. To nie jest jednolity, chronologiczny proces, w którym postępuje się krok po kroku. Proces projektowania wymaga stawiania kroków w kilku kierunkach jednocześnie, nie tylko w stronę wyniku końcowego. Wszyscy się zgadzają, że zaprojektowanie layoutu strony internetowej i zamówienie kodowania interaktywnej strony u programisty to nie jest koniec procesu. Podobnie wygląda to w wypadku projektowania krojów pisma.

Czy myślisz, że to może być pułapka dla projektantów krojów – mogą wpaść w nieskończoną sieć możliwości? Może algorytmy kodujące okażą się przydatniejsze niż projektowanie nowych krojów?

Są trzy scenariusze możliwych rozwiązań. Po pierwsze: jaka jest różnica między zakodowaniem nowego fontu i jego zaprojektowaniem? Czy to pierwsze oznacza zrobienie czegoś brzydkiego, ale szybko, a drugie umożliwia stworzenie ręcznie czegoś pięknego? Może jest odwrotnie albo tak samo? Po drugie: wprowadzenie *variable fonts* daje duże możliwości projektantom, ale to nie znaczy, że powinni z nich wszystkich korzystać. Projektanci krojów powinni myśleć w kategoriach możliwości, nie wariantów.

A jaki jest trzeci scenariusz?

Na początku nowej ery pojawia się ryzyko pomylenia możliwości z wariantami. Nowy format, czyli *variable fonts*, oferuje wiele możliwości technicznych, koncepcyjnych, praktycznych, ekonomicznych i tak dalej. To dobra

wiadomość dla projektantów krojów, którzy tworzą fonty, dla wszystkich innych użytkowników i dla czytelników. Nie jest wykluczone, że wszystkie trzy scenariusze okażą się korzystne. Podsumowując – automatyczne rozmiary optyczne, automatyczna typografia interaktywna oparta na czytelniku, czyli nowe metody prezentacji tekstu cyfrowego, stały się dynamiczne i otwierają nowe możliwości dla każdego.

Również dla użytkownika docelowego?

Nie, nieutożsamianie tego z nowymi możliwościami dla użytkownika docelowego to błąd. Nowe *variable fonts* mogą wręcz prowadzić do ograniczenia wariantów dla niego. Może w przyszłości użytkownik docelowy nie będzie musiał dokonywać wyboru w zakresie typografii i zrobi to za niego algorytm kontrolowany przez system operacyjny, aplikację albo interakcje użytkownika (czyli na przykład odległość między użytkownikiem a ekranem). Może wprowadzenie *variable fonts* będzie najbardziej zależne od producentów oprogramowania, którzy będą – koniec końców – oferować ograniczone, wycinkowe zestawy projektantom.

Tradycyjnie projektanci krojów tworzyli fonty cyfrowe i oferowali je grafikom – użytkownikom tych fontów.

Tak, ale *variable fonts* sprawiają, że projektanci powinni porzucić ten model dystrybucji, ponieważ – być może – *variable fonts* powinny być projektowane na potrzeby konkretnych aplikacji i dopiero wtedy trafiać do grafików. Czyli model dystrybucji fontów cyfrowych (projektant krojów → grafik) może zmienić się w kierunku dystrybucji *variable fonts* (projektant krojów → producent oprogramowania → grafik). Projektanci krojów nie powinni zaczynać od oferowania dużych powierzchni do zaprojektowania dla grafików – to oznacza po prostu scedowanie decyzji na użytkownika. To byłby fundamentalny błąd. Użytkownicy krojów – nazwijmy ich tu grafikami – mają projekt do zrealizowania. W ramach tego projektu muszą podjąć wiele decyzji, ale definiowanie dokładnego położenia w nieskończonej przestrzeni do zaprojektowania nie powinno ich obciążać. To nie pomaga w doprowadzeniu projektu do końca, a wręcz mnoży problemy. Duże rodziny krojów mogą obecnie istnieć nawet w trzystu wariantach grubości, podczas kiedy – powiedzmy – siedem w zupełności by wystarczyło. W większości wypadków mniejsza liczba wariantów, czyli na przykład siedem wariantów grubości zamiast trzystu, generuje większe korzyści dla użytkownika. Więcej możliwości dla grafika to sytuacja wyjątkowa. Częściej spotykamy się obecnie z nadmiarem wariantów do wyboru. Nie chodzi tylko o to, że rodziny krojów mają zbyt wiele wariantów grubości, ale także o zbyt dużo innych wariantów do wyboru. Litera „A” jedno- albo dwupoziomowa, alternatywna, zaokrąglona duża litera „E”,

dodatkowa wstęga dla litery „Q” i wiele innych wariantów wrzuconych w zestawy stylistyczne funkcji OpenType. Można się zastanawiać, czy zawsze mają sens.

Uważasz zatem, że projektanci krojów nie powinni oferować zbyt wielu wariantów?

Jeśli kupujesz samochód, chcesz dostać kluczyki i zacząć jeździć, bez spędzania pięciu tygodni nad ulepszaniem poszczególnych systemów razem z mechanikami. Przynajmniej ja bym tak wołał.

Na koniec chciałabym zapytać o fonty multiskryptowe. Które są dla ciebie najciekawsze do projektowania? Jakie systemy językowe cię interesują – i dlaczego?

Typografia jest silnie zależna od konwencji kulturowej. Dorastałem w Europie Zachodniej i znam się jedynie na konwencjach alfabetu łacińskiego. Przy projektowaniu skryptów nietacińskich współpracujemy z ich rodzimymi użytkownikami. W przeszłości w naszych krojach pojawiały się cyrylica oraz alfabety grecki, hebrajski, arabski. Dość łatwo wyrobić sobie opinię o cyrylicy czy alfabecie greckim, ponieważ są zbliżone do łaciny. Ale przy piśmie arabskim musieliśmy już polegać mocno na projektantach, którzy go używają, żeby osiągnąć prawidłowe rezultaty. Coś, co wygląda „industrialnie” dla użytkownika zachodniego, może wymagać przerobienia, żeby prezentować się „industrialnie” również z arabskiego punktu widzenia. Oczywiście mamy własne pomysły na pismo arabskie, ale nie zawsze jesteśmy pewni, czy mają sens. Podobnie jeśli chodzi o azjatyckie systemy pisma – to bardzo ciekawy temat, którym chętnie zająłbym się w większym zakresie. Złożone systemy pisma, takie jak pismo chińskie, mogą wiele skorzystać na obecnych kierunkach rozwoju technologii. Śledzenie ich jest fascynujące. Życie jest za krótkie!

Bas Jacobs

Holenderski projektant krojów należący do paneuropejskiego kolektywu designerskiego Underware, znanego na świecie z nowatorskich projektów o charakterystycznym stylu. Wielokrotnie nagradzane projekty kolektywu styną z wyjątkowego połączenia technologicznych innowacji i osobistej estetyki. Członkowie Underware wykonują również druki typograficzne i przygotowują wydawnictwa związane z fontami, wykładają i prowadzą warsztaty na całym świecie, są współzałożycielami stacji radiowej Typeradio. Poza pracą projektanta Bas Jacobs prowadzi również badania i regularnie pisze na temat przeszłości, teraźniejszości i przyszłości języka, pisma oraz czytania.

Świadomość projektanta

Rozmowa z Tomaszem Bierkowskim

Spotykamy się w stołówce katowickiej Akademii Sztuk Pięknych. Z okien widzę ulicę przypominającą szwajcarskie osiedle modernistyczne. Tworzy to spójny obraz z samą uczelnią, która wyróżnia się na mapie polskiego projektowania graficznego i typografii, utworzono bowiem na niej osobny wydział projektowy. Tomasz opowiada z pasją i zaangażowaniem, mówi niezwykle szybko, co nawet sam w pewnym momencie zauważa. Otwiera mnie na wiele różnych pobocznych wątków, które nawet jeśli nie znalazły się w ostatecznej wersji wywiadu, to pozostały w mojej głowie, trochę jako tematy do rozwinięcia w kolejnej rozmowie.

Beata Bartecka: Lubisz uczyć, prawda?

Tomasz Bierkowski: Lubię. Projektowanie, badanie i edukacja – to jest taki trójnóg, na którym stoję. To fundament mojej działalności profesjonalnej, tak również nazwałbym swoją firmę. W zasadzie nie wyobrażam sobie, by któraś z tych nóg miałyby być osłabiona lub podcięta.

Czy zauważyłeś, żeby w ostatnich latach pojawiło się więcej studentów zainteresowanych samą typografią?

Zanim odpowiem, chciałbym zwrócić uwagę na to, że typografia jest postrzegana dwojako: część środowiska projektantów sprowadza typografię tylko do projektowania krojów, fontów i liternictwa, część zaś nie ogranicza typografii wyłącznie do tworzenia znaków pisma, tylko do konstruowania komunikatów wizualnych z ich użyciem. Należę zdecydowanie do tej drugiej grupy, ale wychodzę jeszcze dalej. Dla mnie typografia to przede wszystkim projektowanie doświadczenia czytania. Uważam ponadto, że każdy projektant powinien przejść kurs projektowania krojów – niezależnie od tego, czy będzie się tym w przyszłości zajmował, czy też nie. Chociażby tylko po to, by docenić, jak ciężka jest to praca, i zrozumieć, dlaczego warto zapłacić za font uczciwą stawkę. Błędem jest jednak uczenie typografii jedynie przez pryzmat specyfiki samego narzędzia, w oderwaniu od jego funkcji. Typografia ma służyć jak najlepszej komunikacji między czytelnikiem a autorem, a nie być jedynie źródłem zachwyty wąskiej grupy specjalistów nad jakimś kształtem litery. Odpowiadając na pytanie: tak, dostrzegam coraz więcej osób, które chcą projektować fonty i profesjonalnie zajmować się tym w przyszłości. Równolegle zauważam jednak inny problem: niewielu absolwentów wchodzi później na rynek projektowania krojów. Nie wiem, z czego to wynika. Może dzieje się tak dlatego, że to naprawdę bardzo ciężka i czasochłonna praca, na której finansowe rezultaty trzeba czekać. Ukończyłem kilka kursów projektowania krojów pisma i doświadczyłem na własnej skórze, jak bardzo jest to złożona dziedzina projektowania. Profesjonalne projektowanie fontów to system zero-jedynkowy: jeśli decydujesz się na tę pracę, to już nie pozostaje ci zbyt wiele czasu na inne aktywności projektowe.

Trzeba mieć także określone predyspozycje do tak żmudnej pracy.

Tak. Projektowanie fontów to złożony i żmudny proces, a spodziewane wyniki uzyskuje się czasem po kilku latach pracy. Dodatkowo musisz jeszcze to sprzedać i tutaj bywa naprawdę ciężko, choć czasem niewiele trzeba, żeby wypracować korzystne warunki. Mam liczne kontakty z projektantami słowackimi i wiem, że ich relacje z klientem są zupełnie inne niż w Polsce. To jest współpraca oparta na partnerstwie i zaufaniu. Potencjalni nabywcy rozmawiają o fontach z ich projektantem i nierzadko otrzymują możliwość

wypróbowania wzorów przed zakupem. Dogadują się także na różne formy upustów czy rozłożone formy płatności. Czasami projektanci klienci proszą o wprowadzenie zmian w foncie, na przykład w rysunku glików, choćby ze względu na technologię jego użycia, materiał lub wymiar użytkowy. Jest to przykład bardzo dobrej praktyki, która przynosi efekty w postaci integracji środowiska, a przede wszystkim podnosi jakość typografii. To model współpracy godny wdrożenia u nas.

W Polsce typografia często stanowi jedynie pewien wycinek programu kształcenia na studiach, zwykle część zajęć na wydziale grafiki warsztatowej. W Katowicach jest inaczej. Utworzyliście osobny wydział projektowy – to jedyna taka struktura w polskich akademiach sztuk pięknych.

Powszechne łączenie typografii z grafiką albo włączanie programu kształcenia typografii do wydziałów grafiki czy malarstwa to pułapka i dla studentów, i dla wykładowców. Jak kiedyś powiedział profesor Krzysztof Lenk: „Artysta tworzy dla siebie, projektant zawsze dla innych”. Kiedy więc zaczynamy podchodzić do projektowania jako artyści, wówczas bardziej myślimy o sobie niż o użytkowniku komunikatu oraz celu, który chcemy osiągnąć. To jest podstawowa różnica. Według mnie projektowanie komunikacji wizualnej, w tym typografii, ma dużo więcej wspólnego z naukami społecznymi niż z kierunkami artystycznymi. Z prostego powodu: projektowanie jest działalnością społeczną, ponieważ wykreowany przez dizajнера projekt jest realizowany przez społeczeństwo. Żeby więc stworzyć dobry, a więc skuteczny i zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju projekt, potrzebna jest wiedza z innych dziedzin niż wyłącznie artystyczne. Mam tu na myśli między innymi socjologię, psychologię społeczną, etykę czy antropologię. Potrzebna jest również wiedza z zakresu teorii percepcji, prakseologii czy historii komunikacji. Niestety, zagadnienia z tych obszarów rzadko kiedy są obecne w programach kształcenia projektantów w Polsce. Utworzenie w strukturze katowickiej Akademii Sztuk Pięknych odrębnego Wydziału Projektowego, w którego skład wchodzi kierunki projektowania graficznego oraz wzornictwa, było doskonałym pomysłem. Dzięki temu studenci od początku nabywają wiedzę i umiejętności z dziedzin, które ich wyłącznie interesują i w których w przyszłości chcą się realizować. Na uczelniach, które prowadzą wyłącznie wydziały grafiki, wybór specjalizacji projektowania graficznego następuje dopiero na trzecim lub drugim roku, przez pierwszych kilka lat każdy student ma obowiązkowe przedmioty zarówno artystyczne, jak i projektowe. Wyodrębnienie tych wydziałów i kierunków umożliwiło stworzenie nowych przedmiotów, na przykład informacja wizualna, oraz przeznaczenie większości godzin na pozostałe specjalistyczne przedmioty projektowe, które – w starym systemie – były współdzielone z artystycznymi. Stąd nasi

studenci mają możliwość uczenia się typografii na wszystkich stopniach przez cały okres studiów: dwa lata obowiązkowej typografii na studiach licencjackich, później, na trzecim roku – jako przedmiot z wyboru – a także przez całe studia magisterskie jako przedmiot z wyboru lub seminarium dyplomowe. Ważną i pozytywną cechą wydziału projektowego katowickiej Akademii Sztuk Pięknych jest dwustopniowość, która umożliwia studentom zmianę uczelni, podjęcie pracy zawodowej bez konieczności przerywania studiów czy wręcz robienie – w przerwie między stopniami – czegoś zupełnie innego, co dobrze wpłynie na ich doświadczenie życiowe, kompetencje społeczne i kulturowe czy dojrzałość.

Dyskusja o tym, ile polska szkoła plakatu przyniosła nam dobrych rzeczy, a nie ile złych, trwa od jakiegoś czasu.

Polska szkoła plakatu to ikona nie tylko polskiego projektowania, ale także polskiej sztuki, zaryzykowałbym twierdzenie, że nawet bardziej tej ostatniej. Pamiętajmy jednak o dwóch kwestiach. Twórcy, których kwalifikujemy jako przedstawicieli polskiej szkoły plakatu, wywodzili się spośród artystów sztuk wizualnych – grafików i malarzy. Z drugiej strony byli oni zróżnicowani pod względem podejścia do celów komunikacji wizualnej. Wrzucanie wszystkich do jednego worka jest – w kilku aspektach – uzasadnione i wygodne, lecz jednocześnie stanowi duże uproszczenie. Traktujemy również polską szkołę plakatu jako nasz jedyny towar eksportowy z dziedziny projektowania, a to nieprawda. Ponadto takie podejście wyklucza ze społecznej świadomości – tym samym z dyskursu o polskim projektowaniu – inne fenomeny tej dziedziny. O wielu świetnych i wybitnych, a także rozpoznawalnych na świecie projektantach dowiadywałem się za późno, długo po studiach. Tak było na przykład z Leonem Urbańskim, Krzysztofem Lenkiem, Romanem Duszkiem, Andrzejem Pawłowskim czy Romanem Tomaszewskim. Co znamienne, monografia poświęcona Leonowi Urbańskiemu nie powstała w żadnej akademii sztuk pięknych. To była inicjatywa Ewy Repucho z Uniwersytetu Wrocławskiego, która jest wybitnym bibliologiem i edytorem, jednak funkcjonującym – niestety – na marginesie większości środowiska projektantów. Na szczęście sytuacja się zmienia dzięki aktywności naukowej takich osób jak Ewa Satalecka, Janusz Górski, Jacek Mrowczyk, Piotr Rypson, Andrzej Tomaszewski czy działalności wydawniczej Przemka Dębowskiego i Roberta Olesia. Niemniej brakuje nam systematycznie, instytucjonalnie uprawianej historii dizajnu i jego krytyki. Zwróćmy uwagę, że oprócz Muzeum Plakatu, które – jak sama nazwa wskazuje – jest zorientowane na konkretną dyscyplinę, nie ma w Polsce instytucji, która zajmowałaby się badaniami nad polskim dziedzictwem projektowym. To poważne niedopatrzenie! W Bratysławie istnieje od kilku lat Słowackie Centrum Dizajnu,

które z powodzeniem osiąga cele statutowe tego typu instytucji: propaguje rodzimy dizajn w kraju i za granicą, wydaje publikacje naukowe i czasopisma, organizuje najważniejsze konkursy projektowe i wystawy, na bieżąco gromadzi i dokumentuje archiwalia oraz współczesne projekty. Wstydzmy się, zazdrościmy, bierzmy przykład!

Typografowie i projektanci krojów znacznie częściej zajmują się edukacją, badaniem, wydawaniem o tym książek niż inni projektanci. Przyjmują na siebie rolę historyków, badaczy, krytyków. Z drugiej strony, kiedy myślę o typografii, to jest to zawsze związane z historią i tradycją.

Co prawda nie prowadzę statystyk, ale nie wydaje mi się, żeby polscy typografowie częściej zajmowali się pracami badawczymi niż przedstawiciele innych dyscyplin projektowych. Czołowe postacie spośród rodzimych badaczy, jak Czesława Frejlich, Ewa Satalecka, Jacek Mrowczyk, Andrzej Tomaszewski i Piotr Rypson, są na tyle różnorodne pod względem proveniencji i obszaru zainteresowań, że nie sposób ich jednoznacznie zakwalifikować. Z kolei ogromną, ważną i – niestety, słabo widoczną dla szerszego odbiorcy – pracę na tym polu wykonują bibliolożki i edytorki: Wanda Ciszewska, Elżbieta Jamróz, Małgorzata Komza, Monika Pest, Ewa Repucho czy Klaudia Socha. Porozmawiamy o sięganiu do tradycji. Kiedy zaczyna się projektować krój pisma, każdy może mieć inny punkt wyjścia. Jedna osoba zachwyci się napisem na murze, inna starym tekstem, a jeszcze ktoś inny po prostu usiądzie i zacznie rysować. To jest dobre podejście przed studiami lub na początku studiów. Trzeba jednak cały czas pamiętać, że zawsze projektowanie krojów było determinowane konkretnym celem. Zawsze była konkretna funkcja, do której nowy krój był przeznaczony. Przykład z historii: Aldus Manutius i Ludovico Arrighi stworzyli pismo pochyłe, ponieważ było im ono potrzebne do wdrożenia idei taniej książki. To nie była ich fanaberia. Z jednej strony patrzymy wstecz, z drugiej strony robimy to bardzo wybiórczo. Ekscytujemy się pięknym kroju, a nie wiemy, że to piękno wynika z jego funkcji i użyteczności. Niestety, to jest rodzaj ignorancji, na którą zawodowcy nie mogą sobie pozwolić. Żeby jednak nie uogólniać, trzeba pamiętać, że z krytykowaną przez niektórych wybitnych typografów rewitalizacją i digitalizacją starych krojów bywa różnie. Bardzo dobrym przykładem jest font Brygada, który powstał na bazie kroju pisma z około 1928 roku, zaprojektowanego przez Adama Półtawskiego. Współczesne zainteresowanie Brygadą nie ograniczyło się wyłącznie do jego przerysowania, lecz skończyło się stworzeniem pełnowartościowego fontu. To jest świetne nawiązanie do tradycji oraz odniesienie się do dziedzictwa i rzeczy zupełnie zapomnianej. Warto także nadmienić, że praca nad Brygadą miała charakter badawczy. Zespół nad

nią pracujący dokonał głębokiej kwerendy, opublikowano kilka artykułów, z czego przynajmniej jeden naukowy, w którym dokładnie opisano historię Brygady. Z drugiej strony powstał font, który jest bardzo dobrze zrobiony, można z nim zwyczajnie pracować, a nie jedynie podziwiać piękne glify.

Pamiętasz ten moment, kiedy odkryłeś, że sfera badawcza i analiza historyczna jest dla ciebie równie ważna i interesująca, jak praca projektowa?

Dość szybko po studiach zaczęło mnie irytować, że nie dysponowałem żadnymi racjonalnymi argumentami, by rozmawiać z klientem na temat projektu. Z jednej strony denerwowałem się, że komuś nie podoba się mój pomysł, ale z drugiej strony to rozumiałem. Czuję się bezradny, że nie potrafię sam przed sobą znaleźć racjonalnych argumentów. Dlatego musiałem się uzbroidź w wiedzę fachową, ponieważ bazowanie wyłącznie na intuicji okazało się ślepy m zautkiem. Wtedy również zrozumiałem, że typografia jest tylko narzędziem, którego celem jest wypracowanie skutecznej odpowiedzi na konkretny problem komunikacyjny – nie formalny, a tym bardziej nie artystyczny. Dla mnie ważna jest sprawczość, skuteczne działanie, dlatego dobry projektant to skuteczny, ale także etyczny i odpowiedzialny projektant.

Poczułeś, że ta wiedza i te badania zapewniają ci przekonujące argumenty? Zobaczyłeś różnicę?

Zdecydowanie. Pierwszą różnicą dostrzegłem w samym sobie. Nagle się okazało, że zmiana punktu widzenia sprawia, że projekt jest lepszy: lepiej przepracowany, a przede wszystkim stanowi lepszą odpowiedź na postawiony problem. Rozmowa z klientem nie miała już charakteru przeciągania liny, a stała się formą wymiany wiedzy i współpracy. Na zastrzeżenia odpowiadałem racjonalnymi argumentami, które klient rozumiał, często także popychał projekt do przodu, nagle bowiem pokazywał mi rzeczy, których – z racji odmiennej profesji – nie zauważałem. Odkąd zacząłem w ten sposób pracować, nie miałem już żadnych problemów we współpracy z klientami, być może poza współpracą z niektórymi instytucjami kultury, dla których odbiorca i skuteczność komunikatu były kwestiami drugorzędnymi. (śmiesz) Chyba właśnie podcinam gałąź, na której siedzę.

Miałam o to zapytać. To chyba mit, że klient komercyjny nie może być znacznie ciekawszym i lepszym partnerem niż instytucja kultury czy jednostka samorządowa, publiczna, w której często cel jest rozmyty i nikt nie przywiązuje aż takiej wagi do wpływu danego projektu.

Zwykle nie bada się wpływu jakiejś naukowej publikacji czy wystawy na zrozumienie zagadnienia, o którym traktuje projekt. Można robić nieomal wszystko i to jest komfortowa dla mecenasów i projektanta sytuacja; pytanie: czy jest równie dobra dla odbiorcy? Śmiem wątpić. Jest to również

bardzo wsobne, hermetyczne, a biorąc pod uwagę, że finanse pokrywające koszty projektu pochodzą ze Skarbu Państwa – nieetyczne. Z kolei klient komercyjny definiuje swój cel i chce osiągnąć bardzo konkretne wskaźniki. Bada także wpływ, sposób oddziaływania. Pisaliśmy o tym z doktor Ewą Repucho w książce *Typografia dla humanistów*. Wystarczy spojrzeć na konkurs Najpiękniejsza Książka Roku. Liczba tytułów, które rokrocznie są zgłaszane w kategorii publikacji naukowych humanistycznych, jest niewielka i czasami trudno jest wybrać przynajmniej poprawne projekty. Z kolei dobrych projektów wśród wydawnictw komercyjnych jest mnóstwo. Podobne zjawisko zauważyłem na konkursach na Słowacji i w Czechach, nie jest to więc tylko polska specyfika.

Porozmawiajmy o badaniach nad czytelnością. Jest wiele takich badań, prowadzonych z jednej strony przez projektantów, typografów, a z drugiej przez psychologów i socjologów. W obu wypadkach widać bardzo różne podejście, inne metody badawcze, a mimo to żadne z nich nie są wystarczające. Postulujesz konieczność takich badań, ale jednocześnie wskazujesz, że projektanci nie korzystają z naukowych, uporządkowanych i klarownych metod. Stawiasz im – tym samym i sobie – ogromne wymagania.

Jeśli mówisz „A”, musisz powiedzieć „B”. Kiedy ktoś mówi, że zaprojektował bardzo czytelny krój albo że zbadał go pod tym kątem, to chcę, żeby pokazał metodologię. I, niestety, gdy później czytasz opisy metodologii, to jest problem. Co ciekawe, od momentu, gdy zacząłem podchodzić bardziej racjonalnie do projektowania, zaskoczyło mnie, o ile więcej konkretnej i przydatnej informacji dla projektanta znalazłem w opracowaniach, których autorami nie byli projektanci. Mało tego, często te badania nie były nawet im poświęcone. Projektanci zwykle robią badania absolutnie niefachowo, trudno to nawet nazwać pracami badawczymi – chociażby tak, jak rozumiemy to w medycynie czy naukach społecznych. Samo hasło „czytelność” jest dla mnie wieloznacznym zagadnieniem, zależnym od wielu zmiennych. Prosty przykład: wystarczy, że weźmiemy krój pisma, który uważamy za czytelny (o dobrze rozpoznawalnych glifach), złożymy nim tekst w tym samym stopniu pisma, a następnie wykonamy kilka wersji kolorystycznych, powiedzmy: czarny tekst na białym tle, zielony na czerwonym, szary na czarnym. Zobaczmy wtedy, że czytelność tego samego kroju pisma ze stałą wielkością będzie różna w zależności od relacji kolorystycznej tła i tekstu, a to tylko jedna zmienna.

Takich zmiennych mamy wiele: rodzaj tekstu, sposób pisania, medium, typ odbioru.

Dlatego należy badać czytelność kroju tylko w konkretnych warunkach, biorąc pod uwagę powyższe zmienne, między innymi te, które wymieniałś. Czym innym jest rozpoznawalność glifów [*legibility*], a czym innym tåtwość i komfort przyswajania tekstu [*readability*]. Najwyraźniej wiele osób wciąż myli te pojęcia, nie tylko w Polsce. Polskiemu czytelnikowi terminy *legibility* i *readability* zostały dawno wyjaśnione przez Jacka Mrowczyka w jego *Niewielkim słowniku typograficznym*. Dla mnie dobrze rozróżnialne znaki literowe to nie jedyny, ale zaledwie jeden z warunków gwarantujących czytelność komunikatu typograficznego. Nie chcę tworzyć spiskowej teorii, ale można pomyśleć, że ta – tworzona przez projektantów fontów – narracja o czytelności skoncentrowana wyłącznie na kształcie glifów jest działaniem nieprzypadkowym i zorientowanym na rezultaty komercyjne. Tymczasem Miles Tinker już w latach trzydziestych XX wieku określał czytelność jako jakość zrozumienia tekstu w czasie. Zgadzam się z nim całkowicie. „Czytelne” nie oznacza tego, jak szybko przeczytam tekst czy rozróżnię poszczególne litery. Przyjęcie, interpretacja i zrozumienie tekstu – to jest dla mnie czytelność, dlatego badajmy czytelność konkretnego tekstu ujętego w konkretną formę, przeznaczoną dla konkretnego odbiorcy, z uwzględnieniem celu lektury, jego motywacji, emocji oraz warunków użycia (miejsca, oświetlenia i pozycji, w której czyta), a nie jedynie rozpoznawalność znaków literowych.

Zastanawiam się, czy jeśli oczekujemy aż tak mocno pogłębianych badań u projektantów, to czy czasem nie sprawimy, że utkną w tym świecie? Jak to wyważyć?

Nie znam odpowiedzi, nie mam także pomysłu, w jaki sposób powinna być prowadzona ta metodologia badawcza w wypadku projektowania krojów. Użyteczność jest kwestią podstawową, ale nigdy nie będzie gwarancji stu-procentowej skuteczności badania projektu kroju, ponieważ istnieje wiele dodatkowych elementów determinujących jakość czytelności – o czym już rozmawialiśmy. Trzeba jednak minimalizować margines niepewności. Mogę mieć twarde argumenty przy tworzeniu określonej publikacji co do jej skuteczności, ale wszystko zależy od odbiorców, ich specyfiki. To właśnie opracowania badawcze na temat czytelności, percepcji i procesów poznawczych, których autorami nie byli projektanci, zwróciły moją uwagę na ogromną zmienność warunków użytkowych: kto czyta, co czyta, gdzie czyta, w jakich okolicznościach, w jakiej pozycji, jaka to jest treść. Nie zapominajmy także o emocjach, o których w dizajnie powiedziano bardzo dużo, ale głównie z punktu widzenia projektowania produktu czy reklamy. A przecież emocje również wpływają na czytelność, o czym prawie w ogóle się nie mówi.

Można także uczynić komunikat czytelny przez jego unieczystnienie.

Właśnie i jest to najlepszy dowód na to, że czytelność to nie zawsze jest to, o czym potocznie i w dużym uproszczeniu myślimy. Logotyp kanadyjskich linii lotniczych jest tego ciekawym przykładem. W kraju, w którym mamy dwujęzyczność – urzędowe języki angielski i francuski – pojawił się problem w zapisie nazwy: „Canadian” czy „Canadien”, ponieważ zarówno frankofoni z Quebecu, jak i anglojęzyczni Kanadyjczycy nie chcieli odpuścić. Wobec tego autorzy znaku użyli graficznego elementu, który wstawili w miejsce kontrowersyjnego znaku „a” lub „e” abstrakcyjną formę. Dzięki znanemu zjawisku dookreślenia każdy odczytuje logotyp jak chce: CanadiAn lub CanadiEn. To jest przykład, że czytelność może być również uzyskana przez pozorne unieczystnienie.

Z drugiej strony, gdy myślę o świecie dizajnu, w którym wszystko jest zbadane, opracowane, przeanalizowane i później zaprojektowane, przychodzi mi do głowy, że może to byłby świat bez przypadku i niezaplanowanych zjawisk projektowych. Może nie byłoby wtedy Solidarycy.

Oczywiście, zawsze będą powstawać rzeczy poza w pełni zaplanowanym i przeanalizowanym procesem projektowym, ale z definicji nasza rola nie może polegać na takim działaniu. Z tak zwaną Solidarycą, a konkretnie z powstaniem stylu pisma opartego na logotypie Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność” Jerzego Janiszewskiego, sytuacja była odmienna. Wydaje mi się, że jest to przykład tego, że dobrze pewne rzeczy planować. Naturalnie było to niezaplanowane w tym sensie, w jakim myślimy teraz o identyfikacji między innymi nowych ruchów politycznych. To jednak nie był znak arbitralny. Jerzy Janiszewski oparł się na faktach, całość była dobrze przemyślana i doskonale projektowo przygotowana. Wykorzystał hasło, które pojawiało się w związku z protestem stoczniovców, oraz język wizualny wywodzący się z malowanych pędzlami na murach hasła, a także pomyślał o kwestii tåtwości powielania znaku. Oczywiście jest w tym także element przypadkowości – potoczenia się spraw społeczno-politycznych w taki, a nie inny sposób. Znak zaczął być używany również dlatego, że sama organizacja została zdelegalizowana, a ludzie potrzebowali czegoś, co ich połączy, będzie identyfikować ich idee i opór. Potrzebowali języka wizualnego, dzięki któremu będzie można odróżniać społeczne i polityczne postulaty demokratycznej opozycji od komunikatów reżimowych. Chociaż mnie najbardziej fascynuje to, że znak „Solidarności” oraz konwencja wizualna oparta na stylu pisma, kolorystyce i symbolu flagi połączonej z literą w znaku „Solidarność” przez trzydzieści dziewięć lat wciąż funkcjonuje. Mamy trzecie pokolenie, które go rozpoznaje i konotuje pewne wartości. Podoba mi się również postawa Jerzego Janiszewskiego. Określał siebie jako

młodego grafika, który chciał wnieść swój wkład w to, co się działo. Zrobił, co mógł. To jest bardzo projektowe podejście, przecież ten projektant dostrzegł swoją rolę. Tim Brown powiedział, że należy projektować rzeczy ważne. Chciałbym się skoncentrować wyłącznie na projektowaniu rzeczy czy usług, które wnoszą realne i oczekiwane zmiany. Nie chodzi o nazwisko, które ma przejść do historii, tylko po prostu o realizację misji, która jest przypisana do profesji projektanta.

Uczysz studentów o takiej postawie projektowej?

Absolutnie. Studenci muszą mieć świadomość, że wszystko, co zrobią jako projektanci – chcąc nie chcąc – generuje skutek. Oczekiwany lub – co gorsza – nieoczekiwany. Każda nasza decyzja projektowa coś generuje. Moim zadaniem jako wykładowcy jest uświadomienie tego faktu, również w wymiarze etyki.

Nauczenie przyszłych projektantów świadomego podejmowania decyzji oraz brania za nie pełnej odpowiedzialności jest obowiązkowe.

Miałeś taką świadomość, gdy zaczęteś pracować jako projektant?

Nie, zupełnie nie. Po studiach to we mnie wzrastało. Andrzej Pawłowski powiedział, że projekt jest planowany przez projektanta, ale zrealizowany przez społeczeństwo, dlatego projektowanie jest działalnością społeczną. To jest bardzo prawdziwe i mocne zdanie. Chciałbym wiedzieć, jaka jest moja siła sprawcza jako projektanta, w jakim stopniu to, co robię, odnosi oczekiwany skutek i w jaki sposób mogę pozytywnie wpłynąć na funkcjonowanie i życie ludzi. Każdy projektant musi sam pilnować tych wartości, ponieważ nie każdy klient będzie na to zwracał uwagę. Zdarzało się na obronach dyplomów, że dałem najniższą ocenę z powodu skandalicznej postawy etycznej. Dyplom magisterski to nie tylko sprawdzian zawodowy (nie oceniam wyłącznie kwestii technicznych), ale także egzamin dojrzałości projektanta, który będzie miał wpływ na rzeczywistość. Kwestia umiejętności, znajomości oprogramowania, wiedza czysto techniczna, znajomość zasad związanych z czytelnością, percepcją – to nie są jedyne obszary wiedzy, które student powinien wynieść z uczelni. Równie ważne są kwestie empatii i poczucia odpowiedzialności społecznej.

Jakie obszary projektowe cię teraz interesują?

Nadal interesuje mnie projektowanie publikacji naukowych, ale nie ograniczam się do żadnego medium czy konkretnej dyscypliny projektowej. Interesuje mnie, w jaki sposób projektanci komunikacji wizualnej mogą skutecznie wdrażać idee zrównoważonego rozwoju, a także w jaki sposób weryfikować jakość pracy projektanta. Taka moja *idée fixe*. Ponadto chcę wydać publikację ze wszystkimi tekstami naukowymi, które napisałem w ostatnich latach i które były publikowane w ważnych periodykach naukowych, ale, niestety, dość niszowych. Będę również współautorem

książki, do której zaprosił mnie tuż przed śmiercią profesor Krzysztof Lenk. To będzie publikacja poświęcona jego programowi kształcenia o typografii w Stanach Zjednoczonych na prestiżowej uczelni Rhode Island School of Design w Providence, gdzie przepracował blisko trzydzieści lat. Moim zadaniem i celem jest odniesienie się do tych zagadnień, o których profesor uczył z punktu widzenia historii dizajnu, dydaktyki, przede wszystkim jednak wskazanie ich współczesnych uwarunkowań. Mam tu na myśli uczenie przez Krzysztofa Lenka uniwersalnych zagadnień z obszaru komunikacji wizualnej, które nie tracą na aktualności niezależnie od medium i rodzaju komunikatu typograficznego. Równoległe prowadzę także projekt badawczy z socjologką doktor Karoliną Wojtasik, poświęcony fenomenowi czasopism wydawanych przez salafickie organizacje terrorystyczne. Niesamowite jest to, jak one są bardzo dobrze zaprojektowane i – niestety – skuteczne. Zajmuje mnie ponadto jeszcze jeden temat związany z projektowaniem ważnych według mnie rzeczy. Dotyczy to komunikacji publicznej na terenie aglomeracji górnośląskiej. Ze względu na specyfikę obszaru jest to bardzo trudne zadanie. Projekt wspólnie realizujemy z Justyną Szklarczyk-Lauer, projektantką informacji wizualnej i wykładowczynią tej dziedziny na naszej uczelni. Mam nadzieję, że będzie wdrożony. Tylko potrzebuję drugiego życia, żeby zrealizować to wszystko, co sobie zaplanowałem.

Tomasz Bierkowski

Projektant, badacz, edukator. Absolwent Wydziału Projektowego Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach, gdzie wykłada i jest kierownikiem Pracowni Typografii. Współpracuje z Akademią Sztuk Pięknych w Bratystawie oraz z firmą brandingową Admind w Krakowie. Jako projektant zajmuje się publikacjami, szczególnie naukowymi i popularnonaukowymi, systemami identyfikacji i informacji wizualnej. Jest autorem artykułów i książek poświęconych projektowaniu.

Doskonalenie nie jest pozbawione frustracji, ale jest tego warte

Rozmowa z Viktoriyą Grabowską

Na wywiad umówiliśmy się w jej mieszkaniu, które mieści się w niewielkiej miejscowości pod Poznaniem, w nowo wybudowanym osiedlu. Jeszcze w ciągu przeglądałam nieprzeczytane wcześniej informacje o projektantce, ale uświadomiłam sobie, że niekoniecznie interesuje mnie to, co jest nieustannie powtarzane. Chociaż jej projekt rodziny krojów Maria Theresia jest fascynujący, bardziej zastanawia mnie sposób jej myślenia i pracy, a także to, jak fakt wychowania się w cyrylicy ma wpływ na jej postrzeganie otaczającego świata z dominującą łacinką. Ciekawi mnie, jak się zmienia i dojrzewa jej postawa jako projektantki. Siadamy przy dużym stole w pokoju, który jest jednocześnie kuchnią, salonem i pokojem do pracy. Jest cicho i spokojnie, typowa atmosfera podmiejskich przestrzeni.

Beata Bartecka: Od dzieciństwa miałaś do czynienia z dwoma systemami pisma: cyrylicą i alfabetem łaćńskim. Czy myślisz, że to wpłynęło na ciebie?

Viktoriya Grabowska: To jest dobre pytanie. Największym wyzwaniem była dla mnie nauka języków angielskiego i polskiego. Jeśli chodzi o samo pismo, to moje otoczenie było przyzwyczajone do dwóch systemów, wchłanialiśmy je chyba naturalnie. Na obszarze, na którym jest używana cyrylica, wiele osób – chociażby ze względów ekonomicznych – potrafi czytać pismo łaćńskie. Kiedy pojawiły się telefony komórkowe, na początku nie było możliwości używania na nich cyrylicy, wszyscy więc pisali esemesy w swoim języku, ale łaćńką. Jeśli chodzi o to, w jakim języku myślę dziś, to jest w tym pewna płynność. Zależy to także od tego, w jakim środowisku akurat przebywam.

Pociągał cię alfabet łaćński, kiedy byłaś dzieckiem?

Na pewno byłam bardziej ugruntowana w cyrylicy, moim pierwszym systemie pisma. Kraje postsowieckie na przelocie lat dziewięćdziesiątych i pierwszej dekady XXI wieku zachłystnęły się kulturą Zachodu. Pojawiło się wiele nowych idei, zjawisk, produktów, również słów. A łaćńka stała się symbolem tej fascynacji. Kiedy już w trakcie studiów robiłam dużo zdjęć liternictwa w przestrzeni publicznej, zaciekawiło mnie, że większość tagów i graffiti na Krymie była wykonana łaćńką. Może to wynika z samej kultury graffiti, ale może także łaćńka wydawała się trochę bardziej cool? Cyrylica i łaćńka są o tyle podobne, że proces pisania i czytania opiera się na dokładnie takiej samej logice. A historycznie i politycznie łączyły je interakcje i wpływy. Na skutek prozachodniej polityki Piotra I i jego reformy cyrylicy część znaków zaczęła wyglądać podobnie jak łaćńka. Z kolei później w carskiej Rosji był taki pomysł, żeby język polski przełożyć na cyrylicę, pojawiły się nawet podręczniki. Co ciekawe, technicznie to się nawet dosyć ładnie przekładało, ale wtedy zniknęłyby wszystkie znaki diakrytyczne.

Które ty jako projektantka krojów wykonujesz.

Tak, bez nich się nie da. Ale cyrylicą także dużo się zajmuję. Projektuję ją w swoich krojach, a często opracowuję ją do istniejących krojów, zazwyczaj takich, które mają już łaćńkę, we współpracy z ich autorami. Czasem również projektanci konsultują ze mną cyrylicę, którą rysują sami.

Lubisz to robić?

Znajduję w tym dużą przyjemność. Cyrylica jest moim pierwszym systemem pisma i jest bliska mojemu sercu. Poza tym takie projekty otwierają mnie na zupełnie różne rodzaje krojów, na źródła ich powstania. Za każdym razem zabierają mnie w inne obszary.

Pracując nad nimi, otwierasz się na inną estetykę, inną wrażliwość.

Estetyka jest częścią tego, ale są to także różne podejścia, drogi myślenia, metody pracy. To są rzeczy ważne do poznania w momencie, kiedy się razem pracuje. Z drugiej strony po prostu ciekawi mnie, jak pracują inne osoby i co kształtuje ich projekty. Często są to bardzo odmienne sposoby pracy od mojego – tym lepiej, ponieważ zawsze skłaniają mnie do refleksji. Na przykład bardzo ciekawa była dla mnie współpraca ze studium NORM, którego założyciele najpierw tworzą narzędzie, pewien system, a dopiero na jego bazie powstaje projekt. Można chyba nawet powiedzieć, że narzędzie współtworzy taki projekt. Rezultat powstaje na zdefiniowanych zasadach, dlatego działa i wygląda tak, a nie inaczej. Zdarza się, że idea stawia pewne ograniczenia, swoje możliwości i limity ma również technologia. To skłania do refleksji na temat określania warunków i narzędzi oraz tego, w jaki sposób oddziałują na projekt. Podczas współpracy ważny jest dla mnie nie tylko wynik, ale także ciągła wymiana intelektualna. Postrzegam współpracę jako nieustający proces edukacyjny dla obu stron.

Opowiedz pokrótce, jak wyglądała twoja droga zawodowa. Czym zajmowałaś się na początku? A na jakim teraz jesteś etapie?

Ukończyłam projektowanie graficzne na Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu [dziś Uniwersytet Artystyczny]. W trakcie studiów trafiłam do Pracowni Projektowania Litery i zanim się zdążyłam zorientować, pochłonęło mnie to. Zrobiłam w tej pracowni dyplom. Tak się złożyło, że na obronie prowadzący pracownię profesor Krzysztof Kochnowicz zaproponował mi, żebym została tam jako asystentka. Zastanowiłam się przez trzy sekundy i się zgodziłam. Od tamtej pory pracujemy razem. Po studiach zajmowałam się szeroko pojętym projektowaniem graficznym, ale cały czas ciągnęło mnie do liter. Kiedy mogłam, siadałam do nich, dołączałam liternictwo do projektów, którymi się zajmowałam, albo rysowałam „do szuflady”. Wówczas w najśmielszych marzeniach nie wyobrażałam sobie tego jako zawodu. W Polsce powstawały pierwsze kroje korporacyjne, obserwowałam je z zachwytem, ale takich zleceń było bardzo mało. Wtedy wielu projektantów podkreślało, że kroje pisma mogą być jednym z wielu obszarów, którymi się zajmujesz, że nie sposób tylko z tego się utrzymać. Od kilku lat właściwie prawie wszystkie projekty, w które jestem zaangażowana, dotyczą tej dziedziny. Widzę również, ile świetnych rzeczy powstaje w Polsce: nowe kroje, dużo liternictwa, projekty edukacyjne. Część jest tworzona przez absolwentów naszej pracowni. To jest budujące, że projektanci znajdują rynek, a dziedzina się rozwija.

Pamiętasz swoje pierwsze zlecenie związane z projektowaniem krojów?

Oczywiście, to było około 2011 roku. Powstawało wtedy Google Fonts, czyli internetowa platforma publikująca kroje pisma na otwartej licencji, udostępniająca je użytkownikom nieodpłatnie. Chociaż projektanci dostawali wynagrodzenie za swoją pracę. Pojechałam na warsztaty „Ala ma font(a)” do Katowic i tam jednemu z wykładowców pokazałam swoje kroje. Liczyłam na komentarz, uwagi. Ten jednak powiedział, że otwiera swoją wytwórnię i chce je opublikować na Google Fonts. Wtedy jeszcze bardzo słabo mówiłam po angielsku, musiałam go zapytać kilka razy, czy dobrze zrozumiałam. (Śmiech) To był Eben Sorkin. Tak rozpoczęła się nasza współpraca, którą kontynuujemy od tamtej pory.

Pracowałaś także z Darden Studio.

Joshua Darden jest jednym z moich bohaterów projektowych. Rzeczywiście, dużo pracy w ostatnich latach wykonałam dla jego wytwórni. Wcześniej, niedługo po studiach, zaczęłam konsultować cyrylicę dla NORM, później pracować dla szwajcarskiej wytwórni Lineto, teraz również współpracujemy.

Opowiedz mi, proszę, więcej o własnych krojach. Jakie kierunki cię interesują, kiedy projektujesz dla siebie, gdy te potrzeby wychodzą z twojego wnętrza?

To zależy od projektu, ale za każdym razem interesuje mnie pewnego rodzaju badanie. Może to dotyczyć samej formy litery. Czasami badam granice czytelności, innym razem granice między konwencjami albo przedziałami w klasyfikacji pisma. Ale sporo też analizuję przez pryzmat funkcji, przeznaczenia kroju. Takim krojem jest Maria Theresia, jest on potrzebny do konkretnego zadania i to zadanie bardzo mocno definiuje projekt.

Opisujesz teraz dwa bardzo różne procesy.

W tym pierwszym procesie forma litery jest czymś bardzo otwartym. To ją definiuję na własnych zasadach lub na takich, jakie podpowiada projekt. Z kolei w drugim procesie te rzeczy są do pewnego momentu bardzo określone. Są czynniki, którym trzeba sprostać, i są zadania, na które trzeba odpowiedzieć. W jednym i drugim wypadku są elementy wspólne, ale część procesu wygląda zupełnie inaczej. Zauważyłam, że coraz bardziej zaczynam doceniać taką różnorodność w działaniu. Znajduję przyjemność w bardzo różnych projektach.

Zastanawiam się, czy w tym pierwszym procesie nie ma czasem więcej aspektu związanego z ego, pewnego rodzaju próżnością projektowania.

Z kolei w drugim procesie jest znacznie więcej pokory.

Ciekawe, w jaki sposób o tym mówisz. Wydaje mi się, że projektowanie krojów jest działaniem, w którym tego ego ogólnie jest mniej. Jest wiele funkcji i ograniczeń technicznych, ale od pewnego etapu jest dużo bardzo

dokładnej, precyzyjnej pracy. Na początku nauki jest również całkiem sporo frustracji, kiedy szlifuje się formę i uczy się tworzenia pewnego systemu. Trzeba wtedy zmierzyć się ze sobą, skonfrontować wizję z wymogami, umiejętnościami, kwestiami technicznymi. Z czasem zdobywa się więcej doświadczenia, ma się lepiej opracowany warsztat, także niby jest trochę lżej, ale wtedy już pojawiają się nowe wyzwania, projekty rosną. Jest to dość długi proces, chyba nie jest on zbyt *ego-friendly*. Myślę, że po prostu trzeba to lubić, i to, czy się chce tym zajmować, po części zależy od osobowości. Pamiętam, że kiedy projektowałam moje pierwsze litery na studiach, zafascynowało mnie to, że konstruuje się rzeczy zupełnie od początku, z niczego. Jest to rodzaj obcowania z formą na tak podstawowym poziomie, którego nie odnalazłam w żadnym innym działaniu w projektowaniu graficznym. To jest kreowanie atomu, który dołącza do projektu graficznego i go współtworzy.

Projektowany przez ciebie krój pisma Maria Theresia ma służyć jako dotykowy alfabet w edukacji niewidomych. Opowiadałaś o nim przy okazji wystąpień w ramach Typo 2017 w Berlinie czy Wrocław Type Forum w 2018 roku. Na jakim etapie tworzenia tego kroju teraz jesteś?

Pracuję nad nim od dłuższego czasu. Jako projekt realizowany z własnej inicjatywy nie ma on sztywnej struktury i wytycznych czasowych. Na pewno minusem jest to, że czasami bardzo spowalnia moje tempo pracy nad tym krojem, bo jednak mam również wiele innych projektów. Dużym plusem zaś jest to, że Maria Theresia bardzo dojrzała przez ten czas. Na początku pracy miałam zupełnie inną świadomość, inną wiedzę. Gdybym miała na ten krój tylko pół roku, to na pewno nie spełniałby on swojej funkcji. Cały czas nad nim pracuję, dużo w nim zmieniam, ale dochodzę do takiego momentu – i nie chcę zdradzać za dużo – gdy stoję przed pewnego rodzaju ustrukturyzowaniem, zamykaniem pewnych etapów. Muszę zgłębić pewne kwestie, ale niektóre już domykam.

Bardzo mnie interesuje, jak postrzegasz różnicę, kiedy projektujesz komercyjnie, a kiedy robisz taki projekt jak Maria Theresia: długofalowy, bardziej społeczny, nawet w pewien sposób bardziej osobisty. Czy to ci daje więcej satysfakcji? Czy może tak długa praca jest związana z frustracją?

Doskonalenie każdego projektu nie jest pozbawione frustracji, ale jest tego warte. To jest proces, który bardzo doceniam. Muszę też powiedzieć, że Maria Theresia uświadomiła mi, jak bardzo projektowanie krojów jest zdominowane przez optykę. Większość informacji i doświadczeń, które zebrałam do tej pory w tej dziedzinie, była zdefiniowana przez wizualność, odbiór optyczny. Tutaj musiałam całkowicie zmienić perspektywę. Jest to bardzo

pouczające doświadczenie, a zarazem bardzo zachęcające. Ogólnie projektowanie krojów to dziedzina, w której można w nieskończoność się czegoś uczyć, odkrywać zupełnie nowe aspekty.

Maria Theresia zaangażowała wiele osób, opowiedz, proszę, o tym.

Ten projekt łączy kompetencje różnych osób. Bardzo dużo pomaga mi Marek Jakubowski, który jest nauczycielem i ekspertem w dziedzinie projektowania dla niewidomych. Są także inni nauczyciele, którzy szeroko konsultowali projekt. I oczywiście osoby niewidome, które go testują. To ich uwagi są najważniejsze. W procesie tworzenia kroju Maria Theresia czytelnik jest także współpracownikiem, współtworzy go. Każda ze wspomnianych grup i osób wnosi swoją perspektywę. Powstanie kroju Maria Theresia byłoby niemożliwe bez tego wsparcia, projekt nie miałby sensu. Utworzenie takiego grona współpracowników również było czasochłonne. Nie chodzi tylko o to, by coś zaplanować i zrealizować, ważne jest, żeby poznać ludzi, spotkać się i porozmawiać. To właśnie sprawia, że projekt żyje, rozwija się i kształtuje.

Jaki jest cel projektowania nowych krojów?

Maria Theresia może być jedną z odpowiedzi na to pytanie: jest konkretna potrzeba, która nie została zaspokojona. Jest pewna funkcja, której ten krój będzie służył. Takich potrzeb i projektów można znaleźć wiele albo one nas mogą znaleźć. Projektowanie nowych krojów to również element partycypowania w kulturze. Ten aspekt także bardzo lubię w mojej pracy: interakcja z tekstem. To, w jaki sposób krój rezonuje z przekazem, w jaki sposób nadaje intonację komunikatom oraz jak docierają one do użytkownika. Projektując krój, nie mam kontroli nad tym, do jakiego komunikatu zostanie ostatecznie użyty, ale wiem, że w pewnym stopniu będzie uczestniczył i pośredniczył w jego odbiorze.

Nowe kroje to również nawiązywanie do tradycji, historii typograficznej.

Powstaje wiele rewitalizacji, rekonstrukcji lub interpretacji starych krojów pisma. Czasem są to próby przetworzenia kroju obecnego w kulturze i towarzyszącego nam od dłuższego czasu przez pryzmat doświadczeń projektanta – wrażliwości, warsztatu, umiejętności. Ale wiele takich działań jest inspirowanych również rozwojem technologii i potrzeb zastosowania. Bardzo często powstaje nowa rzecz, która wyrasta ze starego kroju, ale funkcjonuje już w zupełnie innych warunkach i może realizować nowe zadania.

Czy czujesz się doceniona jako projektantka krojów pisma?

(śmiej)

Zapytałam, ponieważ wiedza o typografii i znajomość typografów nie jest właściwie powszechna. Docenienie i zrozumienie przychodzą raczej od innych typografów i projektantów graficznych.

Tak, ale mnie to nie boli. Myślę, że świadomość roli krojów pisma i istnienia osób, które je tworzą, i tak wzrosła w ostatnich kilku latach. Cieszę się, kiedy krój komuś służy, ale raczej się nie zastanawiam, jak bardzo jestem przez to rozpoznawalna. Projektanci krojów nie są przyzwyczajeni do sławy, chociaż czasami ktoś staje się bardziej znany, rozpoznawalny poza środowiskiem.

Zastanawiam się jeszcze, czy interesuje cię praca nad innymi systemami pisma niż te, które znasz: cyrylicą i alfabetem łacińskim.

Jakiś czas temu razem z Joaną Correią i Ebenem Sorkinem zaprojektowaliśmy krój z dewanagari. To był dla mnie bardzo ciekawy projekt. Joana ma większe doświadczenie z tym systemem pisma, ale oprócz tego mieliśmy konsultantów rodzimych. Dla mnie było to pierwsze zderzenie się z nowym skrytem. Ale szczerze, teraz, z perspektywy czasu, ciężko mi jest odpowiedzieć na to pytanie.

Dlaczego?

To jest naprawdę trudne. Na pewno jestem bardzo zainteresowana takimi doświadczeniami, ale mam również świadomość, jak bardzo jest to skomplikowane. Pracuję nad cyrylicą i widzę, jak czasami z pozoru drobne detale decydują o tym, czy projekt jest użyteczny dla odbiorców z kręgu kulturowego tego pisma, czy trafia w zamierzoną funkcję i estetykę. Nie będąc użytkownikiem pisma, jest o wiele trudniej to dostrzec. Oczywiście to absolutnie nie przekreśla projektantów spoza kręgu kulturowego pisma, można wielu rzeczy się nauczyć, wymaga to jednak czasu i sporego wysiłku. Dlatego gdy mam odpowiedzieć na twoje pytanie, to rozgrywa się we mnie wewnętrzna walka. Z jednej strony każdy system pisma przynosi ze sobą swoją tradycję, swoje piękno, które chce się zgłębić. Patrząc jednak na to z punktu widzenia projektowania i używania krojów, myślę, że aby to zrobić naprawdę dobrze, to wymaga ogromnego wkładu, nauki i konsultacji z projektantami rodzimymi.

Podejrzewam, że po studiach na to pytanie odpowiedziałabyś z lekkością: tak, oczywiście!

Na pewno! Teraz myślę, że wiele zadań jest sens realizować po prostu z kimś, kto to dobrze potrafi. To absolutnie nie zamyka mnie na to, by kiedykolwiek wziąć się za inny skrypt, ale i tak chciałabym mieć konsultację eksperta. Nikt nie zna wszystkiego, tego typu projekty zachęcają do współpracy, tworzenia zespołów składających się z ludzi, którzy się specjalizują w różnych aspektach. Współpraca często przynosi lepsze rezultaty, bardziej

przydatne, przemyślane, zbadane. Sama specyfikacja krojów dziś jest taka, że i prototypy, i finalne produkty są cyfrowe. Wielu projektantów pracuje na odległość, a wiele dyskusji toczy się w sieci i uczestniczą w nich ludzie z całego świata. Współdzielenie kompetencji i wymienianie się doświadczeniami jest bardzo istotne, ale także łatwe jak nigdy wcześniej. Korzystają na tym i kroje, i ludzie.

Viktoriya Grabowska

Pochodząca z Ukrainy i mieszkająca w Polsce niezależna projektantka krojów. Bierze udział w różnych przedsięwzięciach branżowych – od projektowania krojów po zadania badawcze. Jej projekty często uwzględniają pismo tacińskie i cyryliczne. Współpracuje również z innymi projektantami i domami typograficznymi, takimi jak Cornel Windlin, Lineto, Darden Studio, NORM (Dimitri Bruni & Manuel Krebs), Studio Aurèle Sack, Rosetta Type Foundry czy Sorkin Type Co. Viktoriya Grabowska wykłada projektowanie krojów pisma na poznańskim Uniwersytecie Artystycznym oraz w School of Form.

W świecie krojów z przetomu wieków

Rozmowa z Danem Reynoldsem

Po wykładzie Dana w ramach Wrocław Type Forum 2018 natychmiast zafascynowałam się jego pracą badawczą. Te prawie detektywistyczne poszukiwania pokazały mi jego potężną wiedzę historyczną nie tylko o projektowaniu, ale także o warunkach i procesach panujących w drukarniach na przełomie XIX i XX wieku. Umówiliśmy się na godzinną rozmowę, lecz tempo, w jakim się wypowiadał, oraz bezlik informacji sprawiły, że szybko uświadomiłam sobie, że to będzie bardzo intensywny wywiad. Jednocześnie czułam ogromną swobodę Dana w opowiadaniu, przede wszystkim zaś pasję – niezależnie od tego, czy odnosił się do historii, czy do własnych projektów.

Beata Bartecka: Chciałabym porozmawiać o twojej fascynacji typografią niemiecką przelomu XIX i XX wieku. Jakie są jej źródła?

Dan Reynolds: Dobre pytanie! Nie mam konkretnej odpowiedzi. Nie jestem Niemcem, ale mieszkam w Niemczech przez prawie dwadzieścia lat. Prawdopodobnie patrzę na niemiecką typografię i historię druku nieco inaczej niż przeciętny niemiecki projektant, ponieważ nie dorastałem w tym samym świecie, otoczony od dziecka tymi samymi krojami pisma, co rodowici mieszkańcy. Kiedy przeprowadziłem się do Niemiec, zamieszkałem w miejscu bogatym w historię, jeśli chodzi o druk – w regionie Frankfurt/Ren-Men, gdzie znajdują się takie miasta jak Darmstadt, Frankfurt, Moguncja i Offenbach. Tamtejsze muzea mają wspaniałe zbiory, zwłaszcza Muzeum Sztuki Drukarskiej im. Gutenberga w Moguncji, ale biblioteki także mogą pochwalić się kolekcjami typograficznymi. Studiowałem przez krótki czas w Hochschule für Gestaltung w Offenbachu [Uniwersytet Sztuki i Projektowania], która leży blisko Muzeum Klingspor. Zrealizowaliśmy tam kilka projektów. W ten sposób natknąłem się na historyczny wymiar niemieckiej typografii i druku. Później rozpocząłem pracę dla Linotype, przedsiębiorstwa o studwudziestoletniej historii, które kupiło wiele starszych niemieckich domów typograficznych. W firmie panował klimat świadomości historii, poza tym mieliśmy bogate archiwum w piwnicy. Przez pierwsze kilka lat studiów i pracy w Niemczech nie zajmowałem się jedynie historyczną tematyką, ale ten temat zawsze był na wyciągnięcie ręki.

Jak wybrałeś temat swojego doktoratu?

Wiedziałem, że chcę się zająć czymś związanym z historią. Na temat projektowania krojów w okresie od lat dwudziestych do lat czterdziestych XX wieku przeprowadzono już sporo badań, musiałem więc wybrać jakiś temat, w którym było coś jeszcze do zrobienia. Dlatego większość z ostatnich ośmiu lat spędziłem nad projektami z dekad przed pierwszą wojną światową. Wielu projektantów aktywnych w międzywojniu rozpoczęło swoje kariery wcześniej, nawet około 1900 roku, wydaje się jednak, że stan wiedzy o tamtych czasach wykazuje spore braki – nie tyle pod względem typografii, druku i projektowania książek, ile w zakresie projektowania krojów pisma i produkcji czcionek. Nie musiałem zaczynać całkiem od zera, ponieważ miałem pewną wiedzę o niektórych projektantach aktywnych przed pierwszą wojną światową. O niektórych domach typograficznych z tamtej epoki dowiedziałem się ze szkoły lub w Linotype. Podsumowując – nie wybrałem mojego tematu ze względu na jakieś wyjątkowe przywiązanie do projektowania z przelomu XIX i XX wieku, choć oczywiście je lubię.

Twoje badania skupiają się na historii europejskiej – dlaczego?

Wybieram tematy badawcze również ze względu na dostępność źródeł. Chodzi mi o to, że skoro mieszkam w Europie, to więcej sensu ma badanie historii europejskiej niż amerykańskiej, choć urodziłem się w Stanach Zjednoczonych. Kiedy bada się projektowanie graficzne – dotyczy to nawet projektów z lat osiemdziesiątych XX wieku – konieczne jest zobaczenie oryginalnych obiektów na własne oczy. Reprodukcje zmieniają zbyt wiele. Podam przykład. Kiedy byłem studentem, czytałem *Graphic Design: A Concise History* Richarda Hollisa. Reprodukcje są tam bardzo małe. Nie można sobie wyobrazić rozmiarów oryginalnego plakatu na podstawie małej reprodukcji jakiegoś znanego projektu. Oczywiście w książkach często są podane wymiary, ale nie jestem w stanie zwizualizować sobie czegoś, wykorzystując jedynie matematykę. Pamiętam plakat braci Beggarstaffów. To byli ilustratorzy z lat dziewięćdziesiątych XIX wieku, którzy projektowali proste plakaty z jednolitymi kolorami i abstrakcją. Miałem w głowie obraz jednego z ich słynnych plakatów, który zobaczyłem w książce. Pewnego dnia poszedłem na wystawę plakatu i zobaczyłem go na żywo. Musiał być wysoki chyba na cztery metry! (śmiech) Nie miałem pojęcia, że był tak duży, wielkości billboardu. Myślę, że kontakt z prawdziwymi obiektami jest ważny, dlatego wolę szukać w bibliotekach i archiwach.

Jak sądzisz, czy twoje badania pomagają ci w projektowaniu? A może багаż historii i tradycji jest raczej obciążeniem?

Czasami pomaga, ale nie powiedziałbym, że to konieczność. Wiele nowych, dobrych krojów pisma powstaje bez specjalnych badań historycznych. Do pewnego stopnia wszystkie projekty mają historyczne umocowanie, ponieważ alfabet taciński w swojej obecnej formie istnieje już od około tysiąca lat i wszyscy przez większość naszego życia czytaliśmy zapisane nim teksty. W ten sposób mimowolnie przyswoiliśmy dużą dawkę wiedzy o historii projektowania, w tym typografii. Oczywiście wpływa to na sposób, w jaki rysujemy litery. W niektórych wypadkach kroje są otwarcie historyzujące. Wracając na chwilę do mojego wykładu we Wrocławiu – krój, o którym mówiłem, Akzidenz-Grotesk, zainspirował wiele innych popularnych krojów pisma przez sto dwadzieścia lat swojego istnienia. Najstynniejszy z nich to prawdopodobnie Helvetica, która ma już ponad sześćdziesiąt lat. Ale wiele nowych projektów nawiązuje do Akzidenz-Grotesk, można znaleźć nowe wariacje na temat tego kroju. Ukazują się kilka razy do roku.

Myślisz, że twoi klienci doceniają nawiązania historyczne czy pracę badawczą?

Nie wydaje mi się, żeby klienci byli specjalnie świadomi takich rzeczy. To jednak nie problem. Moje badania nie są kierowane do szerokiego odbiorcy.

Jestem świadomy, że moja publiczność to głównie projektanci krojów pisma, typografowie, projektanci książek, historycy druku, szczególnie niemieckiego, i tylko czasami zdarzają się osoby zainteresowane rozwojem prac w niemieckim przemyśle. Nie staram się zadowolić każdego, nie sądzę również, żeby moje badania były przydatne dla każdego.

Czy zauważyłeś rosnące zainteresowanie dziewiętnastowiecznym projektowaniem?

Tak. Kiedy w latach dwudziestych XX wieku i później wyodrębnił się zawód projektanta, osobom wykonującym tę profesję mocno zależało na oddzieleniu się od wszystkiego, co robiono wcześniej. Krytykowali wszystko, co stworzono przed ich pojawieniem się na rynku. Nazywali to bezguściem i kiczem ze względu na nadmierną dekoracyjność albo prymitywizm. Przez długi czas projektanci podzielali tę opinię. Sytuacja ta się zmienia, z wielu powodów. Po pierwsze, minęło sporo czasu od końca XIX wieku, nikt z obecnie żyjących osób nie doświadczył tamtej rzeczywistości, nikt więc nie odczuwa także silnych emocji. Po drugie, od co najmniej dziesięciu lat utrzymuje się tendencja „zrób to sam”, zapewne w reakcji na narzędzia cyfrowe. Coraz więcej osób zajmuje się sitodrukiem czy wypukłodrukiem z użyciem drewnianych czcionek. To stare techniki, myślę więc, że w ruchu DIY daje się zauważyć zainteresowanie drugą połową XIX wieku, czyli okresem, kiedy te właśnie techniki były nowością. To zainteresowanie pociąga za sobą odkrywanie krojów pisma sprzed czasów modernizmu, z lat osiemdziesiątych XIX wieku. Myślę, że możemy się spodziewać fali rewitalizacji sięgających coraz dalej w przeszłość. Oczywiście ten styl nie stanie się zapewne dominujący w projektowaniu graficznym najbliższych kilku lat, ale sądzę, że pojawi się więcej odniesień do XIX wieku niż przez wcześniejsze stulecie.

Czy możesz powiedzieć trochę o zmianie roli typografii i projektowania krojów pisma w ciągu ostatnich stu, stu pięćdziesięciu lat?

To, co nazywamy dzisiaj typografią, to oczywiście czynność, którą praktykowano również trzysta czy czterysta lat temu, ale odpowiedzialne za nią osoby nie były nazywane typografami – raczej drukarzami czy zecerami. Kiedy mniej więcej sto trzydzieści lat temu pojawił się zawód typografa, dotyczył kogoś, kto objaśniał drukarzowi, jak powinien wyglądać druk na stronie, innymi słowy – jak powinien być zaprojektowany. W przeciwieństwie jednak do drukarza czy zecera sprzed trzystu lat, którzy podejmowali te decyzje i wykonywali pracę sami, zawodowy typograf nie składał czy nie drukował strony sam, przynajmniej do czasów projektowania komputerowego, czyli lat osiemdziesiątych XX wieku.

Jak wyglądała taka praca?

W latach osiemdziesiątych XIX wieku do pracownika drukarni mógł przyjść klient i powiedzieć: „Proszę wydrukować ten plakat” albo: „Proszę wydrukować tę książkę”. Klient mógł mieć konkretne życzenie co do ich wyglądu, ale prawdopodobnie nie miał, decyzja należała więc do drukarni. Na kształt projektu mogło wpłynąć wiele czynników – dostępne materiały, wybór czcionek w drukarni, czas na wykonanie pracy.

Czyli w przeszłości praca typografa była bardziej wielowymiarowa.

Tak, ale myślę, że najistotniejsza zmiana, jaka nastąpiła w ostatnim stuleciu w zakresie typografii, sprowadza się do tego, że typograf, czyli ktoś, kto początkowo był osobą *określającą* – przez stworzenie projektu na papierze i przekazanie drukarzom, jak mają go wykonać – stał się kimś odpowiedzialnym za skład i układ strony. Zmiana ta nastąpiła relatywnie niedawno, powiedziałbym, że jakieś trzydzieści, czterdzieści lat temu, głównie za sprawą wprowadzenia narzędzi cyfrowych. Typograf z lat dwudziestych XX wieku niekoniecznie znał się na składzie – mógł składać słowa czcionką, ale nie tak szybko jak zawodowi zecerzy. Między etapami projektu i realizacji pracę wykonywało wielu pośredników, lecz ich zawody zniknęły za sprawą komputerów. Technologie cyfrowe pozbawiły ich pracy. Wyobraź sobie – cały wielki segment tego przemysłu, całe firmy w każdym mieście! Byli przyzwyczajeni do wykonywania tych pośrednich prac, nawet jeszcze w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, a później ich źródło utrzymania po prostu zniknęło. Dla wielu ludzi to była osobista tragedia, nie wiedzieli, co mieli ze sobą zrobić. Niektórzy sami zostali projektantami, część wybrała pracę w innych zawodach. Myślę, że największą zmianą ostatniego stulecia jest fakt, że nie ma już klasy projektantów, którzy sami nie wykonują fizycznych rzeczy. Każdy zaangażowany w projektowanie robi znacznie więcej sam niż sto czy nawet pięćdziesiąt lat temu.

Jak myślisz, jakim torem sprawy potoczą się w przyszłości?

Przyszłość będzie wyglądać tak samo – projektanci będą wykonawcami. Oprogramowanie będzie jednak coraz lepsze, coraz więcej rzeczy ulegnie więc automatyzacji. W dowolnym aspekcie projektowania książek, druku, tworzenia stron i aplikacji internetowych (*web development*), projektowania aplikacji czy jakiegokolwiek „nowej wielkiej rzeczy”, jaka jeszcze pojawi się w przyszłości – powtarzalne kroki zostaną zautomatyzowane. Tym nie będzie się już zajmować człowiek, w wielu wypadkach algorytm będzie wystarczająco dobry. Będzie także coraz więcej współdziałania między projektantami i algorytmami. W przyszłości ścisłe granice między projektowaniem a programowaniem również ulegną zamazaniu.

To może wymagać obszerniejszych badań nad procesami czytania, czytelnością, wizualną stroną czytania.

Oczywiście. Wiele badań już przeprowadzono. To obecnie ważny temat, mocniej związany ze współczesnymi praktykami niż moje badania historyczne. Są całe ośrodki, w których badacze rozwijają studia nad czytelnością. To na pewno się rozwinie, ponieważ to coś niezbędnego dla naszego życia. Będziemy w przyszłości więcej czytać, będziemy więc musieli to robić pręcej.

Wiele badań przeprowadzają także typografowie, ale tu pojawia się problem z metodami badawczymi – eksperymenty są trudne do zweryfikowania czy do powtórzenia. Metodologie powinny się poprawić.

To prawda, ale nie powinno się w tym zakresie osądzać projektantów czy programistów jako niezdolnych do prowadzenia badań naukowych. Wiele badań przeprowadzają psychologowie, którzy nie potrafią projektować. W niektórych wypadkach metodologie mają wady z punktu widzenia projektowania. Na przykład projektant powie, że między czternastopunktowymi krojami Arial i Times New Roman jest różnica wielkości. Myślę, że osoby niebędące projektantami są czytane wizualnie na tyle, żeby zauważyć te różnice – i jest to jeden z powodów, dla których badania nad czytelnością są tak rzadko włączane w pracę projektantów. Myślę, że sytuacja poprawi się w przyszłości.

Proszę, opowiedz mi więcej o swojej pracy projektanta krojów liter, który jednocześnie współpracował wiele z innymi projektantami.

Praca ta odbywała się w różnych okolicznościach, dotyczyła projektowania fontów. Kiedy pracowałem w Linotype, firma została przejęta przez Monotype w 2006 roku. W tamtym czasie współpracowałem blisko z Jovicą Veljovićem i Gerardem Ungerem. Moja praca z każdym z nich wyglądała inaczej. Jovica projektował nową rodzinę krojów mniej więcej co rok i publikowaliśmy je. Kiedy przysyłał nam pliki, wykonywaliśmy drobne prace końcowe przed wydaniem. Z projektowego punktu widzenia to były drobiazgi, ponieważ prace Jovica były tak wysokiej jakości – zarówno technicznie, jak i z punktu widzenia projektowania liter. Stworzyłem kilka funkcji OpenType dla jego projektów, szczególnie pisanek. I to wszystko! Moja praca z Gerardem Ungerem wyglądała całkiem inaczej. Gerard pracował dla firmy Hell, kupionej przez Linotype w 1989 roku. Mniej więcej dziesięć lat temu doszedł do porozumienia z Monotype, na podstawie którego mogliśmy opublikować zaktualizowane wersje krojów, które zaprojektował dla Hell. Gerard wykonał część aktualizacji sam, ale nie chciał poświęcać już swojego czasu pracy na stare kroje. Miał ważniejsze sprawy do zrobienia w jesieni życia. Chętnie jednak wykonał dla nas aktualizacje swoich projektów.

Pracowałeś także dla Google Fonts, dla którego tworzyłeś fonty webowe.

W 2014 roku Google planowało wejść na rynek indyjski ze smartfonami z systemem Android. Żeby przekonać indyjskich klientów do ich zakupu, Google zamierzało uzupełnić braki w treściach w Internecie w językach używanych w Indiach, brakowało jednak fontów webowych w odpowiednich skryptach. Google zdecydował się opublikować te skrypty na potrzeby masowego użytku i zatrudnił w tym celu wiele osób. Miałem wystarczająco dużo doświadczenia z fontami w piśmie dewanagari, żeby się zakwalifikować. Kiedy nastąpił etap projektowania fontów, współpracowałem z Mathieu Réguerem, projektantem krojów pisma z Paryża, z którym studiowałem w Reading. To była moja najbliższa współpraca z innym projektantem. To było świetne doświadczenie, ale z perspektywy czasu za największy problem uznaję to, że klient chciał od nas kompletnej biblioteki z dnia na dzień. Nie było żadnych wskazówek co do projektowania. Google chciał fontów, stworzyliśmy je więc. Myślę, że te, które opracowaliśmy wspólnie z Mathieu, ale także inne, stworzone w tym samym czasie przez innych projektantów, są dobrej jakości. Nie sądzę jednak, że to było dokładnie to, czego potrzebowali w tamtym czasie web deweloperzy i użytkownicy smartfonów w Indiach – albo gdyby ktoś ich zapytał, czego potrzebują, to odpowiedzieliby, że właśnie tego. Podobna sytuacja wystąpiła w związku ze stroną Fontstore. Krój liter, który stworzyłem na potrzeby ich biblioteki, to niekoniecznie rodzina krojów, z której będzie chciało korzystać wielu grafików. Zostałem poproszony o zaprojektowanie czegoś, to mi schlebiało, stworzyłem zatem coś, co marzyło mi się w tamtym czasie. To było zlecenie, za które dostałem wynagrodzenie, i byłem zadowolony. Ale nie wiem, czy kiedykolwiek ktoś skorzystał z moich krojów.

Angażujesz się w różne projekty, rozmaite role. Czy taka różnorodność ci odpowiada?

Lubię to. Moja dotychczasowa kariera była bardzo zróżnicowana, i podejrzewam, że to się nie zmieni. Wiele moich projektów to długoterminowe rzeczy. Projektowanie kroju pisma może zająć miesiące, nawet rok, projekty badawcze także mogą się ciągnąć latami. Ale to nie tak, że przez cały czas każdego dnia trzeba się skupiać na jednym projekcie. Każdy dzień potrafi być wyjątkowy.

Czy możesz opowiedzieć więcej o swoich najbliższych planach?

Obecnie zajmuję się krojami bezszeryfowymi sprzedawanymi w Niemczech w XIX wieku – jest ich dużo, ale to nie są tak zindywidualizowane projekty, jak można by się spodziewać. Trzeba być świadomym, że każdy dom typograficzny kupował kopie krojów stworzonych przez inne domy. Relacje

biznesowe między tymi przedsiębiorstwami nie zostały jeszcze dokładnie zbadane. Moja hipoteza jest taka, że w tamtej branży istniała wówczas silna sieć powiązań i że ludzie zaangażowani w tworzenie krojów pisma postrzegali się jako przedstawiciele tego samego rzemiosła. To, co może zainteresować współczesnych projektantów, to fakt, że oryginalność nie była najbardziej liczącą się cechą w ówczesnym biznesie. Tworzono nowe produkty, które się sprzedawały, ale sprzedawano również produkty innych firm. Klienci nie wiedzieli, co pochodziło od danego domu typograficznego, a co od innych, lecz prawdopodobnie nie miało to dla nich znaczenia. To coś zupełnie innego od dwudziestowiecznego projektowania, w którym liczyły się konkretne osoby – projektanci – i firmy odpowiedzialne za dane produkty. Ta różnica między stuleciami jest bardzo interesująca.

Dan Reynolds

Urodzony w Stanach Zjednoczonych projektant krojów pracujący w Berlinie. Uzyskał doktorat z filozofii. Ukończył studia magisterskie z zakresu projektowania krojów pisma na Uniwersytecie w Reading (Wielka Brytania). Obecnie wykłada na uczelniach w Niemczech. Pracował dla firmy Linotype, obecnie jest projektantem w LucasFonts. Jego dysertacja doktorska na Uniwersytecie Artystycznym w Brunszwiku dotyczyła relacji między niemieckimi domami typograficznym a niezależnymi projektantami na przełomie XIX i XX wieku.

Jak projektowanie nowej potrawy

Rozmowa z Riccardo Olocco

Kiedy myślę o projektowaniu liter i typografii we Włoszech, odnoszę wrażenie, że nigdy my – Polacy – nie będziemy w tak dobrym położeniu, ugruntowanym w pięknej, kilkusetletniej tradycji. Wiedziałam, że zapytam, jak w takim otoczeniu się uczy, pracuje i rozmawia z klientami, którzy w moim odczuciu są o wiele bardziej świadomi znaczenia typografii. Również rozpoczynając rozmowę – kiedy zobaczyłam przez kamerę internetową studio wypełnione setkami książek – ciągle czułam, że tam jest jednak inny świat. Riccardo szybko zrewidował moje wyobrażenia.

Beata Bartecka: Jak opisać sytuację typografii we Włoszech?

Riccardo Olocco: W XV i XVI wieku Włochy słynęły z drukowanych książek, a Włosi byli uważani za pionierów typografii. Kolejnym istotnym okresem był przełom XVIII i XIX wieku, zwłaszcza za sprawą Giambattisty Bodoniego. Poza tymi dwoma konkretnymi okresami w historii nie możemy mówić o kulturze typografii we Włoszech. Dwudzieste stulecie nie jest tu wyjątkiem, choć obecnie możemy zauważyć poprawę w porównaniu ze stanem sprzed dwudziestu lat, kiedy zaczynałem pracować jako grafik. Zmianę tę zawdzięczamy przede wszystkim powołaniu kierunków związanych z projektowaniem i typografią na włoskich uczelniach. Przed 1995 rokiem nie było wydziałów projektowania graficznego – ktoś, kto był zainteresowany taką drogą zawodową po szkole średniej, mógł studiować architekturę albo iść do szkoły projektowania, takiej jak Istituto Superiore per le Industrie Artistiche w Urbino. Na szczęście od tamtej pory powstało wiele wydziałów projektowania i studenci uświadomili sobie, jak ważna jest typografia jako szkielet jakiegokolwiek projektu, jako bazowa struktura. Niektóre uczelnie skupiły się raczej na projektowaniu krojów niż na typografii, ponieważ projektowanie krojów pisma było traktowane jako podstawowe narzędzie dla studentów dopiero rozpoczynających naukę. W ostatnich latach często na to narzekano – mamy pokolenie projektantów, którzy potrafią lepiej zaprojektować cały krój pisma niż złożyć tekst.

Czy możesz powiedzieć coś więcej o przyczynach tego stanu rzeczy?

We Włoszech nadal zmagamy się z uprzedzeniami, które sięgają lat pięćdziesiątych XX wieku, a nawet wcześniej. W tamtych czasach we Włoszech pracowali świetni projektanci, którzy wnieśli wiele do historii światowego projektowania graficznego. To, co znamy jako „styl szwajcarski”, rozwinęło się głównie w Mediolanie za sprawą projektantów włoskich i szwajcarskich. Ich prace można do dzisiaj podziwiać w najważniejszych muzeach świata. Skupiali się oni jednak jedynie na grafice, zupełnie nie przykładając wagi do typografii – składanie tekstu w ogóle ich nie interesowało. Pracowali raczej w branding i reklamie, nie w branży wydawniczej. Ich praca z literami ograniczała się zwykle do tytułów, nagłówek i logo, nie zajmowało ich łamanie książek – układ tekstu na stronie był czymś spoza ich strefy komfortu, ponieważ we Włoszech typografią książki niemal w całości zajmowali się drukarze. Z tej przyczyny sytuacja we Włoszech wyglądała inaczej niż w Wielkiej Brytanii czy w Niemczech. Włoscy projektanci nie chcieli mieć nic wspólnego z tekstem czy nawet liternictwem. Interesowało ich projektowanie graficzne, tekst zostawiali drukarzom. Drukarze byli profesjonalistami, ale nie byli uważani za równie kreatywnych, co projektanci. Ponieważ ich

praca była uważana za mniej prestiżową, to samo spotkało typografię, którą postrzegano jako mniej istotną dyscyplinę niż projektowanie graficzne.

Między grafiką a typografią pojawiło się pęknięcie.

Tak – i nigdy nie zostało to naprawione. Kiedy spojrzymy na dowolne włoskie materiały drukowane z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, znajdziemy interesujące ilustracje, logo i grafikę, którym będzie towarzyszyła kiepska typografia. Wyjątków było niewiele. Obecnie sytuacja zmienia się ze względu na uczelnie, ale wciąż jesteśmy daleko za Niemcami, Holandią, Wielką Brytanią czy Stanami Zjednoczonymi, brakuje nam zakorzenienia, tradycji. Mimo że młode pokolenie projektantów umie radzić sobie z typografią, klientom brakuje wykształcenia w tym kierunku. W branży wydawniczej typografia wciąż stoi na niskim poziomie, poza oczywiście wyjątkami, a sektor publiczny nie zwraca na tą dziedzinę uwagi. Potrzebujemy dużo czasu, nawet dekad, zanim zobaczymy masową zmianę w podejściu do typografii we Włoszech.

Jak wygląda twoja współpraca z klientami? Jak przedstawiasz im projekty i przekonujesz do swoich pomysłów?

Nie jestem najlepszym adresatem tego pytania, ponieważ mam do czynienia z klientami rzadziej niż moi współpracownicy z Cooperativa Anonima Servizi Tipografici (CAST), ale jeśli chodzi o moje podejście do pracy z klientem, uważam, że najlepiej jest stać się kimś, kto rozwiązuje problemy. Trzeba poznać potrzeby klientów, pomysły w ich głowach tak dokładnie, jak to możliwe, i starać się rozwiązać ich problemy, nawet gdy często oni sami nie wiedzą dokładnie, o co im chodzi. W dyskusjach z klientami mam tendencję do odwoływania się do historycznych przykładów i do koncepcji stojących za krojem, który mam zaprojektować. Na tym polu czuję się bardziej pewnie. Muszę jednak dodać, że interakcja z klientem w obszarze projektowania krojów pisma może być trudna, ponieważ to niszowy, osobliwy temat, mimo że przecież każdy używa liter. Każdy zna kształty liter, co sprawia, że można trafić na klienta, który będzie się starał narzucić jakiś konkretny pomysł, który ma w głowie. Czasami klienci proszą o zmianę kształtu jakiejś litery, nie biorąc pod uwagę, że alfabet to system, zbiór spójnych znaków, i zmiana jednej formy prawdopodobnie pociągnie za sobą zmianę pozostałych.

W porównaniu z grafikami typografowie i projektanci krojów pisma przykładają większą wagę do badań historycznych. Dlaczego?

Myślę, że to normalne. Projektowanie krojów pisma jest z wielu powodów mocno powiązane z przeszłością. Po pierwsze, jako czytelnicy najlepiej rozpoznajemy te kroje, które czytamy najczęściej, co oznacza, że ich projektowanie to konserwatywne rzemiosło. Wszystkie kroje pisma, z których

korzystamy dzisiaj, są zakorzenione w przeszłości. Nagłe zmiany, takie jak słynny *New Alphabet* Wima Crouwela z 1967 roku, kończyły się niepowodzeniami. Mimo zmian technologicznych i eksperymentów w ubiegłym wieku, jak liternictwo secesyjne czy modernistyczne, dzisiaj spotykamy się niemal wyłącznie z adaptacjami starszych, klasycznych krojów liter. Gdy spojrzemy na najlepiej sprzedające się kroje pisma, okazuje się, że to reaktywacje starszych projektów. Najmłodsze spośród nich, takie jak Helvetica, mają już ponad pięćdziesiąt lat. Jeśli chodzi o tekst ciągły, stosowany w książkach i w prasie, stosujemy wciąż te same kroje liter, co czterysta czy pięćset lat temu. Z tego powodu w typografii konserwatywne podejście i świadomość znaczenia historii liczą się bardziej, nie można tego zignorować.

Zdarzały się okresy w historii, kiedy rezygnowano z zachowawczego charakteru liternictwa i działały się dziwne, nowe rzeczy.

Tak, to prawda. Poza mocno eksperymentalnymi okresami, o których wspominałem wcześniej – secesją i modernizmem – sporo eksperymentowano także na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, czego ślady można znaleźć na łamach słynnego magazynu „Emigre”. Wiązało się to ze zmianami technologicznymi, z wprowadzeniem komputerów osobistych. Projektowanie krojów było jedną z najwcześniej zdigitalizowanych dziedzin dizajnu. Gerard Unger zaczął projektować cyfrowe kroje w 1975 roku (font Demos dla firmy doktora inżyniera Rudolfa Hella), czyli dość wcześnie. Projektanci w latach dziewięćdziesiątych – młodzi koledzy Ungera, który sam siebie nazywał „współczesnym klasycystą” – eksperymentowali silnie z formami liter, z typografią, z layoutem. Tworzyli szalone i piękne rzeczy, ale co z tego zostało nam dzisiaj? Wszystko zniknęło, pozostało nam tak samo niewiele krojów, jak spośród tych zaprojektowanych w czasach art nouveau i modernizmu. Działania te nie zostawiły po sobie śladów poza niewielką liczbą obrazów w muzeach sztuki współczesnej. Właściwie nie sposób dzisiaj natrafić na kroje z „Emigre” w użyciu, ponieważ nikt ich nie stosuje. Jak powiedziałem wcześniej, projektowanie krojów liter to konserwatywna dziedzina i rewolucyjne pomysły czeka w niej krótkie życie. Ludzie czytają litery, które już znają i których uczyli się od dziecka.

Zmiana nawyków to powolny proces, ekstremalnie powolny.

Czy są jakieś powody – poza tymi, które już wymieniałeś – dla których tak interesujesz się historią typografii i procesami badawczymi?

To jest również kwestia osobista. Zawsze interesowałem się historią. Gdy byłem dzieckiem, uwielbiałem czytać o historii, i wciąż to lubię. Ciekawiła mnie każda epoka, nie tylko renesans, czyli ta, w której się specjalizuję. Wczoraj w nocy spędziłem kilka godzin, czytając o historii odległych wysp

na Pacyfiku. Myślę, że pozostało jeszcze wiele do odkrycia w dziedzinie historii typografii, choć wydano już tysiące książek, esejów i artykułów.

Czy badania są ważne dla twojej własnej ciekawości, czy mają jakiś znaczny wpływ na twoje projekty?

Moje badania mają oczywiście spory wpływ na to, co robię. Inspiruję się historią, choć może słowo „inspiracja” nie jest właściwe. Kilka lat temu jadłem obiad w restauracji w mojej okolicy. To znana restauracja, renomowana, z doskonałym szefem kuchni. Kiedy wdałem się z nim w pogawędkę między jednym daniem a drugim, zapytał mnie o moją pracę. Odpowiedziałem, że projektuję kroje pisma i że zwykle moja praca jest niezrozumiała dla osób spoza mojej branży. Szef wrócił do kuchni, wzywały go bowiem obowiązki, ale dziesięć minut później wrócił i powiedział, że myślał o mojej pracy. „Rozumiem, na czym polega – powiedział. – Nie różni się od mojej. Twoja praca polega na tym, że stoisz przed wielką szafą pełną szuflad, z których każda zawiera inny przepis albo element pochodzący z innej epoki albo miejsca. I kiedy projektujesz nowy krój pisma, to tak samo jak przy komponowaniu nowej potrawy, musisz wybrać elementy z różnych szuflad i zmieszać je ze sobą. Za każdym razem, kiedy tworzymy nowy krój albo nowe danie, trudno jest odtworzyć dokładnie ten sam proces, co poprzednio, ponieważ wybór jest duży, a możliwości mieszania nieskończone”.

To ładna historia i celna metafora.

Dlatego historia jest dla mnie ważna. To terytorium bez granic, które mogę badać bez końca. Nie oznacza to, że rewitalizuję kroje – jeżeli rozumiemy przez to krój pisma, który ma wiernie odtwarzać formy z przeszłości, stworzone przez kogoś innego. Zaczynam od detali krojów historycznych, często mieszając epoki, po czym idę swoją drogą, rozwijając własny nowy projekt.

Czy klienci doceniają twój wkład badawczy?

Miałem rozmaite doświadczenia z różnymi ludźmi. Poznałem klientów, którzy doceniali znaczenie badań historycznych, ale inni z kolei przeciwnie – nawet nie rozumieli. To bardzo współczesny i bieżący temat, choć upowszechnienie wiedzy i świadomości typograficznej wymaga czasu. Współczesne komputery i inne urządzenia sprawiają, że typografia jest obecna w życiu każdego z nas.

Jesteś autorem projektów, które uwzględniają pismo nietacińskie. Co cię tak ciekawi w projektach multiskryptowych?

Przyczyn jest kilka. Zawsze byłem zafascynowany różnorodnością systemów pisma na świecie. Lubię podróżować, ciekawią mnie inne kraje i kultury. Kocham Indie i Azję w ogóle, a to rejon świata, w którym można natknąć się na wiele nietacińskich skryptów. Jest w tym także wymiar projektowania – w projektowaniu krojów pisma chodzi o kształty, nie o zabawę kolorem,

wzorem czy obrazem, tylko o podstawowe formy w czerni i bieli. Praca z nowymi skryptami przynosi nowe, niesamowite kształty, podstawowe formy, o których nawet nie mógłbym śnić, najbardziej niesamowite kombinacje. To jak otwieranie drzwi na nowe widoki.

Ale to trudne, gdy nie zna się języka.

Łatwo o katastrofę przy projektowaniu nietacińskiego kroju pisma, gdy nie traktuje się skryptu z szacunkiem lub gdy podchodzi się do pracy bez odpowiedniej wiedzy. Oczywiście najlepiej jest znać język i pismo, ale możliwe jest zaprojektowanie kroju, gdy nie zna się języka, a jedynie samo pismo. Wtedy trzeba wiedzieć, jak trzyma się pióro, jak się pisze, w jakiej sekwencji stawia się kreski. Kiedykolwiek pierwszy raz projektowałem bengalski krój pisma, spotkałem się z bengalskim kaligrafem i studiowałem podręczniki dla dzieci. Oczywiście prosiłem także bengalskich projektantów o sprawdzenie moich prac. Kiedy projektuję bengalski krój pisma, szukam rady u miejscowych projektantów albo specjalistów od skryptów indyjskich (jak moja dawna nauczycielka z Reading, Fiona Ross). Bez tej pomocy nie poradziłbym sobie.

Jak cię słucham, to odnoszę wrażenie, że masz misję edukowania, że chcesz rozpowszechnić wiedzę o typografii, projektowaniu krojów pisma i historii.

Tak. Lubię uczyć, ale nie zajmuję się tym obecnie za bardzo. Dobrze jest mieć kontakt z młodzieżą, to pomaga trzymać rękę na pulsie. Tak jak zauważyłaś, lubię się dzielić swoją wiedzą i pasją. Dlatego Cooperativa Anonima Servizi Tipografici poza projektowaniem i prowadzeniem domu typograficznego zajmuje się promocją i wydawaniem materiałów o typografii, dyskusjami na ten temat. Publikujemy małe wydawnictwa, które są minitraktatami o historii pisma („Cast.it” wydany wspólnie z Lazy Dog Press), a w styczniu 2017 roku uruchomiliśmy articles.c-a-s-t.com, gdzie gromadzimy eseje poświęcone historii, zagadnieniom technicznym i kulturowym aspektom naszej dziedziny.

Riccardo Olocco

Włoski projektant krojów pisma i współzałożyciel cyfrowego domu typograficznego CAST (Cooperativa Anonima Servizi Tipografici). Jest absolwentem kierunku projektowanie krojów pisma na Wydziale Typografii i Projektowania Graficznego Uniwersytetu w Reading (Wielka Brytania). Obecnie na macierzystej uczelni przygotowuje doktorat poświęcony piętnastowiecznym weneckim krojom rzymskim. W pracy badawczej łączy badania bibliograficzne z analizą form liter. Wykłada i publikuje we Włoszech oraz w innych krajach.

Nie tylko dla geeków

Rozmowa z Janem Middendorpem

Chociaż Jan jest projektantem, bardziej interesowała mnie jego działalność w obszarze historii oraz krytyki typografii i projektowania liter. Zadawałam pytania podobne do tych, które pojawiły się w rozmowie z innymi projektantami i badaczami, aby spróbować choć trochę zmapować, w jaki sposób można mówić o typografii i upowszechniać wiedzę z tego zakresu. Oczywiście ciągle powracałam do moich stałych fetyszy, czyli pytań o dzieciństwo i pierwsze momenty świadomego stykania się z ideą projektowania liter.

Beata Bartecka: Czy przypominasz sobie moment, w którym odkryłeś typografię, uświadomiłeś sobie jej istnienie?

Jan Middendorp: Pamiętam pewien szczególny moment, musiałem mieć może jedenaście lat. Trafitem na serię książek o przygodach sprytnych chłopców. Książki pierwotnie ukazały się w latach pięćdziesiątych jako solidne wydania w twardej oprawie, ale nową edycję (opublikowaną w późnych latach sześćdziesiątych) wydano w miękkiej oprawie, z błyszczącymi, ilustrowanymi okładkami. Zacząłem od pierwszego tomu, kiedy tylko się ukazał, a później kupowałem kolejne części z kieszonkowego. Tom drugi również bardzo mi się podobał, ale kiedy otworzyłem tom trzeci, przeżyłem szok. Tekst wyglądał inaczej, jakby dziwnie. Czy to była nadal ta sama seria książek? Zdałem sobie sprawę, że zmienili krój pisma. W tomie czwartym wrócili do poprzedniego – to był typowy krój używany w holenderskich książkach, odmiana Monotype Old Style – i pamiętam, że bardzo mnie to ucieszyło. Tom trzeci był złożony innym krojem, nietypowym, później zdałem sobie sprawę, że musiała to być półgruba odmiana kroju Bodoni. Z perspektywy czasu mogę powiedzieć, że to musiał być moment, w którym przejawiałem wrażliwość na liternictwo. Jako nastolatek rysowałem różne logo i ręcznie kaligrafowałem okładki płyt, ale nie zdawałem sobie wtedy sprawy, że projektowanie graficzne to sztuka, którą można studiować. Kiedy miałem osiemnaście lat, nie czułem się wystarczająco utalentowany, żeby zdawać na słynną KABK, czyli Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten – Królewską Akademię Sztuk Pięknych w Hadze. Poza tym interesowały mnie wtedy przede wszystkim języki obce i literatura, wybrałem więc taki kierunek studiów. Niebawem się okazało, że język włoski i historia literatury dały mi dobre przygotowanie do mojej raczej niespodziewanej kariery projektanta.

Kiedy zdałeś sobie sprawę, że litery to coś, co ktoś zamawia, projektuje, wydaje i dystrybuuje?

To działo się stopniowo. Na potrzeby moich amatorskich projektów kupowałem folie transferowe Mecanormy czy Letrasetu. W ten sposób można było zdobyć wiedzę na temat krojów liter i tego, jak prawidłowo robić między nimi odstępy. Zaczęła mnie interesować historia liternictwa. Kiedy miałem mniej więcej dwadzieścia lat, kupiłem pierwsze książki o holenderskiej typografii, które można było dostać bardzo tanio w księgarni z końcówkami nakładów. Książki te dyskretnie głosiły pochwałę projektantów z pierwszej połowy XX wieku, specjalizujących się w nowoczesnej i tradycyjnej typografii – Sema Hartza i Jeana François van Royena. Obaj pojawiają się w mojej książce *Dutch Type*. To był może nietypowy początek, ale dzięki temu poznałem świat typografii i projektowania krojów pisma od środka.

Jednocześnie byłem wielbicielem psychodelicznego, hippisowskiego liternictwa, które widywałem w prasie, a nawet w holenderskich reklamach. Tego rodzaju kształty pojawiały się w moich ręcznie rysowanych projektach z czasów nastoletnich, nawet w gazetce szkolnej, którą drukowaliśmy na miejscu na małej drukarce offsetowej. Kiedy studiowałem literaturę i języki obce, projektowałem plakaty i magazyny dla grup teatralnych i organizacji lewicowych, z którymi byłem związany. Jeśli zaś chodzi o moją świadomość krojów pisma jako produktu, który może być publikowany i rozpowszechniany... Czasy, gdy odkrywałem typografię, od wczesnych lat siedemdziesiątych do połowy lat osiemdziesiątych, były przedcyfrowe. Czcionki nie były w dystrybucji, poza wspomnianymi foliami transferowymi. Strony ze złożonym tekstem zamawiało się u zecera. To właśnie zecerzy byli klientami domów typograficznych. Komputerowe projektowanie grafiki i typografii pojawiło się, kiedy miałem już doświadczenie z kupowaniem złożonego tekstu, składaniem nagłówek i używaniem aparatu reprodukcyjnego, żeby powiększać tekst do właściwego rozmiaru. Pierwsze fonty cyfrowe, które kupiłem legalnie, były dość drogie: zapłaciłem równowartość pięciuset dolarów czy euro za czteroelementową rodzinę krojów PostScript – najwyższe dwieście pięćdziesiąt sześć glików, trzeba więc było dokupić dodatkowe fonty, żeby korzystać z kapitalików, cyfr nautycznych czy znaków diakrytycznych dla języków słowiańskich.

Jaki był wtedy twój styl?

Zawsze byłem eklektyczny. Jak już wspominałem, podziwiałem współczesną klasykę, ale także wywrotowy dizajn hippisowski, nawiązania do liternictwa secesyjnego i *art déco* w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Zajmowałem się wszystkim po trochu. Poza tym postrzegałem siebie samego jako ambitnego amatora, co sprawiało, że czułem się zbyt niepewnie, żeby robić rzeczy „tak jak należy”. Moim głównym celem było wykorzystanie mojego skromnego talentu, żeby stworzyć coś, co działa i wygląda fajnie. Czasami prosto, czasami z niezgrabnymi ornamentami.

Później zostałeś profesjonalnym krytykiem teatru, mediów i dizajnu.

Tak. Skupiałem się przede wszystkim na pisaniu, pracowałem jako dziennikarz kulturalny. Kiedy przeprowadziłem się do Gandawy w Belgii (z powodu miłości), szukałem nowego zajęcia i skontaktowałem się z FontShop, firma ta miała bowiem siedzibę w Gandawie. Akurat kiedy poznałem tę grupę przyjaznych projektantów, coraz mocniej wsiąkałem w zainteresowanie typografią i pomyślałem, że to może być interesująca nisza. Miałem także nadzieję, że moje upodobanie do opowiadania historii i nieformalnego, niezbyt akademickiego, choć opartego na dokładnych badaniach i wywiadach stylu pisania może spodobać się nowemu pokoleniu typografów.

To, że zyskałem dostęp do tysięcy krojów pisma i mogłem przygotowywać promocyjne próbki, było niesamowitym przywilejem i pomogło mi zrozumieć dokładnie, jak sprawić, żeby krój działał tak jak trzeba.

Jak zatem najlepiej mówić o typografii? Jak ją zaprezentować, żeby zrozumiała ją szeroka publiczność, nie tylko specjaliści?

Klucz częściowo leży w mojej wcześniejszej odpowiedzi. Teksty poświęcone typografii mogą być trochę nudne dla niegeeków, jeśli autorzy skupiają się wyłącznie na technikaliach i funkcjach, co jest częste u projektantów krojów. Podziwiam to oddanie, które często opisuje się przy użyciu słów takich jak „rzemiosło”, „fachowy” czy „pasja”, ale myślę, że zafascynowany użytkownik chętnie zajrzyłby w inne rejony typograficznego świata: od inspiracji i wpływów historycznych po osobiste motywacje i talenty spoza pola typografii. Jak powiedziałem wcześniej – opowiadanie historii. Moja książka z 2002 roku o projektowaniu graficznym w Hadze, której holenderski tytuł można przetłumaczyć jako „Ej, teraz moja kolej!”, to prawdopodobnie najlepszy przykład tego, jak rozwój jakiejś dziedziny można opowiedzieć przez zestaw osobistych historii. Podtytuł tej książki jest już konkretniejszy: „Dzieje projektowania graficznego w Hadze w latach 1945–2000”. W moich tekstach staram się przekazać wiedzę teoretyczną, estetyczną i socjologiczną w przystępnej, bezpośredniej formie.

Jaka jest twoja opinia na temat stanu badań i debaty nad typografią – od czasów, w których zaczynałeś, do dzisiaj? Co się zmieniło? Czy, twoim zdaniem, zainteresowanie typografią rośnie?

Moglibyśmy napisać na ten temat całą książkę. Na początku projektowania komputerowego, od połowy lat osiemdziesiątych, najbardziej interesujący typografowie młodego pokolenia eksperymentowali z nowymi kształtami, tworząc oryginalne, innowacyjne rozwiązania dla narzędzi cyfrowych. Myślę o takich projektantach jak Zuzana Licko (z Emigre) i Neville Brody czy holenderskich twórcach spod znaku FontFont jak Just van Rossum i Erik van Blokland (LettError) albo Evert Bloemsmā. Wielu innych projektantów opracowało własne sposoby na to, jak na podstawie historycznych krojów pisma tworzyć czytelne fonty cyfrowe. Stopniowo to kreatywne i osobiste podejście ustąpiło miejsca bardziej biznesowemu, z orientacją na duże rodziny i projektowanie dla wielu języków. Ten typ pracy wpłynął silnie na najważniejsze kursy projektowania krojów, na przykład w Reading czy w Hadze. Biblioteka taka jak FontFont, która kiedyś przypominała kreatywne laboratorium, stała się instytucją bardziej praktyczną, zorientowaną na cel. Sposób, w jaki zaczęto organizować dystrybucję krojów na początku XXI wieku – biblioteka FontFont stała się platformą, od której najlepiej zacząć bez doświadczenia – sprawił, że wiele osób zaczęło sprzedawać swoje

projekty, czasami dobre, czasami mierne, które naśladowały popularne tendencje, „fonty dla mas”, takie jak skrypty nieformalne czy geometryczne kroje bezszeryfowe.

Jakie zjawiska czy nurty uważasz za zapowiedź przyszłości typografii?

W reakcji na biznesową atmosferę pierwszej dekady obecnego stulecia młodzi projektanci, wykształceni na specjalistycznych kursach typografii oferowanych przez uniwersytety i akademie, koncentrują się na ekspresyjnych, innowacyjnych, czasami subwersywnych formach. Wiele projektów dzisiejszych absolwentów ma znów osobisty rys, jak dwadzieścia lat temu i wcześniej. Nie są to projekty jedynie eleganckie, użyteczne i dobrze wykonane. Rośnie również zainteresowanie umiejętnościami, które przez lata były uważane przez większość zawodowców za wymarłe, jak liternictwo ręczne czy kaligrafia albo techniki drukarskie z użyciem metalowych i drewnianych czcionek. Żyjemy w wyjątkowej dla typografii epoce, jeśli chodzi o wiedzę i umiejętność adaptowania wpływów z przeszłości. To odmiana postmodernizmu. Przez ostatnie dwie dekady większość osób zaangażowanych w projektowanie krojów pisma dzieli wiedzę na temat niemal wszystkich faz rozwoju. Zdecydowali – albo nauczyli się – że porzucą surowe dogmaty modernistów, jak te, że minimalizm oznacza funkcjonalność albo „mniej znaczy więcej”. Z osobistymi i pomysłowymi projektami absolwentów można zapoznać się na platformie Future Fonts, która pozwala projektantom udostępniać fonty nadal będące w fazie rozwoju. To świetne narzędzie.

Zauważyłam, że wielu typografów i projektantów krojów zajmuje się nie tylko projektowaniem, ale także badaniami nad historią typografii. Dlaczego tak się dzieje? Wydaje mi się, że wśród grafików to nie jest tak rozpowszechnione zjawisko.

Mógłbym podać kilka odpowiedzi na to pytanie. Powiedzmy, że grupa aktywnych, znanych projektantów, którzy piszą obszernie na temat historii typografii, jest wąska – i zawsze tak było. Najlepsi autorzy książek na ten temat, którzy sami byli wielkimi projektantami, to ludzie poprzednich pokoleń: Tschichold, Frutiger czy Unger. Ale projektowanie krojów pisma to zawsze „stanie na ramionach olbrzymów”, to praca, która wymaga naginania konwencji bez popadania w nieczytelność. Dlatego wielu projektantów czuje potrzebę, by wiedzieć, co działo się wcześniej, tak samo jak ilustratorzy, pisarze czy muzycy jazzowi. Wielu projektantów krojów dokładnie bada niszę w dziejach tej sztuki. Ponieważ dokładne badania – takie, jakie prowadzą zawodowi pisarze – wymagają mnóstwa czasu, podobnie jak projektowanie, to trzeba mieć dwie głowy albo w ogóle nie spać, żeby wykonywać obie rzeczy równie dobrze.

Nad czym pracujesz obecnie?

Chciałbym móc pracować więcej i po prostu rozmawiać z ludźmi czy podróżować i odwiedzać różne studia. Ponieważ od zawsze jestem freelancerem, nie udało mi się zebrać większych oszczędności czy wypracować wygodnej emerytury, pracuję więc nad różnymi mniejszymi projektami. Zajmuję się ponadto dystrybucją reprintu *Dutch Type*, który opracowałem w ubiegłym roku – administracyjnie to znacznie więcej roboty, niż się spodziewałem. Będę prowadzić warsztaty w przystępnej cenie, wykorzystując moje bogate prywatne archiwa. Zamierzam także napisać i wydać jedną albo dwie publikacje – coś między książką a czasopismem – poświęcone ostatniemu piętnastoleciu w holenderskiej typografii i holenderskim liternictwie. To niezbędna aktualizacja *Dutch Type*, który kończy się na 2003 roku. Poza tym moja głowa jest pełna pomysłów, w tym politycznych, ekonomicznych, ekologicznych. Ale żeby zrobić coś pożytecznego w tych niezbędnych dziedzinach, potrzebowałbym drugiego życia.

Jan Middendorp

Holenderski grafik, dziennikarz i kurator. Pracował jako krytyk sztuki, pisząc o teatrze, tańcu, sztuce wideo i nowych mediów, po czym wyspecjalizował się w projektowaniu graficznym i typografii. Jest autorem cenionych książek i artykułów dla magazynów o wzornictwie, między innymi „Eye”, „Typo” czy „Items”. Pracował jako redaktor i konsultant firm typograficznych FontShop, LucasFonts i Linotype. Przez dziewięć lat współpracował jako autor i konsultant z MyFonts, był również kuratorem międzynarodowych wystaw.

Mam zaufanie do użytkowników

Rozmowa z Maciejem Majchrakiem

Siedzimy w pracowni letterpress Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu, otoczeni metalowymi czcionkami i maszynami odzyskanymi od emerytowanych zecerów i drukarzy. Przygotowując się do tej rozmowy, miałam dużą trudność w wyszukaniu informacji o Macieju, który właściwie nie dba o swoją obecność w sieci. Z jednej strony to utrudnienie – ciężko znaleźć haczyk, nie mogę odnieść się do jego innych wypowiedzi i opinii. Z drugiej strony mam poczucie, że właściwie możemy porozmawiać o wszystkim i zobaczyć, dokąd nas to zaprowadzi.

Beata Bartecka: Jesteś wykładownicą w Katedrze Projektowania Graficznego, która jest częścią Wydziału Grafiki i Sztuki Mediów na wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych. Sam jednak studiowałaś na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu, który ma mocniejsze założenie typograficzne. W jaki sposób przekonujesz studentów, którzy niekoniecznie przyszli z takim założeniem na uczelnię, żeby zajęli się typografią i projektowaniem krojów?

Maciej Majchrzak: Nawiązując do poznańskiej uczelni, jak i do etosu regionu wielkopolskiego, traktuję to jako pracę u podstaw. Mam studentów drugiego roku, których trzeba nauczyć wszystkiego i którzy jednocześnie mają bardzo dużo zajęć. Nie są także nastawieni na konkretne obszary projektowania graficznego, nawet nie do końca je rozróżniają. Skupiam się, by poznali twarde rzeczy, konkrety. Od tego roku akademickiego na pierwszym semestrze pracujemy nad krojem pisma w edytorze fontów, na drugim semestrze są zaś zadania z zakresu projektowania i pracy z tekstem. Założyłem również biblioteczkę, w której głównie zbieram książki w języku polskim o typografii i projektowaniu krojów. Zauważam jednak, że zagonić studentów do czytania o tym jest ciężko.

Czy uczysz ich, czym jest postawa projektowa, która przecież jest tak odmienna od podejścia artystycznego?

Bardziej jest to przemycanie wątków przy okazji. Trochę za wcześnie, żeby to zrozumieli.

Co przyciąga osoby, które później wracają, żeby zajmować się typografią i projektowaniem krojów?

To dłubanie w literach wiele osób uspokaja. Chociaż właściwie ciężko mi powiedzieć, co ich tak naprawdę przyciąga. Wiem, czym ja się kierowałem. Skłonił mnie pewien zbiór zasad, który już istniał. Nie chodziło o poszukiwanie oryginalności na siłę, tylko szukanie kreatywności w obrębie pewnych ograniczeń i zasad czytelności. Kultura, która stoi za typografią – ponad pięćset lat historii! – jest bardzo wciągająca i fascynująca.

Pamiętasz ten moment, kiedy zacząłeś postrzegać typografię jako osobną dziedzinę w projektowaniu?

To było już na pierwszym roku studiów. W październiku pojechałem na plener Pracowni Projektowania Litery, który odbywał się w Lanckoronie koło Krakowa. I wpadłem totalnie, chociaż trudno było nie zachłysnąć się tym tematem, skoro wśród zaproszonych gości byli między innymi Robert Oleś, David Březina, a nawet przedstawiciel Arctic Paper. Po wyjeździe wiedziałem już, że chcę się tym zająć.

W jaki sposób uczono cię o typografii i projektowaniu krojów?

W Poznaniu realizuje się ścieżkę rozwoju od prostszych do bardziej skomplikowanych krojów. Przez pierwsze trzy lata pracowałem nad krojami akcydensowymi, displejowymi, później pojawiły się kroje dziełowe. To mnie wciągało najbardziej. Fascynowała mnie kwestia czytelności, optymalizacji kroju i dążenie do jak najlepszej jakości, którą oczywiście – teraz to wiem – należy rozumieć bardziej wielopłaszczyznowo. Chciałem się rozwijać i projektować kroje, które są przeznaczone do skomplikowanych składów, długich tekstów. Dodatkowo uczestniczyłem w różnych konferencjach, warsztatach typograficznych w Polsce i za granicą.

Porównując sytuację w Polsce i za granicą, jak oceniasz naszą świadomość w tym zakresie?

Ta świadomość – może nawet bardziej – zapotrzebowanie na typografię – jeszcze nie powala na kolana. Na Zachodzie jest bardzo dużo wydażeń, każde większe miasto ma swoją typograficzną konferencję, zwłaszcza w Niemczech. Chociaż u nas trochę się dzieje, to wiele wydarzeń ma bardziej ogólne programy, skierowane w stronę projektowania graficznego. Kilka lat temu odczułem większe zainteresowanie tymi zagadnieniami, teraz jest mniejsze.

Możliwe, że to normalna stabilizacja, także z punktu widzenia samego rynku.

Pewnie tak, chociaż ciągle nie mamy wielu typografów ani żadnej specjalistycznej szkoły typograficznej. W ciągu ostatnich dwudziestu lat poziom zwykłej książki w Polsce się mocno poprawił, zwłaszcza edytorsko. Obszar projektowania krojów to jednak ciągle jest niszowe zagadnienie. Może w Polsce jest kilkoro projektantów, którzy tylko z tego żyją. Inni na pewno łączą to z szeroko rozumianym projektowaniem graficznym.

Pamiętasz swoje pierwsze zlecenie na krój pisma?

Na ostatnim roku studiów nawiązałem kontakt ze studium projektowym Politański Brand Design (PBD). Chociaż wtedy nie zacząłem u nich pracy, to po jakimś czasie, kiedy już zostałem wykładownicą na wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych, odezwali się do mnie, żebym przygotował krój pisma dla klienta. Studio przekonało firmę, że stworzenie nowej identyfikacji powinno być oparte na typografii. Praca trwała bardzo długo, prawie dwa lata, ale przez ten okres było dużo momentów, kiedy projektowanie i podejmowanie decyzji było zawieszona, kiedy projekt przez wiele tygodni leżał bez zmian. Podobny projekt, bez wymuszonych przerw, mógłbym teraz zrobić w trzy, cztery miesiące.

Jak rozmawiałeś z klientem na temat swojego kroju?

Niewiele musiałem od siebie dawać, gdyż to głównie osoby z agencji przekonywały klienta do projektu. Byłem bardziej od kwestii technicznych. W wypadku krojów przeznaczonych do konkretnego zastosowania zawsze najważniejszą wartością, podkreślaną w takich rozmowach, jest kwestia unikatowości. Nie ma zbyt wielu argumentów, którymi można przekonać do zamówienia unikatowego kroju, skoro mamy tyle gotowych, niedrogich, a nawet darmowych. W takich rozmowach warto również podkreślić, że unikatowy krój można przygotować pod konkretne potrzeby, na przykład językowe. Tak miałem w wypadku innego zlecenia, również realizowanego za pośrednictwem studia PBD – klientem była sieć prywatnych szkół. Projektanci przygotowali identyfikację, która wykorzystywała dużą grupę piktogramów, które zaimplementowałem do fontu. Sam krój pozwala nawet napisać ich logotyp z klawiatury.

Jak się czujesz, gdy obserwujesz wdrożenie swoich krojów w przestrzeni publicznej?

Nie czuję się zażenowany. (śmiech) Chyba zatem nie jest tak źle. Oczywiście teraz pewnie coś bym zmienił w tych krojach, ale byłyby to raczej małe poprawki, samej koncepcji bym nie ruszył.

Przygotowujesz teraz unikatowy krój dla Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, który został wykorzystany do złożenia tej książki. Jak pracujesz z uczelnią?

Podobnie jak z pierwszym moim klientem, gdyż również tutaj były momenty przerwy. Chociaż uczelnia ma bogatszą historię niż poprzedni klienci i zbadałem wątki związane z projektowaniem znaku w przeszłości, to jednak projektowo nic to nie wniosło. Proces poszukiwania formy był dosyć długi, przeszliśmy przez wiele szalonych pomysłów, aby w końcu osiąść na kroju, który jest tak zwanym wołem roboczym, czyli jest do wszystkiego. Zależy mi, żeby był wykorzystywany do dokumentów, ale także wytrzymał na stronie internetowej.

Co chcesz osiągnąć za jego pomocą? Jaki nastrój, jakie emocje chcesz wywołać?

Trochę zależy mi na tym, żeby był w miarę obojętny, chociaż wiem, że w wypadku typografii jest to złudne. Każdy krój niesie coś ze sobą. Ta forma nie powinna być jednak zbyt wykwintna, ma być prosta i trochę przezroczysta. Chciałem, by to był taki humanistyczny krój. Uczelnia w oczywisty sposób kojarzy mi się z humanizmem, dlatego dodałem takie elementy, które tworzą ciepłe emocje. Zależało mi również, żeby odczuć ślad pióra, kaligrafii – i by te formy liter były w miarę żywe. Nie chciałem laboratoryjnego wrażenia. To też pewnie wynika z tego, co mi się podoba, na pewno przemycam

tutaj swoje upodobania. Chociaż podobają mi się również ostre, geometryczne formy. To wszystko zależy od okoliczności, nastroju, rodzaju zadania.

Masz jakieś obszary, które chciałbyś rozwinąć w związku ze swoją pracą?

Na pewno chciałbym mocniej wkręcić się w kaligrafię i liternictwo. Nie chcę wszystkiego ciągle robić na komputerze, chociaż nie pracuję nad krojami codziennie, mam wiele innych obowiązków na uczelni. Przy pracy dyplomowej rozpocząłem krój pisma przeznaczony do składu słowników. Teraz chciałbym do tego wrócić, ale jednocześnie pojawił się pomysł na inny projekt. Interesuje mnie ponadto dziedzina nazywana potocznie *wayfinding*. Nie wchodząc w niuanse definicji, chodzi o projektowanie systemów wskazywania drogi, systemów ułatwiających orientację w przestrzeni. Pociągają mnie takie twarde, ciężkie tematy. Zdaję sobie jednak sprawę, że są to trudne projekty, także z punktu widzenia rozmów z osobami decyzyjnymi, architektami. Na pewno w tym wymiarze projektowanie pisma jest lżejsze psychicznie.

Czy chciałbyś, żeby krój Geppert był wprowadzony w przestrzeń uczelni?

Byłoby świetnie, ale to także skutkowałoby zaprojektowaniem lekko zmiennej odmiany. Podobają mi się takie mocno rozbudowane systemy pisma, ich spójność między kształtami, całościowość. To duże intelektualne wyzwanie, żeby to wszystko dobrze zaplanować i by w pełni działało.

A co z *OpenType variable fonts*? Interesuje mnie, co myślisz o możliwościach tej technologii.

Oglądałem różne eksperymenty z *variable fonts*, które otwierają ogromne pole różnorodności form wyprowadzonych z jednego szkieletu. Wychodząc od prostego kształtu, można doprowadzić do sytuacji, że coś się rozpada albo się gdzieś się wysuwają dodatkowe elementy. Jakiś czas temu studio Underware wrzuciło na swój Instagram projekt, w którym z jednego punktu wyprowadzono na zasadzie interpolacji cały zapętlony napis. To jest niesamowite. Znam także ich krój Liza, który powstał przed *variable fonts*. Podczas pracy przy nim podobno zrezygnowało aż trzech programistów. Ten krój sprawia, że litery zmieniają się kontekstowo w zależności od długości słowa i sąsiedztwa innych liter. Zmieniają swoje kształty, które jednocześnie są bardzo piękne. Underware niesamowicie łączy estetykę z inżynierią, a przy tym twórcy z tego studia są otwarci i swobodni w relacjach. Zaciekało mnie ostatnio, że niektóre domy typograficzne zaczynają ujawniać nazwiska inżynierów, którzy z pracują wraz z projektantami. Autorem danego fontu jest nie tylko projektant, ale także ten, kto to programuje. Ogólnie jednak kojarzy mi się to z samą historią typografii. Mieliśmy przecież rytowników stempli, którzy dostosowywali rysunek liter przygotowany przez projektanta

do metalowych czcionek. Teraz w bardziej skomplikowanych projektach to również inżynier czy programista wpływa na kształt pisma.

Jeśli chodzi o *variable fonts*, to jak duże pole wyboru pozostawić ostatecznemu użytkownikowi? Na przykład osobie, która korzysta z czytnika e-booków?

Wiele osób i tak będzie używać domyślnych ustawień. Jeśli jednak ktoś chce się pobawić suwakami w zakresie wielkości, szerokości, kontrastu, rodzaju fontu, to czemu nie? Czy użytkownikom może przeszkadzać taki wybór? Jako typograf chciałbym pozostawiać im duże możliwości.

Masz do nas, użytkowników, zaufanie.

(śmiech) Zobacz, że ostatecznie użytkownik sam czyta, wie zatem również, czy jeszcze jest w stanie coś przeczytać, czy nie. Chciałbym przede wszystkim, by była większa świadomość na temat czytelności, ponieważ wtedy te decyzje dotyczące zmiany parametrów byłyby trochę bardziej racjonalne.

Maciej Majchrzak

Projektant, typograf, wykładowca. Absolwent Pracowni Projektowania Litery na poznańskim Uniwersytecie Artystycznym oraz kulturoznawstwa na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Ceni przejrzystą komunikację. Projektowanie krojów i typografia stanowią znaczną część jego życia zawodowego. Jest pracownikiem Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu, wykłada również na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Współpracuje ze studiem Politański Brand Design (PBD).

Budowanie mostów

Rozmowa z Marianem Misiakiem

– Po co nam wywiad? – pyta mnie Marian Misiak.

Jego działania śledzę od wielu lat, niekoniecznie tylko jako osoba zainteresowana projektowaniem i typografią, bardziej jako obserwator tropów w ogólnej dyskusji nad wizualnością w Polsce. Nigdy nie mieliśmy okazji oficjalnie porozmawiać, a ta książka wydawała się idealną okazją. Na propozycję wywiadu Marian reaguje jednak z rezerwą.

– Nie jestem przekonany. Oczywiście nie chcę też wyjść na jakiegoś wywyższającego się próżniaka, który nie zgadza się na rozmowę.

Oboje się śmiejemy. Rozumiem doskonale, że tego typu odmowa może być bardzo różnie interpretowana.

– Wiem, że teraz chcę się wypowiadać przez projekty, a nie przez pisanie książek i udzielanie wywiadów – dopowiada Marian. – Nie jestem przekonany do tej rozmowy, ponieważ jakkolwiek to zabrzmiało, naprawdę nie mam za dużo w tym momencie do powiedzenia. Chciałbym wiele pokazać światu, ale w ramach działań projektowych czy okotoprojektowych.

Patrząc na drogę zawodową Mariana, widać, jak bardzo dużo energii i czasu poświęcił na pobudzenie ogólnej świadomości na temat typografii i projektowania liter.

– Miałem wielką ambicję zmapowania historii związanych z literami lokalnie, w rodzimym kręgu. Jako początkujący projektant krojów odnosiłem wrażenie, że zawsze mi tego brakowało, i nie mogłem się odnieść do czegoś, co się wydarzyło w perspektywie lokalnej – wspomina.

Współpracował z historyk i krytyk dizajnu Agatą Szydłowską przy książce *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, która jest bardzo przystępną opowieścią o najciekawszych zjawiskach z historii polskiego projektowania liter. Wraz z Kaliną Zatorską opracował publikację przybliżającą niesamowity dorobek Tadeusza Ciałowicza – wrocławskiego projektanta i architekta czasów powojennych. Dodajmy do tego pisanie artykułów, wywiady i udział w dyskusjach, a także prowadzenie projektu *Typoaktywizm* w galerii Dizajn BWA Wrocław, w ramach którego wraz z grupą typoaktywistów zbadał historię cyfr wykorzystywanych w numeracji tramwajów i autobusów transportu miejskiego. Następnie uczestnicy poddali je digitalizacji, poprawili mankamenty wynikające ze zmieniających się technologii ich powielania, a następnie przekazali do wdrożenia, dzięki czemu efekty można codziennie podziwiać na ulicach we Wrocławiu. Marian w końcu od wielu lat podkreślał, że projektowanie graficzne i typografia powinny wejść na poziom codziennych doświadczeń.

– Trzeba częściej o tym mówić i więcej promować w mediach, inicjować ogólną dyskusję społeczną – podkreśla. – Chcę, żeby to była normalna, codzienna rozmowa, a nie tylko akademicki dyskurs. Chcę słyszeć, jak rozmawiamy o tym w taki sposób, że trafia to do szerszej grupy społecznej.

To słowa, pod którymi podpisałoby się na pewno wielu polskich projektantów, chociaż jednocześnie Marian dodaje, że chyba jego czas wypowiedzi przez słowa minął.

Projektanci i typografowie realizują się przez swoje projekty, ale jest to grupa zawodowa, która ma wiele ciekawego do powiedzenia, głównie dlatego, że ich działalność nie zamyka się tylko w kwestiach wizualnych. To rola bliska

psychologom czy socjologom, poszukującym w pewnym sensie dobrych dróg codziennego życia, w bardzo szerokim ujęciu. Sam Marian wskazuje mi na analogię do dziennikarstwa.

– Oba te zawody to nic innego, jak tłumaczenie świata. Dziennikarz zbiera informacje i stara się z tej gliny ulepić coś strawnego dla szerszego odbiorcy. Projektowanie jest tym samym, różni się jedynie językiem, który wykorzystuje. To jest moja rola: być tłumaczem świata – wyjaśnia Marian.

Z drugiej strony interesują go również zagadnienia, które są marginalnymi wydarzeniami. Mikroobszarami, które mogą stać się ilustracją czegoś większego. W trakcie rozmowy rozwijamy ten wątek, by w końcu dojść do trochę patetycznego wyrażenia, ale idealnie oddającego interesujące go zagadnienia: mapowanie marginesów kultury. Czyli badanie mikrohistorii, które mogą mieć moc tłumaczenia wielkich procesów czy fenomenów.

Kiedy rozmawiamy o tym wszystkim, dzielą nas tysiące kilometrów, gdyż Marian jest na Bliskim Wschodzie. To wynik jego wieloletniej fascynacji i pracy nad krojami multiskryptowymi, zwłaszcza pismem arabskim. To także poczucie misji, że przez typografię można budować mosty między różnymi językami i kulturami. Wie jednak doskonale, że taka misja w Polsce (i pewnie nie tylko) jest bardzo trudna. Kilka lat temu Marian przetestował to w ramach małego eksperymentu. Przygotował kilkadziesiąt plakatów z napisem „Wrocław – miasto spotkań” po arabsku, poszedł ze znajomymi na miasto i zaczęli je wywieszać. Zanim opowiem o rezultatach tej akcji, przybliżę samą historię tego wyrażenia. Od 1998 roku wrocławscy urzędnicy miejscy posługują się tym hasłem jako oficjalnym komunikatem promocyjnym. Jest to odwołanie do słów Jana Pawła II, który podczas pobytu w 1997 roku powiedział: „Wrocław jest miastem położonym na styku trzech krajów, które historia bardzo ściśle ze sobą łączyła. Jest poniekąd miastem spotkania, jest miastem, które jednoczy. Tutaj w jakiś sposób spotyka się tradycja duchowa Wschodu i Zachodu”. Ostatnie dwadzieścia lat historii miasta, jak i kraju, pokazało, że temat jest bardzo aktualny, chociaż bardziej zbaczamy z tej drogi spotkania i zjednoczenia. Polska w swojej historii miała dużo więcej mniejszości i różnych kultur niż skupia obecnie. Przez wywieszenie plakatów z hasłem „Wrocław – miasto spotkań” po arabsku Marian chciał sprawdzić, w jakiej mierze rzeczywiście to hasło jest tym, co określa miasto, a w jakiej mierze jest daleką i niespełnioną aspiracją. Jak dalece chcemy być otwarci? Jak bardzo nas to interesuje? Czy idziemy do przodu w tej kwestii? Czy może się cofamy?

– To było jedno z mocniejszych moich zawodowych przeżyć – opowiada. – Większość z tych plakatów nie wisiła dłużej niż pięć minut. Niektóre z nich wieszaliśmy, odchodziliśmy dwa kroki i już ludzie je zrywali.

Chociaż Marian się spodziewał, że akcja rozwine się w mało przychylnym kierunku, to jednak zaskoczył go agresywny ton. Można powiedzieć, że rezultaty tej akcji to emanacja strachu przed literami, także strachu przed tym, co te litery kryją.

– Nie wydaje mi się, że ludzie są aż tak agresywni wobec tego, czego nie znają, czego nie rozumieją, że od razu chcą to usunąć, pozbyć się tego – dodaje Marian. – To raczej kwestia, jak opisywana jest kultura arabska w mediach, jak ludzie przekazują informacje o muzułmanach i o Bliskim Wschodzie.

Spoglądam na badania i statystyki. Polacy mają negatywne nastawienie wobec muzułmanów, odczuwają wysoki poziom zagrożenia z ich strony kiedy mówimy o zagrożeniu zarówno realistycznym, jak i symbolicznym¹. Badania pokazują radykalizację postaw Polaków: więcej lęku, więcej uprzedzeń, więcej niechęci wobec tej religii. Chociaż blisko dziewięćdziesiąt procent badanych nie zna żadnej osoby, która jest muzułmaninem czy muzułmanką. Największą rolę w kształtowaniu takich postaw i opinii mają media². To one bardzo często podają w ten sposób komunikaty, że następuje utożsamienie muzułmanów, Arabów, z terrorystami, islamskimi fundamentalistami. Pojawia się tak zwany pakiet negatywnego myślenia, który ma w sobie obraz muzułmańskiej fali zalewającej wszystko dookoła. To wizja zderzenia cywilizacji³.

Konfrontacja, jakiej doświadczył Marian, w pewnym sensie pomogła mu doprecyzować jego misję zawodową. Stąd także wynika próba znalezienia innych sposobów opowiadania i wzajemnego informowania oraz potrzeba współdziałania międzykulturowego.

– Kto ma kształtować te nowe sposoby, jeśli nie my, projektanci? – zastanawia się.

Interesuje go poszukiwanie sposobów budowania mostów między naszym lokalnym światem a światem lokalnym na Bliskim Wschodzie.

– Nie jesteśmy w stanie wpłynąć na obraz, który widzimy w mediach, nawet jeśli jest to nieprawdziwe – wyjaśnia. – Dlatego potrzebujemy nowych kanałów łączenia i informowania, wzajemnego kooperowania między tymi kulturami. My, projektanci, możemy takie kanały stworzyć.

Nie chodzi mu jednak tylko o konfrontacyjne i kontrowersyjne działania. Plakaty były eksperymentem, a nie sposobem na rozwiązanie problemu. W tym

1 Za: A. Stefaniak, *Postrzeganie muzułmanów w Polsce. Raport z badania sondażowego*, Centrum Badań nad Uprzedzeniami, Warszawa 2015.

2 *Uprzedzenia w Polsce 2017. Oblicza przemocy międzygrupowej*, red. A. Stefaniak, M. Winiewski, Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów, Wydawnictwo Liberi Libri, Warszawa 2018.

3 Za: Ł. Bertram, A. Puchejda, K. Wigura, *Negatywny obraz muzułmanów w polskiej prasie. Analiza wybranych przykładów z lat 2015–2016*, Raport Obserwatorium Debaty Publicznej „Kultury Liberalnej”, Warszawa 2017.

momencie Marian jeszcze nie ma gotowych odpowiedzi. To moment poszukiwań, analiz, badań.

– Wiem, że trzeba działać w obszarach, które wiążą się z codziennymi doświadczeniami i przyziemnymi sprawami. To ma największą moc tłumaczenia świata i możliwe, że również ma moc rozwiązywania problemów – mówi.

Podkreśla, że chociaż wyszukane i intelektualnie zaawansowane tematy są bardzo ciekawe i potrzebne, to są po prostu nudniejsze z punktu widzenia szerszego odbiorcy. Kiedy dociskam Mariana i próbuję dowiedzieć się czegoś więcej o tym, nad czym pracuje, zdradza mi jedynie temat cyfr arabskich.

– Powinno się je nazywać indoarabskimi – wyjaśnia mi Marian. – Powstały w Indiach, zostały przejęte i rozwinięte przez arabskich matematyków, a następnie przeniknęły w późnym średniowieczu do Europy.

Mam poczucie, że dla niego to temat idealny: łączy w sobie typografię, codzienność i międzykulturowość. To, w jaki sposób zaprezentuje badania na cyframi, jest jeszcze niewiadomą. Może to będzie książka, może wystawa, może coś, co zaistnieje tylko w mediach społecznościowych. Najważniejsze, żeby wpływało na wrażliwość, świadomość czy po prostu czujność, która z czasem zamieni się w coś więcej.

– Wierzę, że mój entuzjazm może obudzić entuzjazm u innych.

Marian Misiak

Projektant grafiki, typograf, aktywista. Absolwent socjologii na Uniwersytecie Warszawskim i projektowania krojów pism na Wydziale Typografii i Komunikacji Wizualnej na Uniwersytecie w Reading (Wielka Brytania). Tworzy identyfikacje graficzne dla instytucji w sektorze publicznym i prywatnym, bada kulturę wizualną na Bliskim Wschodzie. Twórca internetowej platformy Threedotstype.

Kochamy pismo cyrylickie

Rozmowa z Victorią Lopukhiną i Vitaliną Lopukhiną

Jest coś w kaligrafii i liternictwie, co sprawia, że od razu kojarzy mi się z bezcennym skarbem. Jest tym i rzemiosło, i piękno kształtów, nawet jeśli jest wykorzystywane w bardzo komercyjnych reklamach. Takie właśnie są projekty sióstr Lopukhin. Chociaż ich droga zawodowa nie jest bardzo długa, ciekawią mnie ich myślenie i metody pracy, zwłaszcza że mogą złapać projektantki w ważnym momencie, w którym coraz mocniej szukają sposobów na przekroczenie granicy między projektowaniem a sztuką.

Beata Bartecka: Podczas Wrocław Type Forum wspomnieliście, że jesteście zainteresowane w coraz większym stopniu przejściem od typografii i kaligrafii do projektów artystycznych. W jaki sposób zmieni się wasze podejście, gdy zajmujecie się sztuką?

Victoria Lopukhina, Vitalina Lopukhina: Jeśli dostajemy komercyjne zamówienia na kaligrafię, to jedyna różnica w stosunku do zamówień typograficznych polega na tym, że kaligrafii nie modyfikujemy „wrywkowo”. Staramy się doprowadzić pomysł do końca, co oznacza, że klient nie może powiedzieć: „Proszę poprowadzić tę linię trochę bardziej w prawo” albo: „Proszę powiększyć tę literę”. To nie jest właściwe, poza tym na takich uwagach może ucierpieć kompozycja i pomysł autorski. Jeśli klientowi coś nie odpowiada i trzeba to poprawić, wykonujemy całą kompozycję od nowa, nie tylko część projektu.

Czyli albo coś chwyta, albo nie chwyta?

Tak, to główny problem z kaligrafią na potrzeby komercyjnych zamówień. Dlaczego czasami nie chwyta – tego nikt z klientów nie potrafi wyjaśnić, ale artysta musi zrozumieć, co poszło nie tak. Żeby do tego dojść, konieczna jest solidna praktyka kaligraficzna i baza teoretycznej wiedzy dotyczącej kompozycji czy koloru. To nie takie proste jak w wypadku projektów kreatywnych, w których nie ma klienta, albo raczej – kiedy jest się swoim twórcą i klientem jednocześnie. Wtedy konieczna jest dyscyplina. Prawdopodobnie dlatego pracujemy razem – motywujemy się wzajemnie i krytykujemy, jeśli trzeba.

Czy komercyjne zlecenia przynoszą także więcej satysfakcji? Czy lubicie projektowanie zgodne z konkretnymi potrzebami klienta i użytkownika, czy praca artystyczna przynosi wam więcej spełnienia?

Bywa, że to bardzo się różni, ale praca nad własnymi projektami przynosi nam oczywiście więcej satysfakcji niż zlecenia komercyjne. Nie pracowaliśmy od dłuższego czasu na zamówienie – za czym nie przepadamy z różnych powodów – nawet więc nasze komercyjne projekty obecnie zwykle przypominają te „kreatywne”. Zauważyliśmy także, że im częściej przełączamy się z jednego zakresu na drugi, tym bardziej jesteśmy produktywnie i mniej podatne na monotonię. Uczenie studentów, projektowanie logo i przygotowywanie wystawy jednocześnie jest trudne, ale możliwe!

Myślicie o sobie raczej jako o projektantkach czy jako o artystkach?

Trudno jest nam znaleźć równowagę między kaligrafią w projektowaniu i w sztuce. To stanowi wyzwanie i kosztuje sporo energii, ale nietatwo nam zrezygnować z projektowania graficznego. Kochamy to, kochamy rozwiązywanie problemów, komunikację z klientem. Kochamy widzieć nasze liternictwo na półkach w sklepie czy na okładkach książek. Ale projekty

artystyczne są oczywiście lepsze dla ducha. Są ekscytujące, przypominają dzieciństwo. Takie przedsięwzięcia dają nam więcej inspiracji niż wyłącznie komercyjna praca. Zapewne wkrótce będziemy musiały się zdecydować i dookreślić, czy jesteśmy graficzkami, kaligrafistkami czy artystkami. To pewnie wydarzy się niedługo, na razie jesteśmy na rozdrożu.

Zauważyłam, że w wypadku kaligrafii lubicie zróżnicowane media – poza komputerem czy ścianą budynku widziałam nawet wasze mozaiki. Jakie jeszcze inne media potencjalnie was interesują jako medium dla kaligraficznych eksperymentów?

Znudziło nam się pisanie tylko na papierze i płótnie, eksperymentowałyśmy więc z kaligrafią na ścianach, ubraniach, mozaikach, ceramice. Chciałybyśmy spróbować swoich sił z animacją, z grafiką trójwymiarową. Powiemy coś oczywistego – ważne jest trzymanie ręki na pulsie, ale tak, żeby się nie zagubić. Trzeba się nauczyć współpracy z innymi, szukać ludzi, którzy mogą nam pomóc. Nauka czegoś nowego również kosztuje sporo sił, dzień bywa za krótki.

Jak pracujecie jako duet? Macie sztywny podział pracy czy raczej płynny, zależny od projektu?

Tak, często pracujemy w duecie przy dużych projektach, które składają się z wielu elementów. Często wygląda to tak: jedna z nas rozpoczyna korespondencję z klientem, a później komunikujemy się razem. Na etapie szkiców generujemy pomysły wspólnie, obie rysujemy szkice, dyskutujemy, analizujemy i wysyłamy wszystko klientowi. Następnie proporcjonalnie dzielimy się pracą. Jeśli to opakowanie, etykieta, okładka książki czy identyfikacja wizualna, dzielimy projekt na składowe i wtedy jedna z nas odpowiada za liternictwo, druga za ilustracje, któraś zajmuje się kolorem. W wypadku identyfikacji wizualnych jedna projektuje logo i warianty dla różnych mediów, a druga tworzy plakaty, motywy. Staramy się sprawiedliwie i uczciwie dzielić odpowiedzialnością. Jeśli mamy zamówienie na pojedyncze logo, to zwykle nie pracujemy jako team, tylko indywidualnie.

Czy możecie opowiedzieć więcej o swoim stylu i swoich pracach?

Pracujemy w różnych stylach. Oczywiście skupiamy się na łączeniu alfabetu cyrylicy ze współczesnym liternictwem typu graffiti. W naszych pracach można zobaczyć nie tylko interpretacje „dziwnych” form z alfabetu cyrylicy, ale także połączenia cyrylicy z alfabetem łacińskim. Skupiamy się na ciekawych kompozycjach, eksperymentujemy z różnymi materiałami. Nasze podejście jest bardzo uniwersalne, jak już wspomnieliśmy – tworzymy okładki, logo, ale także projektujemy na tkaninach i ścianach. Na pewno kochamy pismo cyrylicy, mamy nadzieję, że to widać.

**Możecie powiedzieć więcej o swoich badaniach nad historią cyrylicy?
Dlaczego tak was to interesuje i które aspekty są najciekawsze?**

Zaczęłyśmy od pisma cyrylicy już na początku naszego zainteresowania kaligrafią. Na trzecim roku studiów wykłady w naszym Instytucie Sztuk Pięknych w Kijowie rozpoczął Wasyl Jakowicz Czebanik, który prowadzi gruntowne studia nad cyrylicą i ma reformatorskie podejście do grafemów. Pismo cyrylicy jest dla nas atrakcyjne, ponieważ jest pełne niespodzianek, żywe i wciąż się rozwija, również teraz. Pismo łańskie zostało dogłębnie przestudiowane, a w cyrylicy można eksperymentować z formą historyczną, ulepszać grafemy. Żyjemy w epoce, w której możemy zmieniać i ulepszać alfabet cyrylicy, skupiliśmy się więc na tym, co nas interesuje. Zachodni projektanci krojów pisma czasami trochę nam zazdroszczą, że możemy brać udział w ewolucji alfabetu.

Mówiłyście, że ciekawią was ukraińskie manuskrypty.

Tak, jesteśmy zafascynowane literami, które się w nich pojawiają. Nasz inny ulubiony okres to czasy rozwoju „stylu ukraińskiego” wśród artystów dwudziestowiecznych, czyli okładki i ilustracje takich twórców jak Georgij Narbut, Wasyli Kryszeński, Mark Kirnarski, Robert Lisowski, Jakób Gniazdowski czy Wołodymyr Jurczyszyn. To część historii ukraińskiego projektowania, którą poznaje każdy student – jest w niej mnóstwo inspiracji.

Viktorija Grabowska mówi mi, że wiecie o próbach zapisu języka polskiego w alfabecie cyrylicy. Czy możecie powiedzieć coś więcej na ten temat?

Mamy na myśli typowy cyrylicy zapis ręczny z XVIII wieku – kursywa [po ukraińsku – *skoropys*], w listach używany często do zapisu języka polskiego. Podawałyśmy przykład Niemców, poddanych kozackich, którzy byli doskonałymi dyplomatami i pisali listy w różnych językach. Dlatego adaptacja łaciny do pisma cyrylicy jest ciekawym zjawiskiem – grafemy liter łańskich zyskują „wolność”, nawet niedokładność rytmu, co sprawia, że nie przypomina to żadnego innego europejskiego stylu pisma.

Chciałybyście pracować z pismem innym niż łańskie i cyrylicy?

Tak, byłoby bardzo ciekawie uczyć się u japońskich mistrzów kaligrafii, poznać tamtejszą kulturę i tradycję, ale na razie same musimy opanować wystarczająco dobrze te dwa skrypty!

Victoria Lopukhina i Vitalina Lopukhina

Ukraińskie kaligrafistki, graficzki i nauczycielki. Pracują z literami, popularyzując alfabet cyrylicy i tradycyjne pismo odręczne. Wykonały (indywidualnie i wspólnie) ponad dwadzieścia murali, między innymi w Kijowie i w Holandii. Vitalina Lopukhina wykłada typografię w Instytucie Sztuk Pięknych im. Mychajła Bojczuka w Kijowie. Victoria i Vitalina biorą udział w międzynarodowych konferencjach poświęconych kaligrafii, przeprowadziły również ponad osiemdziesiąt kursów, wykładów i warsztatów.

Balansowanie na krawędzi

Rozmowa z Péterem Bence Simonem

Podczas prezentacji Pétera w ramach Wrocław Type Forum 2018 można było dostać zawrotów głowy: jego animacje litery „A” zapętlały się i tworzyły opartowskie, Rorschachowskie obrazy, które nie tyle ujawniały swoją opowieść, ile bardziej otwierały nas na to, co skryte w naszych głowach. Byłam zaskoczona totalnością metodyczną i projektową, która jednocześnie tak bardzo zbliżała się do obszaru sztuki. Wydawało mi się, że poznanie sposobu myślenia Pétera będzie ciekawym wątkiem do podjęcia rozważań nad tym, jak typografia i projektowanie liter może stać się działalnością artystyczną. Ciekawiło mnie również, jak bardzo oddala się od projektanta i zmierza w stronę artysty.

Beata Bartecka: Opowiedz, jak wyglądała twoja droga jako projektanta i typografa.

Péter Bence Simon: Moją pracą dyplomową była seria plakatów do *Cudownego mandaryna* Béli Bartóka na Wydziale Projektowania Graficznego Węgierskiej Akademii Sztuk Pięknych w Budapeszcie. Podczas wystawy dyplomowej jeden z moich nauczycieli, Attila Auth, życzliwie wyraził się o liternictwie na plakatach. Powiedział, że to najlepsze eksperymenty typograficzne z połączeniem znaków łacińskich i chińskich, jakie widział. Mogę to uznać za mój pierwszy sukces w dziedzinie typografii. Po studiach zająłem się nauczaniem i kontynuowałem karierę niezależnego projektanta. Stworzyłem wiele projektów dla rozmaitych klientów – od marki rowerów mojego znajomego po dużą firmę ubezpieczeniową.

W 2012 roku otrzymałeś jedną z najbardziej prestiżowych nagród na Węgrzech – Złotą Pinezkę.

Tak. Moje prace opisano następująco: „Jego podejście jako artysty uwzględnia tworzenie przejrzystej i pełnej wdzięku komunikacji wizualnej, z zachowaniem równowagi między liternictwem a elementami graficznymi”. Gdy przeczytałem o tym, za co mnie doceniono, i gdy spojrzałem ponownie na moje prace, zdałem sobie sprawę, że zawsze postrzegałem zadania związane z wizualnością z perspektywy typografa.

W tym samym roku rozpocząłeś studia doktoranckie na Uniwersytecie w Peczu.

Byłem pewien, że chciałbym się zająć w większym stopniu typografią eksperymentalną, terytorium na pograniczu obrazu i tekstu. Na uczelni mogłem podjąć jedynie studia w zakresie sztuk pięknych. Będąc jedynym projektantem w gronie artystów, czułem się trochę jak outsider, ale potraktowałem tę sytuację jak wyzwanie. Moim celem było nauczenie się, jak uzyskać takie rezultaty, które mogłyby być docenione w równym stopniu przez artystów, jak i przez projektantów. Szukałem autonomicznego języka wizualnego na polu typografii, co przyniosło zupełnie niespodziewane dla mnie skutki. Możemy nazwać to typografią eksperymentalną, ale ja wolę mówić o przekraczaniu i rozciąganiu granic. Zajmuję się analizowaniem interakcji między literaturą, nauką i obrazem – o typografii myślę jako o obszarze, na którym spotykają się te dyscypliny. Badanie tego terytorium zmieniło moje podejście do projektowania. Tymczasem powstało także wiele plakatów i prac, co podsumowałem w dwóch dziewięćdziesięciosześciostronicowych wydawnictwach: *TYPE_BREAK* i *LETTER RIPPLES*. Otrzymałem główną nagrodę na Węgierskim Biennale Grafiki za moje plakaty z typografią eksperymentalną i zostałem zaproszony do wygłoszenia wykładu na Międzynarodowym Biennale Grafiki w Brnie w ramach programu OFF.

Dlaczego tak ciekawi cię litera?

Litera to dla mnie coś więcej niż po prostu znak. Nawet najprostsza litera stanowi coś ponad zwykłą sumę kresek. Nieważne, jak bardzo zdeformowana, zmodyfikowana, nawet nierozpoznawalna przez długi czas. To coś podświadomego. Gdybym wykorzystał inny znak, niebędący literą, uzyskałbym podobny efekt wizualny, ale nie zadziałałoby to tak samo na odbiorcę. To byłby „jedynie” obraz. Pogranicze między obrazem a literą interesuje mnie najbardziej! Korzystam z umiejętności czytania przez odbiorcę, która działa również wtedy, gdy ktoś jedynie „skanuje” obraz oczami i mózgiem. Kiedy litera staje się rozpoznawalna, a w którym momencie działa jedynie jako obraz? Moim celem jest sprawić, by odbiorca zadał sobie te pytania.

Starasz się także zwrócić uwagę na rzeczywistość medialną, która dotyczy nas wszystkich.

Żyjemy w czasach „potrzeby informacji”, jak pisał Marshall McLuhan, i „nowych mediów”, żeby użyć sformułowania Manuela Castellsa. Nowe technologie i sieci rządzą naszym życiem, a obraz odgrywa w nich ważniejszą rolę niż tekst. William John Thomas Mitchell nazwał to „zwrotem piktograficznym”. Nie staram się uzasadniać tej teorii, moje prace jedynie odzwierciedlają tę sytuację.

Patrzę na twój art book *TYPE_BREAK_analysis of letter fragmentation*.

Dlaczego książka jest w całości poświęcona literze „A”?

Litera „A” to mój podstawowy komponent – najbardziej bazowa jednostka języka.

Możesz mi opowiedzieć o swojej pracy z literą „A”?

Konstruuję własny, różnorodny system oparty na deformacji i rekonstrukcji liter, jakby kodowaniu ich na nowo. W mojej analizie podążam metodycznie do przodu w kierunku budowy systemu, stawiam przemyślane kroki, z których każdy wynika z poprzedniego. Dokumentuję każdy z tych kroków, dokonuję ewaluacji wizualnej – tak powstają moje formy w ramach projektu *TYPE_BREAK*. Eksperymenty te prowadzą do powstania liter, jakich jeszcze nie widziano, nowych znaków, nowych tekstów, które nie są oparte na regułach semantyki i syntaktyki.

Możesz przeprowadzić taką operację na dowolnej literze.

Tak, od czasu skonstruowania systemu wizualnego można go zastosować przy każdej literze („A”, „B”, „C”...). Gdybym miał wystarczająco dużo cierpliwości, mógłbym nawet opracować krój pisma. Ale moja podstawowa koncepcja polegała na zbadaniu granicy między obrazem a literą. Funkcjonalny krój pisma pozwoliłby mi przekroczyć tę granicę, ale nie chciałem tego – wolałem zostać pośrodku i potraktować to jako eksperyment.

Osiągnąłeś punkt, w którym nawet do zleceń podchodzisz jak do eksperymentów typograficznych.

I to działa. Kiedy się porzuci rutynowe rozwiązania i popularne inspiracje, to bardziej prawdopodobne się staje, że możemy osiągnąć coś niezwykłego. To wymaga więcej czasu, ale kiedy podążasz własną ścieżką, to jest jak jazda w dół wzgórzem.

Gdzie leżą twoje granice eksperymentu w typografii?

Celem moich badań jest analiza zagadnienia czytelności. Nie chodzi mi o stworzenie kroju liter, który czyta się trudno, moim zamiarem nie jest bowiem testowanie czytelności w sytuacjach ekstremalnych, ale kwestia czytelności jako takiej. Tego aspektu moich eksperymentów nie zamierzam ograniczać. Ponadto mój proces deformacji liter jest oparty na konstrukcji jednego algorytmu wizualnego – to jedyny mechanizm, który mnie ściśle ogranicza. W związku z tym planuję wcześniej wiele aspektów, w ramach regularnego systemu geometrycznego. Zawsze poruszam się naprzód powoli, ponieważ analizuję wyniki krok po kroku. Wszystkie kroki układają się w końcu w zapętloną sekwencję. Na tym polega moja metoda rozwijania koncepcji. Nawet jeśli rezultaty wydają się chaotyczne, to nie są wynikiem spontanicznych działań. Każdy krok jest przemyślany, przypadek – wyeliminowany. Kiedy jednak zaczynam „program”, rezultat będzie zależny od wcześniejszych kroków po drodze, nie mogę więc nazwać go przewidywalnym. Nigdy nie jestem pewien do końca, gdzie dotrę w środku pracy albo na końcu. Ścisłe ograniczenie przypadkowości prowadzi do niemal abstrakcyjnych, zaskakująco skomponowanych liter.

Możesz powiedzieć mi coś o swoim kolejnym projekcie?

Wiele ciekawych projektów typograficznych już ujrzało światło dzienne i jestem zadowolony z efektów. Dotarłem do punktu, w którym zacząłem wykorzystywać materiały już gotowe. Doszedłem do wniosku, że tak skupiłem się na formalnej, kompozycyjnej stronie, że zignorowałem materialny wymiar. Odkryłem, że mógłbym jeszcze dokładniej eksplorować pogranicze tekstu i obrazu, gdybym dodał jeszcze jeden element – przestrzeń. Zamierzam więc ruszyć się poza papier, ale nie zamierzam zrywać z eksperymentowaniem. Będę realizować moje pomysły przy użyciu frezowania komputerowego i druku cyfrowego, a usterki na powierzchni będę łączył z moimi eksperymentami typograficznymi.

Mogę się zatem spodziewać, że twoje eksperymenty typograficzne będzie można zobaczyć raczej w galeriach sztuki niż na wydarzeniach związanych z projektowaniem i typografią?

Moje prace z wykorzystaniem typografii eksperymentalnej, które podsumowałem w swoich książkach, nie będą wykorzystywane w pracy komercyjnej

dla klientów – w tym sensie są to autonomiczne dzieła. Prezentowałem je już w znanej galerii sztuki Platán przy Instytucie Polsko-Węgierskim, która mieści się przy najbardziej prestiżowej ulicy w Budapeszcie – alei Andrásyego. Mój projekt wygrał konkurs na wystawę jako jedna z czterdziestu propozycji. Moje eksperymenty balansują na granicy nie tylko liter i obrazu, ale także projektowania i sztuki. Trudno je jednoznacznie skategoryzować. Taki był jednak mój zamiar – chodziło mi o znalezienie pogranicza wielu dyscyplin i balansowanie właśnie na tym pograniczu. Szukałem czegoś innego niż to, do czego jestem przyzwyczajony. Dlatego moja „litero-grafika” reprezentuje wizualną świeżość, nowość. Jednocześnie wykorzystuję unikatowe rozwiązania graficzne, takie jak metody fragmentacji liter. Z tych metod korzystałem z powodzeniem przy projektowaniu plakatów na zlecenie. Plakaty te znalazły się w finale konkursu Złotej Pinezki w 2018 roku, w kategorii Plakat Kulturalny, i były prezentowane na wydarzeniu Graphifest.

Jakie są twoje plany na przyszłość?

Moje plany na przyszłość pozostają bez zmian: utrzymywać równowagę na cienkiej linii, na której przenikają się dziedziny takie jak sztuka, projektowanie, obraz i litera.

Péter Bence Simon

Węgierski niezależny grafik i projektant. Pracuje na Uniwersytecie Artystycznym im. László Moholy-Nagy w Budapeszcie. Jego zainteresowania artystyczne obejmują przejrzyste i atrakcyjne elementy komunikacji oraz równowagę między typografią a grafiką. Badania, które prowadził w ramach pracy nad doktoratem, zaprowadziły go na pogranicze literatury, sztuk wizualnych i dizajnu. Eksperymentuje z interakcjami między literą a obrazem, żeby uwolnić żywioł werbalny ze związków syntaktycznych i semantycznych.

Fascynuje mnie badanie tego, co nieoczywiste i ukryte za codziennością

Rozmowa z Agatą Szydłowską

Nie sposób opowiadać w Polsce o typografii i projektowaniu liter po 2000 roku, bez odnoszenia się do działań i książek Agaty. Co ważne, również dzięki niej promocja polskiego projektowania za granicą przybierała formy ciekawych opowieści, a nie jedynie nudnych prezentacji. W obecnej fazie jej życia typografia, projektowanie liter, a nawet projektowanie graficzne, coraz mocniej schodzi na dalszy plan. Dlatego tak bardzo ważna dla mnie jest ta rozmowa, kiedy wyczuwam u Agaty ten moment graniczny. Interesuje mnie uchwycenie jej osobistego świata doświadczeń, który łączy się z dizajnem w różnych jego odmianach.

Beata Bartecka: Pamiętasz moment, kiedy uczyłaś się pisać?

Agata Szydłowska: Mam zapośredniczoną pamięć. Wiem od mamy, że w wieku trzech lat nauczyłam się pisać z telewizji, z programu, który prowadziła Ewa Chotomska, znana jako Ciotka Klotka z *Tik-Taka*. Pisałam drukowanymi literami, kształty były dosyć proste. Nie rozumiałam, czym jest spacja, więc wyrazy oddzielałam łącznikiem. Z umiejętności pisania korzystałam z wielkim entuzjazmem. Tym autorskim, choć bardzo czytelnym stylem zapełniałam całe notesy i zeszyty.

To jak sobie poradziłaś w szkole?

Kiedy poszłam do zerówki, sprawnie czytałam i pisałam, ale po swojemu. Trudno mi było dostosować się do bardzo normatywnego systemu szkolnego. Stawiano tam na łączenie wszystkich liter i oczywiście bardzo staranne pisanie. Byłam dzieckiem, o którym się mówiło, że brzydko pisze. Do dziś moje litery są dosyć niestaranne, właściwie to nawet nie przepadam za pisanem ręcznym, chociaż przygotowując się do napisania tekstu, rozpisuję zagadnienia na kartce, zaznaczam kolorami, traktuję papier jako przestrzeń roboczą.

Czy jako dziecko interesowałaś się książkami?

Tak, to było dosyć naturalne w naszym domu. Dopiero jako dorosła odkryłam, że miałam inne preferencje niż te, do których przyznają się teraz moi znajomi. Wszyscy odwołują się do dziecięcej fascynacji między innymi Bohdanem Butenką, syntetycznymi i szybkimi do przyswojenia rysunkami. A mnie to nudziło. Lubiłam bardzo klasyczne, pełne szczegółów obrazy. Ciągnęło mnie do realistycznych rysunków, w których mogłam się zanurzyć. Chociaż były też wyjątki – przepadałam na przykład za dziecięcymi ilustracjami Zbigniewa Lengrena, chociaż za Profesorem Filutkiem już nie tak bardzo. Nie mam jednak szczególnych wspomnień o literach. Dosyć późno się tym zainteresowałam.

Opowiedz o tym.

Byłam w liceum z rozbudowanym programem plastycznym, gdzie nabrałam trochę świadomości na temat projektowania graficznego. W 2001 roku pojawił się kwartalnik „2+3D”, na którego punkcie oszalałam. Czytałam od deski do deski, każdy artykuł był dla mnie objawieniem, nawet te specjalistyczne, nudne teksty. Zainteresowało mnie odkrywanie pokładów znaczeń i treści w tym, co na pozór jest nieprzedstawiające i traktowane jako neutralne. Poszłam na historię sztuki na Uniwersytecie Warszawskim, gdyż wydawała mi się miejscem, w którym będę mogła rozwijać te zainteresowania. Oczywiście okazało się inaczej, niewiele tam było o projektowaniu, ale na szczęście dalej wychodziło „2+3D”, powstało Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej i zaczęły się dziać różne ciekawe rzeczy wokół dizajnu.

Starłam się chodzić na wszystkie wydarzenia. Fascynowało mnie, że rzeczy, które zwykle pomijamy, okazują się oknem, przez które można zobaczyć tak dużo. Interesowały mnie pochowane historie, systemy, idee. Teraz już wiem, że zajmując się projektowaniem, musisz mieć trochę inne kompetencje i inną wiedzę, niż gdy zajmujesz się sztuką. Więcej trzeba wiedzieć o ekonomii, społeczeństwie, technologii. W poszukiwaniu miejsca, gdzie mogłabym rozwijać potrzebne mi kompetencje i zająć się spokojnie badaniem dizajnu, trafiłam na studia doktoranckie w Szkole Nauk Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii PAN, a doktorat zrobiłam ostatecznie z etnologii. Z drugiej strony cieszę się, że mam pewien zakres wiedzy z historii sztuki i nie muszę tego nadrabiać. Historia sztuki uczy patrzeć i widzieć to, na co się patrzy. To jest trudna do uchwycenia umiejętność, dopiero niedawno zaczęłam ją dostrzegać i doceniać.

Teraz przyznajesz, że projektowanie graficzne coraz mocniej znika z twojego głównego obszaru zainteresowań.

Doktorat, który pojawił się w formie książki *Od solidarycy do TypoPolu. Typografia a tożsamości zbiorowe w Polsce po roku 1989*, wydanej w 2018 roku, był zamknięciem pewnego etapu. Chociaż jest wiele rzeczy, które są dla mnie potencjalnie ciekawe, to przestały mnie zajmować dyskusje środowiskowe. Kiedy zaczęłam interesować się projektowaniem graficznym i typografią, sama dyskusja o tej dziedzinie, jak i sama praktyka, trochę rządkowała. Mówię oczywiście o Polsce. Pamiętam projektantów, którzy pojawili się na przełomie XX i XXI wieku, ich rzeczy wydawały mi się z innego świata, jak chociażby dizajn „Magazynu Sztuki” Grzegorza Laszuka czy plakaty Jakuba „Hakobo” Stępnia. Do pewnego momentu podobało mi się uczestniczenie w takiej pionierskiej chwili. Dużo rozmawiałam z projektantami, co później, w 2013 roku, przyjęło formę książki *Milion rzeczy dookoła*. Dużo się od nich uczyłam. Teraz projektowanie graficzne i typografia mają się świetnie, bardzo się profesjonalizowały, ale wydaje mi się, że jest mało ciekawych rozmów, przynajmniej dla mnie. Z drugiej strony jak człowiek dojrzewa, również intelektualnie, przestaje być wszystkożerny. Ciągłe jest jednak wiele zjawisk, które mnie interesują, jak choćby różne rzeczy z Peerelu. Fascynuje mnie, jak wtedy wyglądało projektowanie, jak ludzie o tym opowiadali, jak pracowali, w jakie relacje wchodził z władzą i jak to było zorganizowane. Chyba najmniej interesuje mnie współczesność.

Wróćmy jeszcze do doktoratu, w którym pokazałaś, jak w potransformacyjnej Polsce konflikty społeczne znajdują wyraz w liternictwie. Dlaczego zdecydowałaś się na taki temat?

Początkowo chciałam się zająć kwestią tożsamości narodowej z punktu widzenia projektowania graficznego w Polsce. Miałam jednak trudności ze

sproblematyzowaniem tego tematu – wydawał mi się zbyt oczywisty, mało tam było do odkrywania. W tym samym czasie przeprowadzałam wywiady i rozmawiałam między innymi z Łukaszem Dziedzicem czy Arturem i Magdą Frankowskimi. Zainteresowało mnie to, jak oni mówią o kroju Antykwa Półtawskiego. Chociaż każdy z moich rozmówców podkreślał jego narodowy charakter, mówili o tym inaczej, ewidentnie temat ten, sprzed prawie stu lat, budził emocje. Przyszło mi do głowy, żeby do tożsamości narodowej w projektowaniu graficznym podejść w sposób mniej oczywisty, trudniejszy – przez przyjrzenie się literom. Prędko się okazało, że narodowość nie wyczerpuje tematu liter jako mediatorów tożsamości, doszły więc też kwestie klasowe, światopoglądowe i tak dalej. Wtedy również powstał pomysł, żeby wspólnie z Marianem Misiakiem napisać książkę o polskim projektowaniu krojów pisma, czego rezultatem była *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce z 2015 roku*. Nie wpadłabym na te wszystkie pomysły, gdyby nie rozmowy z projektantami. Jestem również niezmiernie wdzięczna moim promotorkom, profesor Annie Wieczorkiewicz i doktor Ewie Klekot, za to, że z otwartymi głowami i zaufaniem podjęły się prowadzenia pracy na tak dziwny i nietypowy dla etnologii temat. W dziekanacie Wydziału Historycznego uparcie przekręcano temat mojej pracy i wpisywano „topografię” zamiast „typografii”, więc o mało nie zostałam specjalistką od rzeźby terenu. (śmiech)

Jak się pracuje nad historią i analizą krojów z praktykiem tej dyscypliny?

Bardzo dobrze – Marian sam jest badaczem, a także absolwentem socjologii, więc nie mieliśmy żadnego problemu ze znalezieniem wspólnego języka. Ogólnie to jest ciekawe, że projektantów krojów bardzo interesuje historia i *research*. Ten aspekt badawczy pojawia się znacznie częściej niż u projektantów graficznych. Uwielbiają powoływać się na naukowy język, sięgać po obiektywne kategorie. Zapewne wynika to poniekąd z potrzeby emancypacji tego zawodu od sztuki.

Chcą być bliżej politechniki niż akademii sztuk pięknych.

Być może. Dla typografów i projektantów krojów bardzo ważną kategorią jest czytelność i często odwołują się do różnych badań. Jacek Mrowczyk zwrócił mi uwagę, że za najbardziej czytelne uważa się to, do czego jesteśmy najbardziej przyzwyczajeni. Obiektywnie czytelności nie da się zbadać. Chyba trzeba byłoby zacząć od badań na dzieciach, które uczą się czytać. Ale jak zaprojektować takie badanie? Nie wiem, czy to w ogóle się da zrobić. Dla mnie w projektowaniu krojów bardzo ważna jest kwestia oka, wycucia, doświadczenia. To nie są rzeczy, których się nauczysz z książki. To aspirowanie do naukowości i postępowanie się kategoriami z innych dziedzin

pokazuje, że ciągle brakuje nam języka, którym moglibyśmy mówić o projektowaniu. Mamy język ze sztuki – ładne, brzydkie, równowaga, harmonia – albo z biznesu lub właśnie z nauki.

W swoich badaniach nie tylko zajmujesz się historią, ale także zastanawiasz się, dlaczego coś powstało, rozwijasz kwestie przypadkowości czy relacji między ludźmi. Czy w ten sam sposób uczysz studentów, przyszłych projektantów?

Kiedy opowiadam, staram się pokazać, skąd wzięty się jakieś formy i czemu służyły. Zobacz. Mówiąc o kroju klasycystycznym – jak Bodoni, możemy opowiedzieć o prostych szeryfach, osiach pionowych i różnicach w grubości między liniami, ale znacznie ciekawsze jest to, dlaczego te szeryfy tak wyglądają. Można wskazać, jak w swoich kształtach zbliżają się do maszynowości i jednocześnie coraz bardziej oddalają się od genezy ręcznej. Te litery są o prymacie rozumu i wierze w racjonalność, naukę, wyliczenia. To, co działo się w oświeceniu, objawia się w literach. Jako historyczka dizajnu wiem, że ta dziedzina jest metodologiczną hybrydą. Podobnie jak w historii sztuki, często pojawia się też zainteresowanie doskonałością w dizajnie: ćwiczysz oko, żeby rozpoznawać wybitne rzeczy. Mnie zaś przede wszystkim interesuje ta niedoskonałość, to, co jest potoczne, mainstreamowe. Interesują mnie biografie obiektów i ideologie, które je ukształtowały, niezależnie od tego, czy to jest krój liter, czy lodówka. Wydaje mi się, że opowiadanie o dyskursach wokół rzeczy, sposobach ich produkcji oraz konsumpcji, może nas uchronić przed byciem bezkrytycznym narzędziem jakichś dziwnych ideologii, o co w wypadku bycia projektantem jest bardzo łatwo. To jest wspaniała dziedzina, która często naprawdę chciała czynić świat lepszym, ale, niestety, bardzo często była i jest również uwikłana w jakieś nieciekawe historie związane z wyzyskiem, eksploatacją środowiska naturalnego czy chociażby najzwyczajszym wciskaniem ludziom kolejnych rzeczy, których oni nie potrzebują.

Jak myślisz, w którą stronę będą się rozwijały polskie badania na temat projektowania?

Na pewno będzie to uzupełnianie białych plam. Mamy bardzo dużo projektantów czy obszarów z okresu Polski Ludowej, które są zapomniane. Trochę zbadaliśmy już kwestie typografii, krojów, znaków, a nawet komunikacji wizualnej, ale przed nami jeszcze wiele ciekawych zjawisk. Bardzo mnie cieszy, że taką badawczą pracą u podstaw zajmują się młodzi projektanci i robią to naprawdę świetnie. Dziedzina bardzo się też specjalizuje, pojawia się coraz więcej fachowych publikacji i wydarzeń dotyczących coraz węższych aspektów projektowania. Jeśli o mnie chodzi, tak jak wspominałam, coraz bardziej interesują mnie zagadnienia wychodzące poza projektowanie

graficzne czy projektowanie krojów. Chociaż nie odchodzę bardzo od samego dizajnu. Ciągle fascynuje mnie badanie tego, co nieoczywiste i ukryte za codziennością. Chcę, by ludzie nie spoglądali na TypoPolo i myśleli tylko: „Ale śmieszne”. Chcę pokazywać, że w projektowaniu także mamy do czynienia z relacjami władzy i ważne, byśmy umieli odkodowywać tę rzeczywistość. Ważne jest, żebyśmy bardziej świadomie podchodzili do otaczającej nas wizualności i do otaczających nas obiektów.

Agata Szydłowska

Doktor nauk humanistycznych w zakresie etnologii, absolwentka historii sztuki na Uniwersytecie Warszawskim oraz Szkoły Nauk Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii PAN. Autorka książek i artykułów o historii projektowania graficznego, typografii i dizajnu. Kuratorka i współkuratorka kilkunastu wystaw poświęconych polskiemu projektowaniu za granicą, w tym między innymi na Wanted Design w Nowym Jorku, XXII Triennale di Milano „Broken Nature. Design Takes on Human Survival” czy w ramach Tokyo Designers Week.

Typografia – klejnot, którym warto się zajmować

Rozmowa z Katarzyną Roj

Z Katarzyną łączy mnie wieloletnia współpraca, która zaczęła się w momencie objęcia przez nią kierownictwa galerii Dizajn (wówczas Design) BWA Wrocław. Od początku zapraszała do galerii projektantów, artystów, aktywistów i badaczy, którzy mnie poruszali, fascynowali lub po prostu otwierali mi oczy na wiele spraw, nie tylko z zakresu typografii. Początkowo do rozmowy chciałam podejść tak, jakbym nigdy wcześniej z nią nie rozmawiała, żeby uniknąć prywatnych wątków i pomijania tematów, które chociaż dla nas są znane, to niekoniecznie mogą być takie dla czytelników. Szybko jednak odkryłam, że jej podejście do typografii i projektowania liter znam jedynie przez projekty i wystawy. Nie miałyśmy do tej pory okazji, by porozmawiać wyłącznie o tych obszarach. Teraz to nadrabiamy.

Beata Bartecka: Jesteś kuratorką programu i kierowniczką galerii Dizajn BWA Wrocław, w której typografią zajmowaliście się na różne sposoby, w tym organizując wystawy, warsztaty, debaty. To ogromne doświadczenie. Jak według ciebie należy pokazywać typografię? Jak o niej mówić?

Katarzyna Roj: Bardzo wyraźnie. Po tylu latach pracy wiem, że często rzeczy, które dla kuratorów są czytelne i zrozumiałe, niekoniecznie są klarowne dla naszej publiczności. Galeria Dizajn mieści się w centrum miasta, tuż przy Rynku, otaczają nas sklepy, restauracje, i to sprawia, że często osoby trafiają do nas przypadkiem. Dla wielu z nich jest to pierwszy kontakt z niektórymi obszarami dizajnu. Dlatego musimy mieć świadomość tego, jak do nich mówimy. Druga rzecz, która przychodzi mi do głowy, to to, że warto mówić trochę zajawkowo. Pokazywać ciekawe aspekty i historie, które mogą kryć się za typografią. Trzecia rzecz... Kojarzysz logo Carrefoura? Znam parę osób, które dzielą życie na dwa etapy: przed dostrzeżeniem w nim literki „C” i po. (śmiej) Bardzo lubię sobie wyobrazać, że dzięki naszej aktywności mamy wpływ na tego typu odkrycia i budowanie świadomości. Oczywiście warto pamiętać o fundamentalnej kwestii dotyczącej typografii: kiedy jest dobrze zaprojektowana, najczęściej jest niewidoczna. Jeśli w trakcie czytania książki zaczynasz coraz mocniej skupiać się na typografii, to już wiadomo, że coś jest z nią nie tak. To jest medium, które musi być przezroczyste i powinno pozwolić nam wnikać w treść. Z drugiej strony jednak nie dajmy się zwieść. Samo medium typografii również niesie własną informację, ma także swoją historię. I właśnie przybliżenie tego jest ciekawym zajęciem dla galerii.

Jak głęboko należy „wchodzić w temat” przy wystawach i projektach typograficznych?

Projektowanie krojów pisma to nisza nisz. Zajmuje się tym bardzo mała liczba osób, ale to oddziałuje na wszystkich użytkowników komunikatów. Jak głęboko należy „wchodzić w temat”? Wydaje mi się, że nie ma granic. Jeśli jesteśmy w stanie opowiadać przez typografię historię i potrafimy wykorzystać ją do tego, by powiedzieć coś więcej o nas samych – tej granicy nie ma. W myśleniu o programie galerii Dizajn ciągle obecna jest taka refleksja, żeby nie prezentować tylko kolejnych rzeczy. Trochę zrywamy z konsumpcyjnym nachyleniem dizajnu, bardziej wykorzystujemy go jako pretekst, żeby opowiedzieć o naszym życiu.

Powiedz trochę więcej o tym, co interesuje cię w typografii w wymiarze społecznym.

Interesują mnie historie, które za tym stoją. Nie jestem odosobniona w tym myśleniu. Wystarczy przyrzeć się działaniom lokalnego fenomenu Threedotstyp. Ten mały dom typograficzny prowadzony przez Mariana

Misiaka został ufundowany na założeniu, że litery opowiadają historie. Klasyczne zdanie: „The medium is the message”. Na chwilę przestajemy myśleć o tym, jaki komunikat niosą te litery, a pochylamy się nad nimi i zaczynamy się zastanawiać, co one same z siebie opowiadają. To jest rzecz, która mnie bardzo interesuje.

Bez wątpienia takim projektem był typoaktywizm, w którym zajęliście się wrocławskimi cyframi taborowymi, czyli oznaczeniami inwentarzo- wymi miejskich tramwajów i autobusów.

W galerii realizowaliśmy projekt *Noworoczne postanowienia*, od niego zawsze zaczynaliśmy program w nowym roku. Celem była refleksja nad aktywnością naszej instytucji, ale także namysł nad zawodem projektanta i projektantki. Wydawało się nam, że jako galeria publiczna powinniśmy dostarczać projektantom pretekstu do tego, żeby zastanowić się nad rolą i etyką zawodową, a także drogami rozwoju. Podczas edycji w 2013 roku zorganizowaliśmy warsztaty z zakresu typografii w przestrzeni publicznej, które określiliśmy jako detektywistyczne, słowo „typoaktywizm” pojawiło się znacznie później. Co ciekawe, przyszedł do nas nawet jeden profesjonalny detektyw, który ostatecznie nie znalazł się w grupie, gdyż zrozumiał, że żadni z nas detektywi. (śmiej) Zgłosiły się osoby, które niekoniecznie były projektantami, ale za to interesowały się historią Wrocławia, przestrzenią publiczną, jej kształtem i oddziaływaniem – osoby zainteresowane badaniem wizualności miasta. Od początku w procesie był Marian Misiak, który uczulał nas, jak ważnym elementem projektowania jest badanie. Wtedy jeszcze nie mówił o tym tak dużo. Powstała interdyscyplinarna grupa badawcza, która zajęła się zbadaniem i redizajnem wrocławskich cyfr taborowych. Wyszliśmy od badania historii i doszliśmy, przez badania dizajnu i redizajnu, do wdrożenia projektu. Dziś możemy obserwować wrocławskie tramwaje i autobusy jeżdżące z poprawionymi przez nas cyframi. Po zakończeniu całego procesu wydaliśmy publikację, która była zapisem systemu i podsumowaniem przebiegu przedsięwzięcia.

Jaki mieliście pomysł na organizację i przebieg tego projektu?

Powiem coś, co może nie jest popularne dla dużych instytucji kultury, ale w momencie, gdy zaczynaliśmy, mieliśmy świetnego badacza i projektanta krojów, mieliśmy zapał i pomysł, brakowało nam jednak ugruntowanego pomysłu, jak ten projekt rozwijać. Nie wiedzieliśmy jeszcze, co się wydarzy. Dziś, patrząc z perspektywy czasu, uważam, że to było właściwie błogosławieństwo tej sytuacji. Otworzyliśmy się na przygodę, wykorzystaliśmy wszystkie narzędzia, które dawała nam instytucja, lecz postawiliśmy również na swój spryt oraz własne zaangażowanie.

Nie zawsze działania typoaktywistyczne mogą zakończyć się tak spektakularnie jak projekt z wrocławskimi cyframi taborowymi.

Jesteśmy nietypową galerią, ponieważ program wystawienniczy rozpoczęliśmy od koncepcji prezentowania cieni przedmiotów i opowieści o tych obiektach. Była w tym zawarta fundamentalna myśl, która miała pokazywać, że nie jesteśmy galerią przedmiotu. Wspieramy eksperymenty i nie we wszystkim szukamy galleryjnego sukcesu. Nasza działalność wymyka się logice *stricte* wystawienniczej. To, że pewne elementy naszego programu mogą być niezrozumiałe dla wszystkich, nie oznacza, że nie powinniśmy realizować takich projektów. Musimy się oczywiście zastanawiać, jak tłumaczyć, czym się zajmujemy, w jaki sposób możemy udostępniać publiczności elementy procesu oraz jak pokazywać rezultaty, nawet jeśli nie są tak spektakularne.

Dużo mówimy o korzyściach projektów typoaktywistycznych, a jakie są ich cienie? Jakie zauważyłaś trudności?

Cienie kładą się delikatnie na samej współpracy i na tym, jak budujemy relacje osób o bardzo zbliżonych kompetencjach. Myślę, że należy z dużą czujnością tworzyć grupy, żeby znajdowali się w niej ludzie, którzy posiadają bardzo różne umiejętności i odmienną wiedzę. Kiedy mamy wybitnego typografa, to lepiej dołóżmy kogoś, kto świetnie zna się na pracy w archiwach. Jeśli mamy dwóch czy więcej projektantów, to ważne, by chcieli ze sobą współpracować i widzieli w tym jakąś wartość. To jest bardzo uniwersalna rzecz dotycząca w ogóle budowania grup. Warto po prostu tworzyć coś na zasadzie ligi niezwykłych dżentelmenów – chociaż nie brzmi to bardzo kusząco genderowo.

Jeśli sięgniemy po komiks Alana Moore'a *Liga Niezwykłych Dżentelmenów*, to nie będzie takich problemów. W jego narracji grupa ta była bardzo zróżnicowana genderowo.

Właśnie o coś takiego mi chodzi. Tutaj również widzę rolę galerii jako gospodarza w budowaniu zespołu. Galeria powinna wspierać różnorodność w projekcie i dobierać poszczególnych uczestników tak, aby każdy z nich odznaczał się określoną umiejętnością i wiedzą.

Zastanawiam się, czy typoaktywizm nie powinien pojawić się w jakiejś formie na uczelniach, na których uczy się o projektowaniu graficznym i typografii?

Tutaj są dwie kwestie. Jedna to sama nazwa typoaktywizm. To z jednej strony nazwa własna projektu, który zrealizowaliśmy w galerii w paru odstonach, najgłośniejszą były wrocławskie cyfry taborowe. Z drugiej zaś strony ta nazwa rzeczywiście oddawała proces, który przebiegał. To jest sposób na uprawianie typografii, ale także uprawianie wiedzy o wizualnych aspektach

przestrzeni publicznej. To również model edukacyjny, który jest szalenie ciekawy i bardzo bym sobie życzyła, by został wdrożony do akademii sztuk pięknych lub innych szkół, które kształcą projektantów.

Kiedy to mówisz, styszę w twoim głosie pewne wahanie.

Typoaktywizm ma wpisaną w sobie pewnego rodzaju kontestację tradycyjnego modelu kształcenia projektanta, który znamy z polskiego doświadczenia. W końcu to, co jest ważne w typoaktywizmie, to nie tylko samo projektowanie. To praca zespołowa, w której projektant jest jedną z postaci w bardzo szerokim zbiorze osób o różnych kompetencjach. Dla mnie jest on graczem, który musi pospinać odmienne kwestie, wyciągnąć wiedzę od różnych ludzi, skoordynować ich pracę i doprowadzić do odpowiedniego projektowego finału. W oficjalnych systemach edukacji pomija się często potrzebę kształcenia empatii, komunikacji czy czujnego ucha na to, by wyciągnąć ważne i ciekawe rzeczy z każdej osoby w zespole. Dodatkowo typoaktywizm zrywa z hierarchią. Mimo że mówimy o charyzmatycznym liderze, to chciałabym bardzo mocno podkreślić, że struktura takiego modelu typoaktywistycznego jako modelu edukacyjnego jest po prostu ahierarchiczna. To naprawdę zrywa z autorytetami. Nie ma odgórnego, wszystkowiedzącego dawcy wiedzy. Jest chęć współpracy, dzielenia się i uczenia od siebie nawzajem, jest porozumienie na rzecz wspólnego projektu.

W wywiadzie Viktoriya Grabowska podkreślała, że w obecnych czasach typograf ma możliwość współpracy z ludźmi z całego świata. Według niej jest to niesamowite i aż głupio byłoby z tego nie skorzystać.

Bardzo często uważa się projektantów liter za outsiderów, którzy gdzieś siedzą i pracują w taki benedyktyński sposób. To się zmienia. Coraz częściej w projektowaniu profesjonalnych systemów litericznych jest tendencja, by angażować jak najwięcej osób do współpracy. Dodatkowo warto zastanowić się też nad tym, jak w obecnych czasach typograf wchodzi w relację z programistą. Wydaje mi się, że w przyszłości ostateczną rolę projektanta będzie spinanie pracy wielu osób w zmierniu do osiągnięcia konkretnego celu. Kiedy myślę o tym, co powiedziała Viktoriya, to przede wszystkim mam poczucie, że wielką przyszłością są jednak kroje multiskryptowe i projektowanie dla różnych rodzin językowych. Widzę przyszłość cyrylicy w polskim projektowaniu. To byłoby adekwatnego do tego, co coraz częściej doświadczamy na polskich ulicach, szczególnie we Wrocławiu, gdzie słyszymy, że język ukraiński czy rosyjski jest coraz powszechniejszym elementem miejskiej audiosfery. Skoro jest na poziomie mówionym, to przyszłość może pokazać, że ma szansę zaistnieć pod postacią typografii w przestrzeni publicznej. Pewnie muszą przeminąć pokolenia, bo dla Polaków cyrylica jest elementem mocno historycznie obciążonym.

Czy widzisz jakieś obszary typograficzne, które cię wyjątkowo interesują i którym chciałabyś się przyjrzeć?

Nawiązując do pracy Viktoriyii Grabowskiej i kroju Maria Theresia, interesuje mnie bardzo kwestia czytelności w życiu ludzi, którzy nie widzą. Nasza kultura totalnie sfetyszyzowała obszar wizualności i wszystko właściwie jest temu podyktowane. Coraz bardziej interesuje mnie to, co jest haptyczne, i to, co ma wyraz dźwiękowy. Słuch to niesamowity zmysł. Nie możesz uszu wyłączyć, oczy zawsze możesz zamknąć. To oczywiście ma swoje mroczne oblicza. Ciekawi mnie, jak typografia poradzi sobie jako dyscyplina w wymiarze rezygnacji z niektórych obrazów na rzecz audio lub haptyczności. Nieustannie interesuje mnie historia, która stoi za typografią. Nie mówię tutaj o tych wszystkich fastfoodowych fontach, które można sobie kupić w jakichś dużych korporacjach typograficznych. Mówię o typografii, która jest tworzona przez zajawkowiczków i ludzi, którzy mają cenne oko i tworzą określony system. Korzystajmy z takiej typografii jak z dobrego budulca, który przynosi nam dodatkowe treści, ponieważ jest naładowany czymś ciekawym. I taką typografię zawsze będę postrzegać jako klejnot, którym warto się zajmować.

Katarzyna Roj

Autorka programu wystawienniczego galerii Dizajn BWA Wrocław, kuratorka i redaktorka. Absolwentka filozofii i historii sztuki Uniwersytetu Wrocławskiego. Od 2009 roku realizuje w galerii Dizajn wydarzenia przybliżające interdyscyplinarne zagadnienia związane z projektowaniem.

Artykuły

Nowe szczegóły dotyczące pochodzenia Akzidenz-Grotesk

Dan Reynolds

Prolog

Na początku chciałbym przedstawić kilka faktów dotyczących niemieckiego odlewnictwa w XIX wieku, które zarysują tło dla dalszych rozważań:

- kroje pisma nie zawsze były produktem ekskluzywnym,
 - wielu drukarzy zamawiało wszystkie czcionki w jednym domu typograficznym, wybieranym prawdopodobnie ze względu na jak najmniejszą odległość od drukarni,
 - każdy dom typograficzny musiał mieć w ofercie wszystkie kroje pisma, jakich tylko mogli zażyczyć sobie ich klienci – aby dysponować taką możliwością, a także zgromadzić jak najszerszy asortyment, domy typograficzne kupowały duplikaty matryc wyprodukowanych przez inne firmy,
 - mniej więcej po 1845 roku pojawiła się również możliwość kopiowania i odwrotowania matryc z istniejących zestawów,
 - kroje pisma miały swoje nazwy gatunkowe i nie należały do większych rodzin ze względu na mnogość grubości, szerokości i odmian, choć poszczególne kroje mogły również występować jako kursywa lub wersja pogrubiona.
- W 1900 roku w Niemczech działało około siedemdziesięciu domów typograficznych. Połowa z nich funkcjonowała jako oddziały większych drukarni, pozostałe jednak były niezależnymi firmami zajmującymi się przede wszystkim sprzedażą czcionek. W mojej opinii drukarski przemysł typograficzny zmienił początek XX wieku na wiele sposobów:
- poszczególne kroje pisma stawały się produktem coraz bardziej ekskluzywnym i przypisanym do domu typograficznego, który wyprodukował je pierwszy,
 - domy typograficzne dokładały coraz więcej starań, aby możliwie jak najbardziej poszerzyć bazę klientów, co oznaczało produkcję nie tylko dla lokalnych drukarni, ale także dla firm z całego świata,
 - nowe kroje pisma coraz częściej opatrywano unikalnymi nazwami,

- coraz częściej można było kupić duże rodziny krojów pisma, zawierające warianty o różnych grubościach, szerokościach i kątach pochylenia,
- sto lat temu wypuszczanie „rodziny krojów pisma” we współczesnym rozumieniu tego pojęcia było rzadkością – typową praktyką domów typograficznych było stopniowe poszerzanie o nowe odmiany krojów, które już dobrze przyjęły się na rynku,
- projektowaniem pisma po 1900 roku nierzadko trudnili się artyści. Choć część domów typograficznych wiązała się współpracą z artystami już w latach siedemdziesiątych XIX wieku, rozwiązanie to upowszechniło się w XX wieku i jeszcze przed 1914 rokiem niemal wszystkie niezależnie niemieckie zakłady podjęły taką kooperację.

Pierwsze pismo bezszeryfowe pojawiło się w Anglii około 1816 roku, ale nie wywołało ono od razu rewolucji na rynku drukarskim. Do niemieckojęzycznej części Europy krój ten zawitał w 1833 roku¹ za sprawą Eduarda Haenela, który sprzedał go w ramach działalności swojego magdeburgskiego domu typograficznego². Konieczne było, podobnie jak w wypadku innych wczesnych brytyjskich odmian tego kroju pisma, sprowadzenie z Londynu matryc, które zawierały wyłącznie wersaliki³. Przed 1900 rokiem nie pojawiła się żadna książka drukowana w całości pismem bezszeryfowym⁴. Gdy dwadzieścia osiem lat później na rynku ukazała się *Die neue Typographie* autorstwa Jana Tschicholda, książki drukowane wyłącznie krojem bezszeryfowym wciąż były zjawiskiem niecodziennym, choć niemieccy typografowie zaczęli już rozważać takie rozwiązanie dla dłuższych tekstów.

- 1 Tytuł brzmiał *Neuste Titel-Versalien. Zehnte Sorte* (Najnowsze wersaliki, wybór dziesiąty). Broszurka zawierająca wzorniki ukazała się w 1833 roku oraz w poświęconym wzornikom dodatku do wydania „Journal für Buchdruckerkunst” z 1 września 1834 roku. Por.: *Proben der Schriftgiesserey und Schriftschneiderey von Ed. Haenel in Magdeburg. Zweite Lieferung. Blatt 25chr*, red. E. Haenel, Eduard Haenel, Magdeburg 1833, k. 53; *Neueste Lettern aus der Schriftgießerey von E. Hänel in Magdeburg*, „Journal für Buchdruckerkunst, Schriftgießerei und verwandte Fächer”, red. J.H. Meyer, R. 1, nr 3 (dodatek).
- 2 Po pożarze w magdeburgskim oddziale w 1837 roku Eduard Haenel przeniósł część działań drukarskich swojej firmy i dom typograficzny do Berlina.
- 3 Projekt musiał pochodzić z zakładu Caslon & Livermore, który sprzedał go pod nazwą Great Primer Two-Line Condensed. Por. *Specimen of printing types*, Caslon, Son & Livermore, London 1834.
- 4 Pierwsza drukowana w ten sposób książka została napisana przez Petera Behrensa i nosiła tytuł *Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbols*. Por. P. Behrens, *Feste des Lebens und der Kunst – Eine Betrachtung des Theaters als höchsten Kultursymbols*, Eugen Diederichs, Leipzig 1900.

Wprowadzenie

Rodzina pisma Akzidenz-Grotesk nigdy nie była skończonym produktem. Choć krój ten jest dostępny dla projektantów i drukarzy od ponad stu dwudziestu jeden lat, naprawdę zaistniał (szczególnie w Szwajcarii) dopiero w latach pięćdziesiątych XX wieku. Pierwszą grubością, w jakiej ukazał się drukiem Akzidenz-Grotesk, była odmiana podstawowa, wprowadzony na rynek w 1898 roku przez berliński dom typograficzny H. Berthold AG i jego stuttgartarcki oddział Bauer & Co. W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku długoletni dyrektor artystyczny domu typograficznego H. Berthold AG, Günter Gerhard Lange⁵, zaprojektował najgrubsze odmiany Akzidenz-Grotesk⁶. Był on także odpowiedzialny za nadzorowanie prac nad nowymi rodzinami Akzidenz-Grotesk, które miały być włączone do systemu maszyn do fotoskładu w drukarni firmy H. Berthold AG. Za każdym razem, kiedy używacie Akzidenz-Grotesk, powinniście wyobrazić sobie stojącego za wami ducha Günтера Gerharda Langego, który obserwuje, czego używacie, jaki jest ostateczny rezultat i czy to na pewno pismo powstało z jego projektu.

Podczas wykładu na TYPO Berlin w 1998 roku Günter Gerhard Lange przypisał autorstwo projektu Akzidenz-Grotesk Ferdinandowi Theinhardtowi (1820–1906) – rytownikowi stempli i właścicielowi domu typograficznego⁷. Opierając się na wzmiankach o Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk w wydanym około 1908 roku katalogu domu typograficznego Ferd. Theinhardt Schriftgießerei G.m.b.H., Berlin, Günter Gerhard Lange był przekonany, że pisma te musiały być dziełem założyciela firmy. Więcej szczegółów popierających tę opinię można znaleźć w wywiadzie, którego na temat swojego życia Günter Gerhard Lange udzielił w 2003 roku dla czasopisma „Typografische Monatsblätter”⁸, sugerując między innymi, że Akzidenz-Grotesk wyrósł z kroju o nazwie Royal-Grotesk, który – jego zdaniem – został stworzony przez Ferdinanda Theinhardta dla

- 5 Günter Gerhard Lange urodził się 12 kwietnia 1921 roku we Frankfurcie, zmarł 2 grudnia 2008 roku w Monachium.
- 6 Günter Gerhard Lange zaprojektował kroje pisma Akzidenz-Grotesk Bold Extended Italic, Akzidenz-Grotesk extra, Akzidenz-Grotesk extrafett i Akzidenz-Grotesk Kursiv fett na użytek domu typograficznego. Por. D. Reynolds, *German, Swiss, and Austrian typefaces named Royal or Akzidenz*, TypeOff.de, 12 lutego 2019 roku – <http://www.typeoff.de/2019/02/typefaces-with-royal-accidenz-or-akzidenz-in-their-names> [dostęp: 31 marca 2019 roku].
- 7 E. Schumacher-Gebler, Ferdinand Theinhardt, *die Akzidenz-Grotesk und die sächsische Großmutter der Helvetica*, [w:] *Schriftgestalten – Über Schrift und Gestaltung*, red. T. Graß, Niggli, Sulgen 2008, s. 245.
- 8 G.G. Lange, Y. Schwemmer-Scheddin, GGL – Schrift, die spröde Geliebte. Ein määanderndes Gespräch, „Typografische Monatsblätter, Sonderheft Günter Gerhard Lange”, red. J.-P. Graber, Comedia, Zürich 2003, s. 24.

dawnej Pruskiej Akademii Nauk w Berlinie (obecnie Berlińsko-Brandenburskiej Akademii Nauk). Niestety, wiele informacji podanych przez Günтера Gerharda Langego – dotyczących zarówno Royal-Grotesk, jak i Ferdinanda Theinhardta – odbiegało od prawdy⁹. Już same dane biograficzne Ferdinanda Theinhardta zawierały liczne błędy, mnie zaś nie udało się dotrzeć do żadnych źródeł potwierdzających to, że Akzidenz-Grotesk czy Royal-Grotesk miałyby powstać na zlecenie Pruskiej Akademii Nauk. Wątpliwe wydaje się także, że kroje te zostały stworzone przez Ferdinanda Theinhardta i powstały w jego domu typograficznym po tym, jak ustąpił ze stanowiska w połowie lat osiemnastych XIX wieku¹⁰.

Wydaje mi się, że bezpiecznie będzie stwierdzić, że Akzidenz-Grotesk jest jednym z ważniejszych krojów pisma w historii dwudziestowiecznego projektowania graficznego. Podczas pisania swojej pracy poświęciłem niewiele czasu na studiowanie aspektu historycznego¹¹. Tak naprawdę historia projektowania pisma skupia się głównie na projektantach niezrzeszonych, dlatego niemal w ogóle pominąłem Akzidenz-Grotesk – nie ma żadnych przesłanek, aby twierdzić, że krój ten został stworzony przez niezależnego artystę. Kiedy jednak zająłem się analizą tego stylu, podszedłem do badań, nie narzucając sobie jakichkolwiek wstępnych założeń, choć byłem ciekaw, czy uda mi się wyjaśnić jego pochodzenie. Czy był to autorski produkt berlińskiego domu typograficznego H. Berthold AG, czy może jednej z firm wcielonych przez tego giganta? Czy jego elementy pochodzą z różnych domów typograficznych? Czy Ferdinand Theinhardt mógł mieć swój wkład w projekt i wycięcie, jak sugerował to Günter Gerhard Lange? Kiedy szersza publiczność zobaczyła Royal-Grotesk? Czy używano go już w 1880 roku, jak donoszą źródła internetowe i niektóre

- 9 D. Reynolds, *The godfather – Retracing the origins of Akzidenz-Grotesk*, „Footnotes”, red. M. Christe, wyd. C, La Police, Geneva 2019, s. 138–140.
- 10 *Idem*, *Berlin locations of the old Ferd. Theinhardt foundry*, TypeOff.de, 25 lutego 2019 roku – <http://www.typeoff.de/2019/02/berlin-locations-of-the-old-ferd-theinhardt-foundry> [dostęp: 31 marca 2019 roku].
- 11 Moja rozprawa nosi tytuł *Schriftkünstler: A historiographic examination of the relationship between handcraft and art regarding the design and making of printers' type in Germany between 1871 and 1914*. Złożyłem ją na Braunschweig University of Art w marcu 2018 roku i z powodzeniem obroniłem w styczniu 2019 roku.

nowsze publikacje typograficzne?¹² Byłem przekonany, że uda mi się znaleźć odpowiedzi na przynajmniej kilka z tych pytań.

W badaniach dziejów typografii stosuję metodę historiograficzną, dlatego większość czasu poświęciłem na czytanie dzienników handlowych wydawanych w Cesarstwie Niemieckim i przeglądanie egzemplarzy typograficznych. Do dziś przetrwało kilka artefaktów z czynnych ponad sto lat temu niemieckich domów typograficznych. Jeśli w tamtych czasach firma była sprzedana lub w inny sposób zakończyła działalność, nie zachowywały się żadne archiwalne rysunki ani korespondencja. W odróżnieniu od okresu po 1945 roku, dokumenty takie nie trafiały do bibliotek czy muzeów. O ile domy typograficzne archiwizowały szkice projektowe, korespondencję i inne ważne dokumenty, o tyle firmy, które przetrwały do czasów hitlerowskich, zaczynały wówczas działać aktywnie w przemyśle zbrojnym i wiele z nich zostało zniszczonych podczas drugiej wojny światowej w bombardowaniach alianckich. Papier łatwo zajmuje się ogniem, po archiwach nie został więc ślad. Wysoka temperatura pożarów zniszczyła również zbiory matryc drukarskich. Inaczej zatem niż kolekcje wielu dziewiętnastowiecznych brytyjskich domów typograficznych,

- 12 Wyczerpująca lista wszystkich wzmianek o rzekomym powiązaniu Ferdinanda Theinhardta z Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk, które pojawiły się w ostatnim dwudziestoleciu, przekracza ramy niniejszego opracowania, przywołam więc tylko cztery najbardziej znane: 1. Zaprojektowany przez François Rappo i opublikowany przez Optimo krój pisma w stylu Akzidenz-Grotesk (por. *Theinhardt*, Optimo.ch – https://www.optimo.ch/typefaces_Theinhardt.html [dostęp: 31 marca 2019 roku]). 2. Bardzo podobne, zaprojektowane przez Stefana Gandla pismo o nazwie NB Akademie, opublikowane przez Neubau w 2014 roku, reklamowano następującym sloganem: „Inspiracja i nazwa zostały zaczerpnięte z rewolucyjnego zbioru Royal-Grotesk (1880), stworzonego na potrzeby publikacji Berlińsko-Brandenburskiej Akademii Nauk. Po sprzedaniu przez Ferdinanda Theinhardta własnego domu typograficznego Ferd. Theinhardt Schriftgiesserei Berlin krój Royal Grotesk odniósł międzynarodowy sukces jako znajdujący się w ofercie firmy H. Berthold AG krój Akzidenz-Grotesk (1896) – ojciec chrzestny wszystkich współczesnych grotesków” (por. *NB Akademie*, Neubauberlin.com, maj 2016 roku – <http://neubauberlin.com/project/nb-akademie-otf-stdpro> [dostęp: 31 marca 2019 roku]). 3. Strona internetowa studia Erika Spiekermanna błędnie sugeruje, że Royal-Grotesk jest krojem starszym niż Akzidenz-Grotesk i że stworzył go Ferdinand Theinhardt (por. *Typeface: Akzidenz Grotesk*, p98a.com, 15 czerwca 2016 roku – <https://www.p98a.com/collection/typefaces-akzidenz-grotesk> [dostęp: 31 marca 2019 roku]). 4. Książka Paula McNeila *The Visual History of Type* (Laurence King Publishing, London 2017, s. 152–153) również zawiera błędne wskazówki, jakoby Akzidenz-Grotesk był dziełem Ferdinanda Theinhardta i powstał około 1880 roku.

których czcionki i matryce są przechowywane w St. Bride Library w Londynie, w wypadku firm niemieckich historycy nierzadko muszą z braku zachowanych materiałów posiłkować się jedynie wzornikami w formie drukowanej. Dla tych jednak, którzy wiedzą, gdzie i jak szukać, i takie ślady mogą stanowić cenne źródło informacji.

Moje badania nad historią kroju pisma

Blisko trzy lata temu uznałem, że zastosowanie metody historiograficznej może przynieść dobre wyniki w badaniach nad pochodzeniem kroju Akzidenz-Grotesk, wtedy bowiem udało mi się zidentyfikować dom typograficzny odpowiedzialny za pierwsze czcionki Midolline – popularnego stylu czarnoliterowego z połowy XIX wieku, o którego korzeniach zupełnie zapomniano w XX stuleciu¹³. Czcionki Midolline mogły być w jakiś sposób powiązane z osobą Ferdinanda Theinhardta¹⁴. Co ustaliłem? Po pierwsze, że firma H. Berthold AG w Berlinie otrzymała prawa patentowe do projektu pisma Akzidenz-Grotesk 28 kwietnia 1898 roku¹⁵. Dzięki tej informacji wiemy, że Akzidenz-Grotesk był w 1898 roku nowością, a nie jedynie przemianowanym produktem z lat osiemdziesiątych (choć tej możliwości nie można całkowicie wykluczyć). Po wprowadzeniu prawa patentowego w 1876 roku niemieckie domy typograficzne mogły rejestrować swoje nowe kroje pisma i chronić wyłączość na nie przez określony czas. Początkowo okres ochronny dla Akzidenz-Grotesk wynosił trzy lata, podejrzewam jednak, że firma H. Berthold AG mogła wnieść o przedłużenie tego okresu.

Kiedy niemieckie domy typograficzne uzyskały już prawa do ubiegania się o opatentowanie swoich produktów, mogły wystąpić w trakcie okresu ochronnego z pozwem przeciw każdej innej firmie, która wypuściłaby na rynek produkt zbyt podobny do objętego patentem, i liczyć na rozpatrzenie sprawy na korzyść

13 Por. D. Reynolds, *Midolline: How a Frenchman became Germany's first type designer*, TypeOff.de, 23 września 2018 roku – <http://www.typeoff.de/2018/09/how-a-frenchman-became-germanys-first-type-designer> [dostęp: 31 marca 2019 roku].

14 Nie wiem dokładnie, kiedy dom typograficzny Eduarda Haenela opublikował Midolline, ale musiało to być najpóźniej przed Wielką Wystawą Światową w Patacu Kryształowym w Londynie w 1851 roku – pierwszymi światowymi targami. Dotarłem do nazwisk trzech rytowników stempli, którzy niedługo przedtem pracowali dla zakładu Eduarda Haenela. Byli to: Heinrich Ehlert, Eduard Eisoldt i Ferdinand Theinhardt. Ten ostatni odszedł jednak z zakładu w 1849 roku, a czcionki kroju Midolline musiały być wycięte już po tym fakcie

15 Por. *Deutscher Reichsanzeiger*, 1898/109, Universitätsbibliothek Mannheim, 2017 rok, s. 18 – <https://digi.bib.uni-mannheim.de/periodika/reichsanzeiger/ausgaben/1898/5/109> [dostęp: 31 marca 2019 roku].

pozywającego. Domy typograficzne zaczęły zamieszczać na wzornikach informacje o tym, że ich wyrób jest „oryginalny” i „chroniony prawnie”.

Po drugie, autorstwo kroju Royal-Grotesk należy przypisywać firmie H. Berthold AG, a nie Ferdinandowi Theinhardtowi. Firma H. Berthold AG wypuściła krój Royal-Grotesk na rynek pod koniec 1902 lub na początku 1903 roku, czyli pięć lat przed przejściem firmy Ferdinanda Theinhardta¹⁶. Przed połową XX wieku krój ten został włączony do większej rodziny Akzidenz-Grotesk i przemianowany na Akzidenz-Grotesk Light. Jeśli Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk pochodzą z domu typograficznego innego niż firma H. Berthold AG – nawet jeśli funkcjonowały tam pod inną nazwą – i firma H. Berthold AG rozpowszechniała je nielegalnie, to prawdopodobieństwo choćby wzmianki o nich w dziennikach handlowych byłoby nikłe lub byłyby one wspomniane z zaznaczeniem rzeczywistego źródła ich pochodzenia.

Błędne przypisanie przez Güntera Gerharda Langego autorstwa Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk Ferdinandowi Theinhardtowi zostało już zauważone w 2007 roku przez drukarza i historyka drukarstwa Ekeharta Schumachera-Geblera na konferencji w Düsseldorfie¹⁷. Mimo że jego praca ukazała się w 2008 roku, fakt, że została napisana w języku niemieckim, sprawił, że pozostała niezauważona przez światowe środowisko typografów. Brak upowszechnienia tej publikacji spowodował, że wielu projektantów i autorów nadal błędnie sądziło, że to Ferdinand Theinhardt stworzył kroje Akzidenz-Grotesk i (lub) Royal-Grotesk. Należy pamiętać, że w całej studwudziesięcioletniej historii pisma Akzidenz-Grotesk błędna informacja o jej pochodzeniu utrzymywała się jedynie przez dziewięć lat, czyli około jednej trzynastej całego czasu istnienia kroju na rynku typograficznym. Wciąż jednak można spotkać pisma w rodzaju Akzidenz-Grotesk, na przykład Theinhardt autorstwa François Rappo, FF Real autorstwa Erika Spiekermanna czy NB Akademie Stefana Gandla

16 Ponieważ pierwszą publikacją, w której pojawiła się wzmianka o Royal-Grotesk, było styczniowy numer „Archiv für Buchgewerbe” z 1903 roku, który prawdopodobnie przygotowywano pod koniec 1902 roku, podejrzewam, że krój opublikowano zapewne wtedy. Por. *Schriftprobenschau*, „Archiv für Buchgewerbe” 1903, R. 30, nr 1, s. 19. W *100 Jahre Berthold. Festschrift zum einhundert-jährigen Jubiläum der H. Berthold Messinglinienfabrik und Schriftgießerei A.G. Berlin/Stuttgart, am 1. Juli 1958*, H. Berthold AG, Berlin–Stuttgart 1958, również pojawia się wzmianka o 1902 roku, ale autorzy *Handbuch der Schriftarten* (red. E. Wetzig, Albrecht Seemann Verlag, Leipzig 1926, s. 192) postulują 1903 rok. Na liście nazw krojów pisma opublikowanych przez Verein der Schriftgießereien w 1950 roku również figuruje 1903 rok (por. *Verzeichnis der Schriftnamen vom 1. Juli 1950*. Abgeschlossen am 30. Juni 1950, red. F. Gerhardinger, Verein der Schriftgießereien, Offenbach am Main 1950).

17 Por. E. Schumacher-Gebler, *Ferdinand Theinhardt...*

(które, moim zdaniem, są niezłym wyborem dla projektantów poszukujących kroju podobnego do Akzidenz-Grotesk, ale nieco bardziej współczesnej), reklamowane jako zainspirowane „wynalezionym przez Ferdinanda Theinhardta” krojem pisma Royal-Grotesk.

Indra Kupferschmid, profesor typografii z Saarbrücken, pomogła zorganizować konferencję, na której odczyt miał Eckehart Schumacher-Gebler. W 2012 roku Indra Kupferschmid opublikowała na swoim blogu wpis o niejasnych korzeniach Akzidenz-Grotesk¹⁸, w którym przyznała, że zastanawiała się nad tym, czy Akzidenz-Grotesk mógł znaleźć się w domu typograficznym Bauer & Co. przed jego przejściem przez firmę H. Berthold AG, ale odrzuciła tę hipotezę. Ogólnie zgadzając się z tezą Indry Kupferschmid, postanowiłem jednak sprawdzić, czy byłoby możliwe, że krój ten powstał gdzie indziej. Oprócz zbadania wszystkich ocalałych kopii wzorników Ferdinanda Theinhardta, które znajdowały się w Berlinie (również w przekazanym Niemieckiemu Muzeum Techniki archiwum firmy H. Berthold AG), zacząłem analizować wzorniki domu typograficznego Bauer & Co. Wtedy nastąpił przetom.

Dom typograficzny Bauer & Co. w Stuttgarcie został założony w 1880 roku. Przejmując go w 1897 roku, czyli na rok przed pojawieniem się kroju Akzidenz-Grotesk, firma H. Berthold AG przejęła również wszystkich jego klientów. Przedsiębiorstwo Bauer & Co. prowadziło interesy nie tylko na południu Niemiec, ale również w Szwecji (co prawdopodobnie wykorzystata firma H. Berthold AG, aby zaistnieć na tamtejszym rynku), powstało zaś z inicjatywy rytownika stempli Friedricha Wilhelma Bauera i jego zięcia, handlowca Karla Rupprechta. Friedrich Wilhelm Bauer odszedł z firmy około 1890 roku, jego udział w powstaniu Akzidenz-Grotesk jest więc niemal pewny.

Choć podstawowa odmiana kroju Akzidenz-Grotesk ujrzała światło dzienne w 1898 roku, początki tego projektu sięgają kilka lat wstecz. W 1895 roku dom typograficzny Bauer & Co., wtedy jeszcze niezależne przedsiębiorstwo, wypuścił pismo cieniowane Schattierte Grotesk¹⁹. Nazwa ta, podobnie jak Akzidenz-Grotesk, jest nazwą generyczną i oznacza „cieniowane pismo bezszeryfowe”. Jeśli usunie się cieniowanie z Schattierte Grotesk, zostanie Akzidenz-Grotesk Regular. Gdzie zatem powstał Akzidenz-Grotesk Regular? Czy jego twórcami byli mistrzowie liternictwa firmy H. Berthold AG w Berlinie po przejściu domu typograficznego Bauer & Co.? Brak informacji na ten temat jest bardzo

18 Por. I. Kupferschmid, *Some notes on the history of Akzidenz-Grotesk Part 2*, Kupferschrift.de, 11 października 2017 roku – <http://kupferschrift.de/cms/2017/10/ag-2> [dostęp: 31 marca 2019 roku].

19 *Gesamt-Probe unserer Schriften, Initialen, Ornamenten, Einfassungen, Vignetten etc. etc.*, Schriftgiesserei Bauer & Comp., Stuttgart–Düsseldorf 1895, s. 98–99.

niefortunny, ponieważ – patrząc z dzisiejszej perspektywy – była to jedna z najważniejszych decyzji podjętych w historii firmy.

Pojawiając się na rynku, Schattierte Grotesk i Akzidenz-Grotesk były projektami nowymi, ale nie były to produkty nietypowe. Wiele liter nosiło cechy zbliżone do innych krojów bezszeryfowych, mniej lub bardziej popularnych w Niemczech i poza ich granicami. Nie można im jednak zarzucić, że były kopiami poszczególnych czcionek z innych firm – stanowiły raczej syntezę obowiązujących wówczas tendencji literniczych w zakresie pisma bezszeryfowego. Nazwa Akzidenz-Grotesk pochodzi z języka niemieckiego i odwołuje się do komercyjnego aspektu zastosowania tego pisma. Niemieckie słowo *Akzidenzen* jest zapożyczeniem z łacińskiego terminu *accidentia*, odnoszącego się do wydarzeń codziennych i przypadkowych. „Komercyjność” oznaczała użycie na przykład na wizytówkach, fakturach czy nagłówkach. Przeznaczenie takie musiało być od początku założeniem firm H. Berthold AG i Bauer & Co., ponieważ ich wzorniki zawierały warianty „użytkowych” krojów pisma do użycia w nagłówkach²⁰. Zakres zastosowań obejmował zarówno ulotki reklamowe galerii sztuki, projektantów wnętrz czy producentów pianin, jak i karty zmiany adresu czy cenniki wytwórców wózków dziecięcych i winiaryzy.

Ustaliłem w toku badań, że firmy H. Berthold AG i Bauer & Co. planowały używanie krojów Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk łącznie. Czyż nie jest to spełnienie podstawowego założenia rodziny krojów pisma? W 1923 roku firma H. Berthold AG wydała najbardziej wówczas aktualną bibliografię niemieckich krojów pisma²¹. Nie jest to publikacja tak obszerna i wyczerpująca, jak późniejsze, na przykład *Type Foundries of America and Their Catalogs* czy *Dutch typefounders' specimens*²², nigdy jednak nie opublikowano innej bibliografii niemieckich wzorników. Nie oznacza to, że nie planowano podobnych wydawnictw, ale pomysły te były prędzej czy później porzucane. Informacje zawarte

20 Por.: *Royal- und Accidenz-Grotesk*, H. Berthold AG, Bauer & Co., Berlin–Stuttgart [około 1904 roku]; *Hauptprobe unserer Schriftgießerei- und Messing-Erzeugnisse der Aktiengesellschaft H. Berthold, Berlin S.W., Fabriken in Berlin S.W., Wien, St. Petersburg und Moskau*, H. Berthold AG, Berlin [około 1911 roku], nr 353a; *Accidenz-Grotesk-Schriften*, H. Berthold AG, Bauer & Co., Berlin–Stuttgart [około 1912 roku].

21 Por. *Die deutsche Schriftgießerei – Eine gewerbliche Bibliographie. Unter Mitwirkung von Friedrich Bauer, Gustav Mori und Heinrich Schwarz. Bearbeitet von Dr. Lothar Freiherrn von Biedermann*, red. O. Jolles, H. Berthold AG, Berlin 1923.

22 Por.: M. Annenberg, *Type Foundries of America and their Catalogs*, Second Edition, Oak Knoll Press, New Castle, Delaware 1994; J.A. Lane, M. Lommen, J. de Zoete, *Dutch typefounders' specimens. From the Library of the KVB and other collections in the Amsterdam University Library, with histories of the firms represented*, De Buitenkant, Amsterdam 1998.

w tym spisie nie zawsze są poprawne czy kompletne. Tak czy inaczej, ponieważ wydawcą była firma H. Berthold AG, która w 1923 roku obchodziła zaledwie trzydziestolecie istnienia, informacje bibliograficzne dotyczące jej wzorników (i przejętych przez nią domów typograficznych) są zapewne bardziej precyzyjne niż w wypadku wzorników pochodzących z innych domów typograficznych. Zgodnie z listą zamieszczoną w omawianej bibliografii w 1904 roku ukazała się drukiem niewielka broszura poświęcona wzornikom Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk²³. Publikacja ta jest niezwykle trudna do odszukania, a próby znalezienia jej na przykład za pośrednictwem WorldCat.org kończą się porażką. Mnie na szczęście udało się zupełnie przypadkowo dotrzeć do jednej kopii: natknąłem się na nią podczas przeglądania znajdujących się w Berlinie zbiorów wzorników firm H. Berthold AG i Bauer & Co.²⁴ Broszura ta znajduje się w większym woluminie, którego zawartość nie została skatalogowana, nie ma więc możliwości wyszukania konkretnie tej pozycji. Pozostałe istniejące egzemplarze znajdują się prawdopodobnie w prywatnych kolekcjach na całym świecie i obecnie nie ma sposobu, aby do nich dotrzeć.

Ferdinand Theinhardt: człowiek kontra firma

Ani mnie, ani Indrze Kupferschmid nie udało się dotrzeć do żadnego wzornika pochodzącego z okresu sprzed przejęcia firmy Ferdinanda Theinhardta przez dom typograficzny H. Berthold SA, wskazującego, że twórcą pisma Royal-Grotesk nie był typograficzny gigant, ale sam Ferdinand Theinhardt lub któryś z pracowników jego zakładu, pracujący tam po odejściu założyciela²⁵. Nie znalazłem również innych źródeł, z wyjątkiem omówionej wcześniej pracy Güntera Gerharda Langego z 2003 roku, które przypisywałyby autorstwo komukolwiek innemu niż firmom H. Berthold AG i Bauer & Co. W niniejszym opracowaniu wprowadzam rozróżnienie na Ferdinanda Theinhardta człowieka i Ferdinanda Theinhardta dom typograficzny. Nazywanie firmy nazwiskiem założyciela było w XIX wieku powszechną praktyką. Nazwę czasem zmieniano po śmierci właściciela lub po sprzedaniu interesu. W wypadku domu typograficznego Ferdinanda Theinhardta zakład funkcjonował pod nazwiskiem jego pierwszego właściciela jeszcze przez dwadzieścia pięć lat po tym, jak założyciel zdecydował się go sprzedać²⁶.

Za życia Ferdinand Theinhardt był najbardziej znany ze swoich orientalizujących krojów pisma. Oprócz egipskich hieroglifów i liter rzymskich wycinał także czcionki klinowe oraz inne, służące do druku pisma hinduskiego, na przykład

23 *Die deutsche Schriftgießerei...*, s. 181.

24 Por. *Royal- und Accidenz-Grotesk...*

25 Por. I. Kupferschmid, *Some notes on the history of Akzidenz-Grotesk Part 2...*

26 D. Reynolds, *Berlin locations of the old Ferd. Theinhardt foundry...*

Devanagari²⁷, które zaprojektował do tworzenia publikacji akademickich, w tym tych pisanych przez członków Berlińsko-Brandenburskiej Akademii Nauk. Hans Schweitzer, biznesmen, który kupił w 1885 roku zakład od Ferdinanda Theinhardta, koniec końców odsprzedał go firmie H. Berthold AG w 1908 roku, w ramach której zakład funkcjonował jako filia przez około dwa lata. W tym krótkim czasie dom typograficzny Ferdinand Theinhardt sprzedał Akzidenz-Grotesk, Royal-Grotesk, a także kilka innych czcionek z oferty H. Berthold AG i Bauer & Co. Sam twórca odszedł na emeryturę na długo przed swoją śmiercią w 1906 roku²⁸. W 1907 roku dom typograficzny Ferdinand Theinhardt rozpoczął druk stron z wzornikami, które miały trafić do nowego katalogu. Po przejęciu firmy przez firmę H. Berthold AG dodrukowano jeszcze więcej wzorników z zasobów obu firm i złożono produkt końcowy²⁹.

Ferdinand Theinhardt nie wyciął stempli Royal-Grotesk ani Akzidenz-Grotesk, mam także wątpliwości, czy w ogóle przyłożył rękę do powstania jakiegokolwiek czcionki bezszeryfowej. Jedyny pochodzący z jego domu typograficznego zbiór wzorników, do którego udało mi się dotrzeć i który na pewno pochodzi z czasów, kiedy Ferdinand Theinhardt był właścicielem zakładu, zawiera jedynie dwa kroje pisma bezszeryfowego³⁰. Zestaw ten trafił do niemieckiego drukarza Theodora Goebela w styczniu 1884 roku, czyli rok przed przejęciem zakładu przez firmę H. Berthold AG. Pierwszy z tych krojów nazywał się po prostu Grotesque i był kopią – zaprojektowanego we frankfurckim domu typograficznym Benjamin Krebs Nachfolger i wypuszczonego na rynek w 1865 roku – pisma *Moderne Steinschriften*³¹. Drugi krój, kursywa, który nosił nazwę *Cursiv-Grotesque*, pochodził prawdopodobnie z domu typograficznego J.H. Rust & Co. w Wiedniu. Większe stopnie pisma były importowane do przedsiębiorstwa J.H. Rust & Co. z Ameryki, trzy mniejsze, opublikowane w 1875 roku, zaprojektowano na miejscu w firmie³².

Trudna przeprawa przez spis wzorników

27 *Idem, The Academy of Sciences of the USSR's hieroglyphs font* (1928), TypeOff.de, 22 lutego 2019 roku – <http://www.typeoff.de/2019/02/the-academy-of-sciences-of-the-ussrs-hieroglyphs-font-1928> [dostęp: 31 marca 2019 roku].

28 F. Theinhardt, *Erinnerungsblätter aus meinem Leben*, H. Berthold AG, Berlin 1920, s. 20.

29 *Die deutsche Schriftgießerei...*, s. 188.

30 *Ferd. Theinhardt Schriftgießerei*, Buxenstein, Berlin [około 1884 roku].

31 Por. *Moderne Steinschriften*, „Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftsweige” 1865, red. A. Waldow, R. 2, nr 3 (dodatek).

32 Por. *Halbfette Cursiv-Grotesque*, „Journal für Buchdruckerkunst, Schriftgießerei und verwandte Fächer” 1875, red. Th. Goebel, R. 42, nr 21.

Domy typograficzne bardzo często nie zamieszczały dat wydania wzorników, ale opierając się na informacjach dostępnych z innych źródeł, łatwo jest określić, w przybliżeniu lub bardzo dokładnie, rok powstania danego wzornika. Dane takie można znaleźć na przykład w publikacjach podobnych do wspomnianej wyżej bibliografii wzorników lub w dziennikach handlowych z 1923 roku, których w Niemczech wydawano po kilka miesięcznie i w których bardzo często drukowano nowe kroje pisma. Jeśli zatem udało się ustalić datę wprowadzenia pisma, można wykluczyć, że zawierający ją katalog ukazał się wcześniej. Przetrwiała również część dokumentacji zarejestrowanych w dziennikach handlowych lub oficjalnych gazetach rządowych. W tego typu źródłach można się czasem – choć nie zawsze – natknąć na datę opatentowania danego kroju (tak było z moimi poszukiwaniami dotyczącymi Akzidenz-Grotesk) oraz znaleźć informacje o zmianie właściciela czy adresu domu typograficznego.

Pierwszy wydany w formie książkowej katalog wzorników domu typograficznego pochodzi z końca lat osiemdziesiątych lub z początku lat dziewięćdziesiątych XIX wieku, czyli z okresu po sprzedaży firmy przez Ferdinanda Theinhardta i przeniesieniu jej z północnej części Berlina do jego południowo-zachodniej dzielnicy³³. W katalogu zaprezentowano sześć bezszeryfowych krojów pisma, w tym dwa wspomniane wyżej (Grotesque i Cursiv-Grotesque). Tylko jeden z pozostałych czterech krojów powstał w domu typograficznym Ferdinanda Theinhardta, ale on również został opublikowany około roku po tym, jak firma została sprzedana. Pismo o nazwie Enge fette Grotesque charakteryzowało się prostymi bokami i zaokrąglonymi szeryfami³⁴, nie było przy tym w żaden sposób powiązane z rodziną Akzidenz-Grotesk. Jeśli Ferdinand Theinhardt brał czynny udział w tworzeniu tego kroju pisma lub nawet sam wycinał stemple dla poszczególnych stopni, to – biorąc pod uwagę czas między jego odejściem z firmy a publikacją kroju – jestem niemal pewien, że w projekt były także zaangażowane inne osoby.

Trzy pozostałe projekty krojów bezszeryfowych zamieszczone w tym niedatowanym katalogu posprzedazowym to Schmale magere Grotesque, Breite Grotesque i Breite fette Grotesque. Skąd się wzięły? Schmale magere Grotesque był projektem sprzedawanym pod różnymi nazwami przez co najmniej siedem innych domów typograficznych w XIX wieku. Nie jest mi znane miejsce

33 Por. *Musterbuch*, Ferd. Theinhardt, Berlin [około 1896 roku].

34 Enge fette Grotesk to nazwa kroju pisma pojawiająca się w publikacji *Musterbuch (ibidem)*. Z chwilą wypuszczenia go na rynek dom typograficzny Ferdinand Theinhardt reklamowało krój, podając dłuższą nazwę: „Neuste schmale fette Zeitungs-Grotesque” (por. *Neuste schmale fette Zeitungs-Grotesque*, „Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftszweige” 1886, red. A. Waldow, R. 23, nr 1).

jego powstania – matryce mogą pochodzić z Wielkiej Brytanii lub ze Stanów Zjednoczonych (co można wnioskować na przykład po dwupoziomowej minuskule „g”). Breite Grotesque prawdopodobnie zaczerpnięto ze zbiorów domu typograficznego Benjamin Krebs Nachfolger (i jego następców). W wypadku tej firmy większe rozmiary tego pisma projektowano na miejscu – ten konkretny nosił nazwę Halbbreite Steinschrift³⁵. Breite Grotesque/Halbbreite Steinschrift różnił się od pozostałych krojów Breite Grotesque sprzedawanych przez inne zakłady, na przykład Ludwig & Mayer czy Schelter & Giesecke. Nie udało mi się dotrzeć do żadnych wzmianek w źródłach pierwotnych i wtórnych, które wskazywałyby, kto mógł być autorem mniejszych stopni Halbbreite Steinschrift. Wydaje mi się dość prawdopodobne, że zostały one również sprowadzone przez Benjamina Krebsa z Wysp Brytyjskich lub ze Stanów Zjednoczonych. Ostatni krój pochodził z domu typograficznego Francke w Gdańsku³⁶. Niepowiązane wizualnie z poprzednimi krojami pismo otrzymało w firmie Ferdinanda Theinhardta nazwę Breite fette Grotesque, a pierwsza jego publikacja, pod nazwą Zeitung-Grotesk, nastąpiła w połowie lat siedemdziesiątych XIX wieku. Podobnie jak w wypadku większości bezszeryfowych krojów pisma figurujących w katalogu zakładu Ferdinanda Theinhardta, również Zeitung-Grotesk można było znaleźć w ofertach innych niemieckich firm w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XIX wieku.

Po złożeniu mojej rozprawy doktorskiej rozpoczęłem prace nad nowym projektem badawczym, hojnie ufundowanym przez angielskie towarzystwo drukarskie Printing Historical Society. Badania te są powiązane z moją rozprawą o dziesięćdziesiątych niemieckich krojów pisma, choć obecnie skupiam się na piśmie bezszeryfowym. Jak już wspomniałem, do lat dziewięćdziesiątych XIX stulecia powszechną praktyką było sprzedawanie kopii tego samego projektu przez wiele domów typograficznych. Mam tu na myśli nie nowe czcionki wycięte na wzór istniejących, ale duplikaty oryginalnych matryc tworzone z pomocą oryginalnych czcionek lub galwanotypii. Obecnie jestem w trakcie zestawiania bazy danych domów typograficznych, które sprzedawały projekty spotykane u konkurencji. Większość bezszeryfowych krojów pisma sprzedawanych przez firmę Ferdinanda Theinhardta pochodziła ze źródeł zewnętrznych. Tak było również w wypadku pisma Akzidenz-Grotesk.

Lista zamieszczona wewnątrz niewielkiej książeczki, wydanej w 1958 roku przez firmę H. Berthold AG z okazji stulecia istnienia, pozwala przypuszczać, że

35 Por. *Grosse Probenausgabe der Schriftgiesserei von Benjamin Krebs Nachfolger in Frankfurt am Main*, Benjamin Krebs Nachfolger, Frankfurt am Main [b.r.], s. 402, 475.

36 Por. *Zeitungs-Grotesk*, „Journal für Buchdruckerkunst, Schriftgießerei und verwandte Fächer” 1875, red. Th. Goebel, R. 42, nr 20.

najstarsze odmiany pisma z rodziny Akzidenz-Grotesk pochodzą już z 1896 roku³⁷ i z początku nawet nie nosiły nazwy Akzidenz-Grotesk. Oryginalnie nazywały się Enge Steinschrift i Halbfette Bücher-Grotesk, dopiero później przemianowano je na Akzidenz-Grotesk Condensed Heavy i Akzidenz-Grotesk Condensed Bold. Podobnie jak w wypadku Akzidenz-Grotesk, także tutaj wskazanie konkretnego projektanta czy rytownika stempli, który byłby ich autorem, jest niemożliwe. Mimo figurującej w publikacji daty „1896” krój Enge Steinschrift powstał wcześniej. Projekt jest starszy, a 1896 rok był prawdopodobnie datą rozpoczęcia dystrybucji przez firmę H. Berthold AG, nie zaś jakiegokolwiek wcześniejszej publikacji tego kroju pisma³⁸. Oba kroje z wymienionych pojawiły się w obszernym katalogu firm H. Berthold AG i Bauer & Co. z 1911 roku³⁹, ale zbiór luźnych wzorników domu typograficznego H. Berthold AG, datowany na około 1900 rok i znajdujący się w Bibliotece Państwowej w Berlinie, zawiera jedynie pismo Enge Steinschrift⁴⁰. Z informacji zamieszczonych w wydanym w 1911 roku katalogu firmy H. Berthold AG wynika, że Halbfette Bücher Grotesk został wyprodukowany przez ten zakład, lecz ani w tej publikacji, ani w katalogu z około 1900 roku nie ma podobnych danych dla Enge Steinschrift (za wyjątkiem trzech z czternastu produkowanych przez firmę stopni).

Projekt Enge Steinschrift był sprzedawany w XIX wieku przez wiele niemieckich domów typograficznych – oferowane kroje były identyczne, różniła je jedynie nazwa. Na przykład frankfurckie firmy Benjamin Krebs Nachfolger czy Ludwig & Mayer oferowały ten krój jako Schmale Steinschrift, a zakłady E.J. Genzsch w Monachium i Genzsch & Heyse w Hamburgu – pod nazwą Longina. Firma H. Berthold AG zdobyła matryce kroju Enge Steinschrift w 1893 roku wraz z przejściem domów typograficznych Emila Bergera i Gustava Reinharda. Żadna z tych firm nie deklarowała autorstwa projektu tego kroju pisma. Oryginalne czcionki dla większości stopni mogły pochodzić z zagranicy, na przykład z Wielkiej Brytanii lub ze Stanów Zjednoczonych.

Powołując się na niezbyt jasne informacje z archiwów firmy H. Berthold AG, znajdujących się obecnie w Niemieckim Muzeum Techniki, można założyć, że najmniejszy stopień Enge Steinschrift (rozmiar 6), wymieniony w katalogu

37 100 Jahre Berthold...

38 Projekt ten miały w ofercie również inne domy typograficzne, na przykład zakład Emila Bergera w Lipsku sprzedawał go jako Steinschrift.

39 *Hauptprobe unserer Schriftgießerei- und Messing-Erzeugnisse...*, nr 342–344a. Stuttgarcki dom typograficzny Bauer & Co. stworzył pismo Halbfette Bücher Grotesk w 1896 roku.

40 *H. Berthold, Messing-Linien-Fabrik, Schriftgießerei A.G.*, Berlin S.W., H. Berthold AG, Berlin [około 1900 roku], s. 62.

firmowym z 1911 roku, rzeczywiście mógł być wyprodukowany przez dom typograficzny Ferdinanda Theinhardta, już jednak po odejściu założyciela⁴¹.

Po włączeniu domu typograficznego Ferdinand Theinhardt do firmy H. Berthold AG część krojów pisma weszła do jej podstawowej oferty. Jedynym pismem bezszeryfowym, w którego tworzeniu mógł brać udział Ferdinand Theinhardt, był wspomniany już krój Enge fette Grotesque, opublikowany w katalogu firmy H. Berthold AG z 1911 roku w dziale krojów bezszeryfowych⁴². Nie został jednak nigdy wcielony do rodziny Akzidenz-Grotesk – w odróżnieniu od Halbfette Bücher Grotesk i Enge Steinschrift, które znajdują się tuż obok niego na liście w katalogu. Gdyby tak się stało i gdyby uzyskał nową nazwę (na przykład „Akzidenz-Grotesk Compressed Bold Rounded”), wówczas można by uznać, że jakiś krój pisma w rodzinie Akzidenz-Grotesk rzeczywiście został stworzony przez Ferdinanda Theinhardta.

Dlaczego autorstwo Akzidenz-Grotesk przypisano Günterowi Gerhardowi Langemu?

Günter Gerhard Lange pracował jako dyrektor artystyczny domu typograficznego H. Berthold AG od 1960 roku aż do przejścia na emeryturę w 1990 roku. W 1998 roku jego staż w projektowaniu czcionek sięgał niemal półwiecza. Mimo że nie miał wykształcenia historycznego, w filmie promocyjnym o biurze projektowym H. Berthold AG został pokazany podczas korzystania z historycznych zbiorów firmowej biblioteki przy tworzeniu nowego kroju pisma – Bodoni⁴³. Cytując Erika Spiekermanna: „Günter Gerhard Lange miał szeroką wiedzę historyczną”⁴⁴. Wypowiedź ta została włączona do wywiadu z 2017 roku, w którym Erik Spiekermann podkreślał, jak dobrze znał Güntera Gerharda Langego. Nadmieniał w nim jeszcze, że „biblioteka [Güntera Gerharda Langego] jest niesamowita i obecnie została przekształcona w muzeum”⁴⁵. We wspomnianym wyżej wywiadzie z Günterem Gerhardem Langem, przeprowadzonym przez Yvonne Schwemmer-Scheddin dla „Typografische Monatsblätter” w 2003 roku,

41 Por. *Ferd. Theinhardt Schriftgießerei GmbH*, Ferd. Theinhardt GmbH, Berlin [około 1907–1912 roku], nr 831: „Nonpareil enge Grotesk”.

42 *Hauptprobe unserer Schriftgießerei- und Messing-Erzeugnisse...*, s. 334.

43 *Type design*, H. Berthold AG, Berlin [około 1986 roku] – <https://www.youtube.com/watch?v=Noe7KQsePQo>, 24 marca 2014 roku [dostęp: 31 marca 2019 roku], 05:15–05:30.

44 Por. E. Yukechev, *Erik Spiekermann*, *TypeJournal.ru*, 18 września 2017 roku – <https://typejournal.ru/en/articles/An-Interview-with-Erik-Spiekermann-at-p98a> [dostęp: 31 marca 2019 roku].

45 *Ibidem*. Podobnie jak zbiory biblioteczne i archiwum firmy H. Berthold AG, wszystkie zarchiwizowane dokumenty Güntera Gerharda Langego niedawno znalazły swoje miejsce w Niemieckim Muzeum Techniki w Berlinie.

w wypowiedziach dotyczących Royal-Grotesk i Ferdinanda Theinhardta aż roi się od błędów. Na obronę Güntera Gerharda Langego dodam, że wywiad był spisany na podstawie swobodnej rozmowy, nie był weryfikowany naukowo, nie wprowadzono do niego komentarzy redakcyjnych, a sam projektant miał wówczas ponad osiemdziesiąt lat. Nie chcę nawet myśleć o tym, ile rzeczy zapomnę do czasu swoich osiemdziesiątych urodzin.

Günter Gerhard Lange zdawał się ignorować pierwotne i wtórne źródła biblioteczne traktujące o domach typograficznych działających pod koniec XIX i na początku XX wieku, a przynajmniej fragmenty zawierające wzmianki na temat Ferdinanda Theinhardta i jego zakładu. A dowiedzieć się z nich można na przykład, że po przejściu przez firmę H. Berthold AG zreorganizowany dom typograficzny Ferdinand Theinhardt funkcjonował jeszcze przez dwa lata jako niezależny oddział (spółka) pod nazwą Ferd. Theinhardt GmbH, Berlin⁴⁶. Günter Gerhard Lange pominął także informacje o tym, że katalog – wydany już po przyłączeniu domu typograficznego Ferdinand Theinhardt do firmy H. Berthold AG – w którym zauważył pisma Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk, zawierał wiele krojów wyprodukowanych przez typograficznego giganta (na przykład Schmale Herold)⁴⁷. Mając bezpośredni dostęp do tego katalogu, Günter Gerhard Lange z pewnością był w stanie określić, które kroje pisma pochodzą z danego domu typograficznego. Rzeczywiście, w publikacji znajdującej się w bibliotece firmy H. Berthold AG, wydanej już po przejściu zakładu Ferdinanda Theinhardta, odrębna notatka pozwala wnioskować, że wszystkie kroje pisma z numerem seryjnym powyżej 3000 przysły do firmy „z zewnątrz”⁴⁸. Stopnie, w których był dostępny Akzidenz-Grotesk Regular, otrzymały numery seryjne 3760–3772, stopnie Royal-Grotesk opatrzone numerami 4377–4386.

W wywiadzie z 2003 roku Günter Gerhard Lange również mylnie stwierdził, że zostały wyprodukowane warianty Royal-Grotesk w wadze black i bold⁴⁹. O ile katalogi wzorników firmy H. Berthold AG rzeczywiście zawierały różne rozmiary Royal-Grotesk, o tyle żaden nie przewidywał zróżnicowanych wag dla tego pisma. Żadnej wzmianki o tym nie znajdzie się we wtórnych źródłach

46 F. Bauer, *Chronik der Schriftgießereien in Deutschland und den deutschsprachigen Nachbarländern*. Bearbeitet von Friedrich Bauer, Offenbach am Main 1928. Mit *Ergänzungen und Nachträgen von Hans Reichardt*, 2011 rok, s. 26 – <http://www.klingspor-museum.de/ChronikSchriftgießereien.html> [dostęp: 31 marca 2019 roku]. Por. także: *Die deutsche Schriftgießerei...*, s. 188.

47 F. Bauer, *Chronik der Schriftgießereien...*; *Die deutsche Schriftgießerei...* Por. także: *Ferd. Theinhardt Schriftgießerei GmbH*, nr 4647–4660.

48 Por. *Ferd. Theinhardt Schriftgießerei GmbH...*

49 G.G. Lange, Y. Schwemmer-Scheddin, *GGL – Schrift, die spröde Geliebte...*, s. 24.

informacji o niemieckich czcionkach⁵⁰. Z nieznanых przyczyn, świadomie lub nie, Günter Gerhard Lange zdecydował się zaprezentować taką hipotezę. Żadne z opublikowanych przez firmę H. Berthold AG wydawnictw nie przypisywało autorstwa Akzidenz-Grotesk czy Royal-Grotesk konkretnemu rysownikowi, rzeźbiarzowi ani rytownikowi stempli i geneza tych krojów pisma nie była znana aż do odczytu Güntera Gerharda Langego na konferencji w 1998 roku i wywiadu z nim z 2003 roku. Günter Gerhard Lange postanowił wypełnić lukę w zapisach historycznych, luźno opierając swoją teorię na momencie pojawienia się około 1908 roku krojów Akzidenz-Grotesk i Royal-Grotesk w katalogu zakładu Ferdinanda Theinhardta. Jest niemal pewne, że motywacją jego działania było to, jak istotną rolę ten krój pisma zaczął odgrywać od lat pięćdziesiątych XX wieku. Tak ważny krój musiał przecież mieć bardziej imponującą historię powstania niż proste połączenie kilku anonimowych produktów w jedną rodzinę.

Podsumowanie

W latach dwudziestych XX wieku firma H. Berthold AG wydała wiele publikacji traktujących o historii zarówno typografii, jak i własnej działalności⁵¹, wspomnianą wcześniej bibliografię krojów, a nawet nowe wydanie autobiografii Ferdinanda Theinhardta z 1899 roku⁵². Około 1926 roku firma H. Berthold AG opublikowała broszurę z wzornikiem pisma, który zdecydowanie jest powiązany z osobą Ferdinanda Theinhardta – chodzi o krój Monumental, który w tamtym czasie właśnie zyskał nową nazwę nadaną przez H. Berthold AG – Klassik⁵³. Kapitaliki liter Monumental/Klassik zostały zaprojektowane na wzór symboli wykorzystywanych do spisywania starorzymskich inskrypcji. W publikacji firmy H. Berthold AG Ferdinand Theinhardt został przedstawiony jako „projektant krojów pisma” – człowiek, który wynalazł Klassik. Ferdinand Theinhardt wyciął Monumental/Klassik na potrzeby *Corpus inscriptionum latinarum* (serii wydawniczej ukazującej się w latach 1863–1893) Theodora Mommsena. Jeśli Ferdinand Theinhardt zaprojektował również Akzidenz-Grotesk lub Royal-Grotesk, to dlaczego fakt ten pominięto we wspomnianej publikacji? Trzymając się wersji firmy H. Berthold AG, przypisującej autorstwo Ferdinandowi Theinhardtowi, czcionki przez niego wycięte (w tym Monumental) zostały włączone do ogólnej

50 *Handbuch der Schriftarten...* Por. także: „Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftszweige”, „Archiv für Buchgewerbe”, „Deutscher Buch- und Steindruck”, „Imprimatur”, „Journal für Buchdruckerkunst”, „Schriftgießerei und verwandte Fächer”, „Klimesch's Jahrbuch”.

51 *Das Haus Berthold 1851–1921. Zum 25jährigen Bestehen der Aktiengesellschaft*, red. H. Hoffmann, H. Berthold AG, Berlin 1921.

52 Por. F. Theinhardt, *Erinnerungsblätter aus meinem Leben...*

53 Por. *Klassik. Berthold Probenheft 223*, H. Berthold AG, Berlin [około 1926 roku].

oferty domu typograficznego, który sprzedawał jego produkty przez długi czas, czyli aż do 1978 roku, kiedy zaprzestano odlewania czcionek.

Jakie są różnice w historii przedstawionej przez Güntera Gerharda Langego i lansowanej przez Ekeeharta Schumachera-Geblera, Indry Kupferschmid i mnie? Każdy historyk wyciąga z przeszłości te fakty i wydarzenia, które pasują do wyjaśnianego czy analizowanego przezeń zagadnienia. Moje spojrzenie na początki Akzidenz-Grotesk jest znacznie szersze niż Güntera Gerharda Langego, który, przynajmniej pod koniec kariery, zbyt często obierał drogę na skróty w odniesieniu do historii tego pisma. Być może wydawało mu się, że wie o nim wszystko, przecież to on zaprojektował wiele nowych jego odmian i był osobą odpowiedzialną za utworzenie jego wersji do fotoskładu (oraz prawdopodobnie cyfrowej). Mimo jednak własnych bogatych zbiorów materiałów historycznych i dostępu do obszernej biblioteki firmy H. Berthold AG Günter Gerhard Lange nie sięgał do źródeł wtórnych, które jednoznacznie odnoszą się do historii krojów i osoby Ferdinanda Theinhardta. A nie były to publikacje mało znane – musiał o nich słyszeć. Żywię nadzieję, że kilka lat wcześniej, będąc u szczytu kariery w firmie H. Berthold AG, Günter Gerhard Lange nie popełniłby takiego błędu.

Skrojone na miarę

Maciej Majchrzak

Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu

Pisząc, stawiam istotne dla konstrukcji znaków elementy jednym pociągnięciem. Nie jest to jeszcze typografia, mimo że posługuję się literami. Jeśli zapisane litery sfotografuję, coś obetnę, coś przeniosę z jednej litery do drugiej, to zostawiam pisanie z tyłu. Zaczyna się liternictwo. W liternictwie istotne dla konstrukcji znaków elementy składają się z więcej niż jednego pociągnięcia. W typografii następuje mechanizacja¹. Kroje pisma są budulcem typografii.

Projektowanie krojów pisma jest obecnie zupełnie oczywistą, powszechnie dostępną aktywnością. Wymaga oczywiście treningu i edukacji, ale nie brakuje już źródeł informacji, projektowanie pism stało się również częścią edukacji projektanta graficznego w Europie. Za projektowaniem nowych pism stoją określone motywacje. „Powstanie kroju [...] jest efektem twórczego niepokoju, zainteresowania lub potrzeby”². Robert Bringhurst pisze o dobrych praktykach zamiast zasad: „Zasady typografii, w moim rozumieniu, nie są zbiorem martwych konwencji, lecz zwyczajami plemiennymi w magicznym lesie, w którym zewsząd słychać prastare głosy, a jednocześnie to, co nowe, toruje sobie drogę, przybierając oryginalne formy”³.

Niniejsze opracowanie oparłem na analizie przykładów i na opiniach projektantów publikujących w literaturze przedmiotu oraz na blogach i w magazynach internetowych. Na zakończenie opisałem pokrótce własną pracę z pismami projektowanymi na zamówienie konkretnych klientów, pismami skrojonymi na miarę. Kroje takie w opracowaniach o typografii nie stanowią osobnego rozdziału,

1 F. Smeijers, *Counterpunch: making type in the sixteenth century, designing typefaces now*, London 1997, s. 19–20.

2 C. Henestrosa, L. Meseguer, J. Scaglione, *Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu*, przetł. N. Pluta, Kraków 2013, s. 10.

3 R. Bringhurst, *Przedmowa*, [w:] idem, *Elementarz stylu w typografii*, przetł. D. Dziewońska, Kraków 2012, s. 9.

są raczej rozpatrywane jako część danego okresu w historii typografii lub dorobku konkretnego projektanta. Pojawiają się za to krytyczne artykuły w branżowych magazynach i na blogach, dzięki czemu toczy się dyskusja o jakości i celowości powstających projektów.

Tło historyczne

Przez większość drugiej połowy XX wieku korporacje kupowały licencje na kroje pisma w domach typograficznych. Zmieniała się technologia stojąca za typografią – powstawało wiele nowych krojów, ale typografia przeznaczona dla konkretnej firmy wciąż była rzadkością. W drugiej połowie XX wieku okazało się również, że kroje pisma z epoki niecyfrowej nie są dobrze wyświetlane (renderowanie kształtów na pikselowej siatce ekranu) na ekranie komputera. Ponadto analogowa technologia produkcji wpływała na kształt pisma. Linotyp na przykład wymagał zaprojektowania znaków kursywy i odmiany pogrubionej o tej samej szerokości co antykwa, co zmuszało do kompromisów i prowadziło do nienaturalnych kształtów. Cyfrowe opracowanie pozwala poprawić te mankamenty⁴. Można w tym miejscu uczynić szeroką dygresję na temat postępowania się anglojęzycznym terminem *revival*⁵, ale nie jest to przedmiotem niniejszego opracowania.

Odkąd pojawiły się komputery, każdy może być projektantem pisma. Powszechną praktyką (dzięki łatwości i doskonałości edytorów fontów) stało się projektowanie korporacyjnych krojów pisma, stanowiących część strategii komunikacji marki opartej na typografii. Jeden z wybitniejszych współczesnych typografów i projektantów pisma, Erik Spiekermann (współzałożyciel firm FontShop, FontFont, Meta Design, Eden-Spiekermann, autor znanych krojów Meta i Officina, które na stałe zmieniły współczesny pejzaż typograficzny), twierdzi, że to właśnie komputer osobisty umożliwił tworzenie korporacyjnych krojów z licencją na wyłączność klienta.

Postęp technologiczny spowodował powstanie wielu nowych krojów. Rozmach projektowanych pism także uległ zmianie. Projektuje się większe rodziny, obsługujące znacznie większą liczbę znaków. Nowe kroje dzieciowe są teraz zarówno stosowane do dłuższych tekstów, jak i mają potencjał displayowy, akcydensowy. Inny jest kontekst reprodukcji: druk (również w wielkiej skali, na przykład reklam wielkopowierzchniowych) i ekran (dziesiątki rodzajów ekranów o różnej jakości). Celnie podsumowuje złożoność kwestii technicznych (specyfika wyświetlania na

4 V. Burian, *Why Do We Need More Typefaces?* – <http://www.alphabetic.org/why-do-we-need-more-typefaces> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

5 W języku polskim możemy mówić o rekonstrukcji lub rewitalizacji albo opracowaniu cyfrowej wersji kroju pisma. Wersja cyfrowa może być wierna analogowemu pierwowzorowi lub stanowić zupełnie nowy koncept, dla którego oryginalny projekt jest tylko punktem wyjścia.

ekranie a druk) prezentacja systemowego kroju firmy Apple – San Francisco⁶. Warto również przywołać znakomitą publikację Tima Ahrensa dotyczącą optycznego dostosowywania odmian pisma do stopnia reprodukcji⁷.

Obecnie studia projektowe zatrudniają kilka, kilkanaście osób, chociaż możliwa jest nawet praca indywidualna. Łukasz Dziedzic (jeden z najważniejszych polskich projektantów związanych z typografią, jeden z kilku polskich projektantów krojów pisma, który odniósł międzynarodowy sukces) powiedział w rozmowie z autorami książki *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*: „Można zaprojektować, wyprodukować i wydać rodzinę fontów w pojedynkę. Nawet taką, która ma kilkadziesiąt tysięcy glifów. Ale ja tak nie chcę [...] oczywiście większy zespół wymaga intensywniejszej komunikacji i większego zgrania. Grupa kilku osób to chyba złoty środek”⁸. Wiele zależy od poziomu rozbudowania i skomplikowania projektu.

Pisząc o krojach korporacyjnych, należy wspomnieć, że projektanci marek już dawno zauważyli, że to nie logo je definiuje, ale znacznie więcej elementów i doświadczeń wynikających z obcowania z marką. Jednym z takich elementów jest typografia. W tak mocno zdigitalizowanym świecie jest dużo więcej typografii – interfejsy użytkownika w aplikacjach czy na stronach internetowych składają się głównie z tekstów.

Czym jest *pismo skrojone na miarę*⁹

W literaturze poświęconej typografii i projektowaniu graficznemu oraz w witrynach internetowych domów typograficznych czy studiów projektowych możemy spotkać dwa określenia krojów pisma „szytych na miarę”: *custom* i *bespoke*. Terminy te występują często naprzemiennie – w zależności od charakteru projektu.

Zakres świadczonych usług jest skończony i powtarza się w ofertach wielu studiów projektowych lub domów typograficznych: kroje powstające na konkretne zamówienie mogą być modyfikacjami pism z katalogu (rozszerzanie zestawu znaków, modyfikowanie oryginalnego projektu) lub zupełnie nowymi projektami opracowywanymi od podstaw. Kroje na zamówienie są inaczej licencjonowane: może to być licencja na wyłączność (niesprzedawana nikomu więcej) albo nie na wyłączność, licencja czasowa i licencja dla osób trzecich. Takie projekty są

6 <https://developer.apple.com/videos/play/wwdc2015/804> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

7 T. Ahrens, S. Mugikura, *Size-specific adjustments to type designs. An investigation of the principles guiding the design of optical sizes*, Garching 2014.

8 A. Szydłowska, M. Misiak, *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Kraków 2015, s. 177.

9 Zaznaczam ten termin kursywą, ponieważ nie występuje on w żadnym znanym mi słowniku pojęć. Jest to ogólne określenie spoza typografii, trudno więc przypisać sobie zastugę ukucia nowego pojęcia.

nazywane *custom* (angielskie słowo *customize* oznacza 'wykonać na zamówienie', 'przerobić zgodnie z indywidualnymi potrzebami klienta') albo *bespoke* ('na miarę', 'oprogramowanie dla indywidualnego użytkownika').

Współczesne uwarunkowania

Obecnie pejzaż typograficzny, podobnie jak otaczający nas pejzaż fizyczny, jest nieco przepętniony. Na nurtujące pytanie, czy potrzebujemy nowych fontów, odpowiedziało dwoje znanych i cenionych współczesnych projektantów: Peter Biłak (Typotheque) i Veronika Burian (Type-Together). Peter Biłak zauważa, że obecnie mamy złoty wiek projektowania pisma: istnieje więcej domów typograficznych niż kiedykolwiek w historii typografii, dystrybucja fontów jest łatwiejsza i bardziej bezpośrednia, projektowanie krojów pisma jest gorącym tematem na wielu specjalistycznych blogach i w magazynach, pojawiło się nawet ogólne zainteresowanie mediów. Powstają kursy projektowania krojów pisma, na których kształcą się nowi projektanci¹⁰. W publikacji z 2011 roku Peter Biłak podaje liczbę ponad sto pięćdziesiąt tysięcy fontów istniejących w sieci, które można pobrać na komputer osobisty w dowolnym momencie. Przez ostatnie osiem lat ta liczba na pewno mocno wzrosła. Autor pyta, czy jest jeszcze jakiś powód do projektowania nowych krojów, skoro mamy tyle już powstałych. Mimo tak korzystnych warunków rozwoju tej dziedziny typografii większości nowych projektów brakuje oryginalności. Wielu projektantów eksploatuje udane modele z przeszłości, zamiast poszukiwać nowych rozwiązań. Winą za taki stan rzeczy można obarczyć możliwość samodzielnej produkcji i publikacji fontów za pomocą komputera oraz podejmowanie niewystarczających starań, żeby dodać coś nowego w rozwoju profesji. Nie ma potrzeby tworzenia krojów, które nie są w żaden sposób oryginalne ani nowatorskie, ale ciągle jest przestrzeń na tworzenie nowych, oryginalnych projektów¹¹. Rok później Veronika Burian spisała swoje uwagi w artykule opublikowanym w książce *TYPO9010*, prezentującej cyfrowe kroje pisma wyprodukowane przez czeskich projektantów w latach 1990–2010. Nadal możemy mówić, że typografia ma większe znaczenie niż kiedykolwiek, włączając własną ekspresję branży, kanały komunikacji, różne media, dla których typografia ma znaczenie, interfejsy użytkownika i identyfikacje wizualne. Bardzo istotne jest spostrzeżenie autorki, że wiele krojów powstało jako wyraz twórczych działań amatorów i należy je rozpatrywać odrębnie niż projekty wychodzące spod ręki zawodowych typografów. W obszarze profesjonalnej typografii małe, nowo powstające domy typograficzne muszą zbudować swoje unikalne portfolio krojów, najlepiej z konkretnym przeznaczeniem, na przykład do składu ciągłych

10 P. Biłak, *We don't need new fonts* – https://www.typotheque.com/articles/we_dont_need_new_fonts [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

11 *Ibidem*.

tekstów czy historycznych rekonstrukcji. Filarami nowych projektów powinna być kontrola jakości i opracowywanie oryginalnych rozwiązań zamiast plagiowania. Niektóre najlepsze rozwiązania są połączeniem własnych poszukiwań, rozumienia historycznych uwarunkowań i abstrakcyjnych pomysłów. Wśród przyczyn tworzenia nowych krojów możemy wymienić: prywatne zainteresowania, rozwój technologiczny, zapotrzebowanie klientów i decyzje komercyjne¹².

Celowość krojów „szytych na miarę”

Typografia stała się istotnym aspektem tworzenia wizerunku współczesnej marki. Erik Spiekermann twierdzi, że „korporacje i marki komunikują się ze swoimi klientami, z pracownikami i prasą. Niezależnie od medium komunikacja następuje przede wszystkim w formie pisanej. Nawet spot telewizyjny nie może istnieć bez pokazania nazwy czy hasła marki. Można powiedzieć, że większość informacji, jakie uzyskujemy o marce czy produkcie, zdobywamy, czytając o nich”¹³.

Na rynku są dostępne tysiące rodzin lub pojedynczych odmian krojów pisma. Poza konstrukcją i rysunkiem glifów różnią się od siebie obsługiwany zestawem znaków, liczbą zaprogramowanych funkcji OpenType, strukturą rodziny, sposobem licencjonowania, ceną, czytelnością, dodanymi wartościami estetycznymi, poziomem dopracowania. Mimo tak dużego bogactwa wiele firm decyduje się na zlecenie wykonania dedykowanego kroju pisma. Nasuwa się zasadne pytanie o cel takiego działania. Są trzy istotne obszary, w których kroje na konkretne zamówienie mają przewagę nad krojami kupowanymi z dostępnej biblioteki pism wybranego domu typograficznego:

- wyjątkowość i spójność identyfikacji wizualnej,
- cena,
- możliwość „skrojenia” projektu na konkretne potrzeby.

W odpowiedzi na pierwszy punkt można podać przykład kroju pisma dla korporacji Samsung. Poza uznanymi powszechnie korzyściami płynącymi ze spójnej i wyjątkowej komunikacji wizerunku marki warto zauważyć, że urządzenia mobilne tego producenta działają w systemie Android, dla którego systemowym pismem jest krój Roboto (krój korporacyjny Google'a)¹⁴. Przykładem na poparcie drugiego (pierwszego również) punktu może być krój Netflix Sans. Firma zdecydowała się na przygotowany specjalnie dla niej krój pisma, jak twierdzi dyrektor

12 V. Burian, *Why do we need more typefaces...*

13 <https://www.creativebloq.com/branding/erik-spiekermann-why-type-brand-41411187> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku] (przekład własny).

14 M. Harris, *8 digital brands that designed custom typefaces to save millions*, <https://www.digitalartsonline.co.uk/news/typography/8-digital-companies-that-designed-custom-typefaces-to-save-millions> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

do spraw wzornictwa Noah Nathan, z dwóch głównych powodów: rosnące koszty licencjonowania pisma Gotham, stosowanego dotychczas, i bardziej „swój” (ownable) wizerunek¹⁵. Wynikiem uwzględnienia dwóch pierwszych obszarów jest zazwyczaj produkt powstający od podstaw. Trzeci obszar dotyczy również rozbudowy lub modyfikacji kroju istniejącego w bibliotece domu typograficznego. Tak powstała cyrylica do kroju Karmina, będącego częścią biblioteki Type-Together¹⁶. Innym przykładem jest projekt Bree Perú. Krój pisma Bree z biblioteki tego samego domu typograficznego został zmodyfikowany tak, żeby połączyć pismo z nowym logotypem marki Perú¹⁷. Trzecim rodzajem zapotrzebowania klienta – globalnej marki – jest obsługa wielu skryptów. Studio Dalton Maag zaprojektowało dla ABB Voice multiskryptową rodzinę pism¹⁸. Bardzo często podkreślanym aspektem jest emisja kroju w różnych mediach. Jest to znak współczesności. Interesującym przykładem jest krój dla Sandoll (najstarszy dom typograficzny w Korei zamówił krój w celu podniesienia swojej pozycji marketingowej i poprawienia relacji z globalnymi klientami), zaprojektowany przez Type-Together¹⁹. Przykłady można oczywiście mnożyć.

Warto dodać tutaj opinię innego renomowanego projektanta krojów, Christiana Schwartza (Commercial Type), dotyczącą nowych projektów krojów projektowanych dla konkretnego odbiorcy. W wywiadzie dla magazynu „Eye” Christian Schwartz mówi, że na początku procesu zespół stara się każdego nowego klienta odwieść od zamówienia nowego kroju. Celem jest upewnienie się, że klient rzeczywiście potrzebuje kroju na miarę i sprawdzenie, czy któreś z istniejących już pism odpowiada w pełni jego zapotrzebowaniu. Przetwarzanie czegoś, co już istnieje, byłoby stratą czasu i środków²⁰.

- 15 J. Brewer, *Netflix unveils Netflix Sans, a new custom typeface developed with Dalton Maag* – <https://www.itsnicethat.com/news/netflix-sans-typeface-dalton-maag-graphic-design-210318> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 16 <https://www.type-together.com/karmina-cyrillic> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 17 <https://www.type-together.com/bree-peru-font-family> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 18 <https://www.daltonmaag.com/work/abb-voice> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 19 <https://www.type-together.com/sandoll> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 20 <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-commercial-type> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

Wyjątkowość

Można spotkać się z opiniami, że nowe kroje wyglądają tak samo jak dziesiątki innych lub są niedopracowane. Jest to zarzut częściowo zasadny. Mocno krytykowane były kroje Roboto (dla korporacji Google)²¹ czy Youtube Sans²². Projekt kroju pisma odpowiada na konkretne potrzeby klienta (media komunikacji, obsługiwane języki) i jest częścią szerszej strategii komunikacji marki. Warto tutaj przywołać fragment wstępu do podręcznika *Jak projektować kroje pisma*. Jeden z autorów, Cristóbal Henestrosa, pisze: „Každy nowy projekt w sposób naturalny afirmuje bądź kontestuje kroje stworzone wcześniej. Wielu sądzi, że najlepszy krój to ten najbardziej oryginalny, który natychmiast wyróżnia się spośród innych. Owszem, czasami tak jest: kiedy chcę zwrócić uwagę i na przykład wydaję krzyk rozpaczy. Jestem zdania, że najlepsze kroje umiały przejrzeć się w lustrze tradycji i nie porzucając jej, zaproponować rozwiązania zbliżone do kanonicznych”²³. Analizując dziesiątki powstałych w ostatnich latach korporacyjnych krojów pisma, zwłaszcza osoba niezwiązana z typografią może mieć problem z zauważeniem subtelnych różnic między nimi. Wygląda na to, że duże korporacje (zwłaszcza z branży technologicznej – to ich krojów najczęściej dotyczą wspomniane wyżej zarzuty) mówią podobnym tonem głosu. Dziedzina krojów pisma tworzonych na indywidualne zamówienie jest całkiem szeroka i można znaleźć wiele zróżnicowanych projektów. Na drugim biegunie można na przykład postawić krój pisma zaprojektowany dla marki Asics Tiger²⁴ czy – pozostając w branży sportowego obuwia – pismo powstałe specjalnie dla sklepu marki Nike w Oslo²⁵. Typografia jest sztuką wyważonych decyzji i odpowiedniego dobierania środków do treści, które chcemy przekazać. Znakomity projektant pisma, Gerard Unger, w kanonicznej książce o czytelności *While You're Reading (Kiedy czytamy)* pisze: „Okazuje się, że czytelnikom, typografom i projektantom liternictwa trudno pozbyć się etykiety konserwatystów. W rzeczywistości jednak niewiele osób jest w pełni postępowych lub kompletnie konserwatywnych, kombinacje zachowawczości

- 21 S. Coles, *Roboto Is Was a Four-headed Frankenfont* – <https://typographica.org/on-typography/roboto-typeface-is-a-four-headed-frankenfont> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku]. Trzeba zaznaczyć, że krój Roboto został poprawiony po krytyce, jaka na niego spadła.
- 22 N. Stössinger, *Of Branded Voices and Funny Hats: A Closer Look at YouTube Sans* – <https://typographica.org/on-typography/of-branded-voices-and-funny-hats-a-closer-look-at-youtube-sans> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 23 C. Henestrosa, L. Meseguer, J. Scaglione, *Jak projektować kroje pisma...*, s. 15.
- 24 <https://www.kontrapunkt.com/work/asics-tiger> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].
- 25 <http://www.ohyeahstudio.no/project/nike-custom-typeface-oslo> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

i umiłowania postępu występują często i w różnych proporcjach”²⁶. Mamy kilka atrybutów do dyspozycji: charakterystyczne znaki²⁷, grubości, szerokości, struktura rodziny, obsługiwane języki. W wielu wypadkach pole manewru jest mocno ograniczone i decydują detale. Nie można pominąć faktu, że żyjemy w świecie o zglobalizowanej estetyce.

Kroje „szyte na miarę” w Polsce

W porównaniu z Zachodem czy nawet naszymi południowymi sąsiadami – nie wglębiając się w szczegóły i przyczyny takiego stanu rzeczy – tradycje typograficzne w Polsce nie są tak bogate. Obecnie właściwie nie mamy domów typograficznych, działa jedynie kilka niewielkich firm. Jest kilkoro projektantów pisma, którzy utrzymują się tylko z tej aktywności zawodowej, ale typografia w Polsce rozwija się i zyskuje uwagę. Są dostępne kursy, warsztaty, odbywają się konferencje i sympozja, spotkania z projektantami. Typografia i projektowanie krojów pisma są ważną częścią artystycznych studiów wyższych na kierunkach związanych z projektowaniem graficznym. Sytuacja się zmienia, ale wciąż jednak typografia jest niszowa i nieznaną szerszej publiczności tak jak choćby ilustracja.

Mamy w najnowszej historii przykłady krojów zaprojektowanych na zlecenie. Nie są to jedyne, ale nie można nie wspomnieć o krojach zaprojektowanych przez Łukasza Dziedzica (dla firm Empik czy Reserved). Jednym z najpopularniejszych krojów pisma na platformie Google Fonts jest Lato, którego początek stanowiło zamówienie od jednego z polskich banków. Ostatecznie klient odrzucił projekt i dzięki temu krój trafił do Google Fonts²⁸. Lato to świetny przykład projektu o „globalnej”²⁹ estetyce, mimo to bardzo charakterystycznego.

W ostatnich latach miałem przyjemność zaprojektować cztery kroje pisma w ramach własnej pracy zawodowej. Trzy z nich były zlecone przez studio PBD. W każdym wypadku typografia odgrywała istotną rolę w koncepcji identyfikacji wizualnej. Najnowszy krój został zlecony przez Akademię Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu.

Na polskim rynku identyfikacja oparta na typografii ciągle jest rzadkością, a przekonanie klienta do typografii można uznać za osiągnięcie. Ciężar negocjacji za każdym razem brało na siebie studio. Należy podkreślić kompetencje studia w zakresie typografii (negocjacje z projektantem) i umiejętność znalezienia

26 Za: *Widzieć/wiedzieć*, red. J. Mrowczyk, P. Dębowski, Kraków 2011, s. 184.

27 Odnoszę się do skryptu tacińskiego.

28 Więcej o projekcie w: A. Szydłowska, M. Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel...*, s. 176–179. Łukasz Dziedzic opowiada o projekcie w materiale wideo opublikowanym w: <https://www.youtube.com/watch?v=r4lRwdkafzM> (od trzydziestej minuty nagrania), choć całe wystąpienie jest niezwykle ciekawe i warte obejrzenia.

29 *Ibidem*.

odpowiednich argumentów (negocjacje z klientem). Dzięki wspólnej pracy powstały kroje pisma Rainbow, Accen i Koedu. Opiszę same kroje, ale należy je rozpatrywać na tle pełnej koncepcji identyfikacji wizualnej, której są częścią. W przypisach podam odnośniki, pod którymi można zapoznać się z poszczególnymi projektami.

Krój pisma Rainbow jest dopełnieniem nowego wizerunku marki Rainbow. Projekt kroju został oparty na nowym sygnecie marki. Krój Rainbow to jednoelementowe, bezszeryfowe pismo o ciepłym i przyjaznym rysunku oraz solidnej budowie liter z zaokrąglonymi zwieńczeniami kresiek. Rodzina pism Rainbow obejmuje trzy odmiany: przyciągającą uwagę odmianę Display, która stanowi podstawę logotypu RAINBOW i jest stosowana do krótkich napisów, oraz dziełowe odmiany Regular i Bold, używane w dłuższych pasażach tekstu. Każda odmiana pisma zawiera prawie 400 glików i pokrywa większość języków posługujących się skrypcem tacińskim. Font zawiera również sygnety, a logotyp firmy można wpisać z klawiatury. Podobną funkcjonalność zawierają kolejne kroje³⁰.

Krój pisma Accen ma solidny i wyrazisty charakter. Wersaliki, cyfry i znaki specjalne zaplanowano w jednej odmianie grubości. Konstrukcja liter jest uproszczona, a łuki są krótkie i przełamane – pismo nawiązuje do technicznego charakteru działalności prowadzonej przez Accen. Wyrazistości dodają dopracowane detale i wprowadzony charakter szablonowości. Kreski pionowe takich liter, między innymi „E”, „H”, „D” czy „R”, zostały tak ukształtowane, żeby przy zachowaniu solidnej budowy przełamać jednorodny charakter dużej liczby pionowych i poziomych elementów, które występują w wersalikach³¹.

Krój pisma Koedu jest dopełnieniem nowego wizerunku marki Żak. Krój harmonizuje z dotychczasowym sygnetem marki i tworzy nowy logotyp. Krój Koedu to jednoelementowe, bezszeryfowe pismo będące hybrydą krojów humanistycznych i grotesków o technicznym charakterze. Dzięki takiemu zabiegowi udało się uzyskać pismo przyjazne w charakterze, które odpowiada na potrzeby komunikacji wizualnej na różnicowanych współczesnych nośnikach informacji (od ulotek przez stronę internetową po kampanie outdoorowe). Grubsza odmiana pisma została wyposażona w zestaw piktogramów stosowanych w kampaniach promocyjnych marki. Piktogramy zostały zharmonizowane z krojem pisma i zaimplementowane do fontu³².

Najnowszym projektem, sukcesywnie wdrażanym, jest rodzina pism Geppert Sans zaprojektowana dla Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu. W tym wypadku uczelnia artystyczna dobrze wie, na czym polega dobra typografia i ma świadomość siły oddziaływania spójnego wizerunku. Krój

30 <https://pbd.pl/projekty/rainbowtour> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

31 <https://pbd.pl/projekty/accen> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

32 <https://pbd.pl/projekty/zak> [dostęp: 8 kwietnia 2019 roku].

pisma powstał do stosowania w materiałach promocyjnych (zewnętrznych) i wewnętrznych uczelni. Akademia Sztuk Pięknych wydaje wiele zróżnicowanych graficznie materiałów i publikacji, pierwszym założeniem było więc zaprojektowanie kroju pisma, który będzie jak najbardziej „przezroczysty”. Oprócz tego krój jest ciepły w wyrazie. Można sklasyfikować go jako bezszeryfową antykwę humanistyczną. Drugim założeniem była próba dodania lokalności, czyli wrocławskiej litery „W”, czy inspirowanej polskim liternictwem lokalnej litery „Ł” z wyraziście kreśloną poprzeczką (wyważenie między lokalnością a globalnością). Trzecim założeniem było zastosowanie na tyle prostej konstrukcji liter, żeby można było dodawać wariacje z zachowaniem spójności projektu (współczesna technologia pozwala na tworzenie fontów zbudowanych z nakładających się na siebie warstw, parametryzację i interpolację), na przykład w ramach zajęć dydaktycznych. W rodzinie pism powstały antykwę i kursywa w następujących odmianach grubości: Book do dłuższych tekstów oraz Medium i Bold do nagłówków. Krój jest czytelny w małym stopniu pisma, dlatego można go stosować zarówno w druku, jak i w emisji ekranowej.

Podsumowanie

Na skutek dynamicznego rozwoju nowych technologii projektowanie krojów pisma stało się szerzej dostępne. Wraz z tymi zmianami upowszechniły się koncepcje identyfikacji wizualnej firm czy korporacji, w których istotną rolę odgrywa typografia i jej budulec, czyli „skrojone na miarę” pisma. Do skutków upowszechnienia typografii (Internet, interfejsy użytkownika) należy również zaliczyć wzrost liczby powszechnie dostępnych krojów pisma. Powstające projekty należy rozdzielić na dwa nurty: pisma będące efektem twórczych poszukiwań amatorów i pisma projektowane przez profesjonalistów. Istnieje wiele wartościowych, oryginalnych i funkcjonalnych produktów. Skutkiem ubocznym jest znaczna liczba krojów niebędących wystarczająco oryginalnymi lub odpowiednio dopracowanymi. Kwestia celowości powstawania nowych projektów stanowi temat dyskusji. W Polsce rozwija się rynek typograficzny. Warto pokazywać dobre praktyki, żeby otaczata nas wysokiej jakości, różnorodna kultura wizualna. Projektowanie krojów korporacyjnych jest celowe, o ile uda się opracować funkcjonalne, oryginalne lub nowatorskie projekty. Typografia wciąż odgrywa ważną rolę w komunikacji. Wraz z rozwojem technologii może znowu zająć potrzeba dostosowania typografii do nowych, potencjalnych nośników informacji i do zmieniającego się poczucia estetyki.

Czytelność krojów informacyjnych

Robert Jarzec

Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu

Systemy orientacyjne mają za zadanie ułatwiać nam poruszanie się po danym obszarze, wskazywać ścieżki dojścia do wybranych lokacji. Oznakowanie bywa również nośnikiem informacji o charakterze ostrzegawczym w sytuacji możliwego zagrożenia naszego zdrowia lub życia. Niezależnie jednak od tego, czy zapoznanie się z daną informacją ma dla nas wymiar opcjonalny, czy obowiązkowy, tego rodzaju komunikaty muszą konkurować o naszą uwagę z innymi, które przyjmują formę nie tylko wizualną i pełnią nierzadko rozbudowaną funkcję perswazyjną (na przykład przekazy reklamowe).

Zakłócenia

Nawet jeśli odbiorca potrafi właściwie zdekodować otrzymany sygnał, zakłócenia towarzyszące sytuacji komunikacyjnej mogą utrudniać odbiór informacji lub ją wypaczać. W znanym modelu Shannona i Weavera, opracowanym pierwotnie na potrzeby technologii telekomunikacyjnych, później zaś rozszerzonym do formy modelu ogólnego, sygnał biegnący od nadajnika po wejściu w układ komunikacyjny przemierza kanał łączący przekaźnik i odbiornik. Sygnał, pokonując kanał, może ulegać zniekształceniu w efekcie działania tak zwanego szumu komunikacyjnego. W skrajnych wypadkach zakłócenia mogą znacznie utrudnić odbiór informacji lub przynajmniej obniżyć jej czytelność.

Poziom czytelności umieszczanych w przestrzeni komunikatów, których treść jest zapośredniczana przez tekst, kształtuje się na podstawie wzajemnych relacji wielu czynników, wśród których znajdują się między innymi ostrość obrazu względem dystansu od oka i środka pola widzenia, zniekształcenia perspektywiczne, warunki oświetleniowe, skala elementów tekstowych, kontrasty barwne i wrażliwość na różne długości fal świetlnych, ruchy gałek ocznych, częstość występowania i długość fiksacji oka, elementy procesu czytania związane z rozpoznawaniem znaków i słów, warunki technicznej reprodukcji tekstu,

parametry nośników informacji, mające wpływ na przykład na odbijanie lub emisję światła. Znajomość sposobów działania tych mechanizmów i ich wielorakich powiązań może być przydatna w precyzowaniu wymagań, jakie powinien spełniać krój pisma w określonych warunkach ekspozycji. Możliwie ścisłe określenie uwarunkowań odbioru jest szczególnie istotne, nie istnieje bowiem jeden krój czy zestaw cech, który może potencjalnie sprawdzić się w każdych okolicznościach.

Rozpoznawanie liter i słów

„Nie ma znaczenia kolejność liter składających się na dane słowo. Ważne jest tylko to, żeby pierwsza i ostatnia litera były na swoim miejscu; pozostałe mogą być w dowolnym niedzielnym, a mimo to nadal nie powinniśmy mieć problemów z przeczytaniem tego tekstu” – między innymi takim przykładem posługiwał się Jerzy Vetulani, omawiając procesy, jakie zachodzą w naszym mózgu, kiedy czytamy¹. Równocześnie zdarza nam się błędnie zinterpretować kształt jakiejś litery i wtedy mylimy właściwie zapisany wyraz z innym, podobnym do niego (na przykład jeśli pomylimy literę „s” z literą „c”, przeczytamy „ocet” zamiast „oset”). Fakt ten, będący zmartwieniem korektorów i korektorków oraz osób zajmujących się redakcją czy składem tekstu, ma podłoże w mechanizmach przetwarzania obrazu, który pada na siatkówkę oka, w formę, w jakiej trafia on do odpowiednich obszarów mózgu.

Obrazy liter tworzących słowo są w pewnym sensie rozkładane na części pierwsze. We wzgórkach górnych każda litera jest analizowana pod względem podstawowych cech charakterystycznych, na przykład czy jest zbudowana z linii pionowych, poziomych, ukośnych, czy z łuków. Następnie informacja jest przesyłana do kory wzrokowej przez szlak drobnokomórkowy (ma on dużą rozdzielczość przestrzenną, przenosi na przykład informację o kolorze, ale ma niższą wrażliwość na kontrast niż szlak wielkokomórkowy). W modelu, który opisują Keith Rayner i Alexander Pollatsek², na podstawie modelu aktywacji i weryfikacji³, informacje te służą do właściwego rozpoznania znaku w grupie liter podobnych. Również obraz słowa (nawet jeśli kolejność tworzących je liter nie odpowiada zapisanemu w pamięci wzorcowi) jest rozpoznawany na podstawie analizy podobieństw i różnic względem obrazów znanych nam

1 J. Vetulani, *Błogosławiona mutacja genu FoxP2* – http://wyborcza.pl/1,75400,9801332,Blogoslawiona_mutacja_genu_FoxP2.html [dostęp: 2 kwietnia 2019 roku].

2 K. Rayner, A. Pollatsek, *The Psychology of Reading*, Englewood Cliffs 1989.

3 K.R. Paap, S.L. Newsome, J.E. McDonald, R.W. Schvaneveldt, *An Activation-Verification Model for Letter and Word Recognition: The word superiority effect*, „Psychological Review” 1982, t. 89, nr 5.

słów. Jak widać na wspomnianym wcześniej przykładzie, ważne, aby pierwsza i ostatnia litera były zgodne z wzorcem. Rozpoznanie słowa na podstawie jego krawędzi jest wtedy również prostsze w strefie widzenia peryferyjnego, w związku ze spadkiem ostrości i efektem stłoczenia liter, postępującym wraz z oddalaniem się obrazu słowa od centrum pola widzenia.

Jeśli większość znaków jest na swoim miejscu, a błąd w zapisie pojawia się tylko lokalnie (na przykład gdy jedną z liter zastąpi litera niewystępująca w wyrazie), zwykle również poradzimy sobie z odczytaniem słowa. Mózg koryguje błędy, pomijając składowe informacje niepasujące do kształtowanego obrazu danej rzeczy. W przebiegu lektury dużą rolę odgrywają także kontekst i antycypacja tekstu – tym większa, im szerszy zasób słów u osoby czytającej.

Podobieństwo znaków i polaryzacja

W badaniach prowadzonych przez Nadine Chahine we współpracy z naukowcami z Massachusetts Institute of Technology⁴ wykazano, że średni czas potrzebny na odbiór informacji złożonej krojem pisma o mniej zróżnicowanej budowie znaków należących do różnych grup kształtów wydłuża się o 6,7%. Osoby biorące udział w badaniu miały zdecydować, czy wyświetlony ciąg znaków był słowem, czy też nie. W materiałach testowych wykorzystano kroje Frutiger (humanistyczny krój bezszeryfowy) i Eurostile (geometryczny grotesk), zmodyfikowane tak, by zrównać percepcyjną wielkość znaków obu krojów. Krój Eurostile cechują bardziej domknięte apertury w literach takich jak „a”, „c” i „e” oraz większe napięcie krzywizn niż w kroju Frutiger (łuki w literach okrągłych są bardziej spłaszczony, na przykład litera „o” ma budowę zbliżoną nieco bardziej do prostokąta niż do elipsy). W wypadku tych samych próbek tekstów oglądanych w negatywie czas reakcji dla kroju Eurostile ulegał wydłużeniu o 9,1% w porównaniu z krojem Frutiger. W dalszej części eksperymentu porównano średni czas reakcji dla tekstów wyświetlanych w pozytywie i w negatywie, gdy w obu wypadkach jednakowe ciągi znaków złożono tym samym krojem (tym razem krojem Frutiger, który wypadł lepiej we wcześniejszych testach). Średni czas reakcji dla tekstów wyświetlanych w negatywie był dłuższy o 38,6%.

W świetle tych wyników tekst ciemny na jasnym tle będzie bardziej czytelny, jeśli za kryterium przyjmimy czas potrzebny na jego odbiór. Tu również jednak wiele zależy od kontekstu, w jakim pojawia się informacja. W wypadku pisma drogowego stosuje się z reguły tekst w kontrze – ze względu na ilość światła odbijanego od tablicy. W nocy jasna tablica, odbijając dużą ilość światła, działałaby osłepiająco.

4 J. Dobres, N. Chahine, B. Reimer, B. Mehler, J. Coughlin, *Revealing Differences in Legibility Between Typefaces Using Psychophysical Techniques: Implications for Glance Time and Cognitive Processing*, Cambridge 2014.

Równie istotny jest poziom kontrastu między kolorem tekstu i tła. „Dla osób z zaburzeniami postrzegania barw najistotniejszy jest kontrast w jasności, definiowany jako współczynnik odbicia światła. Ma on większe znaczenie niż różnica w nasyceniu czy kontrast chromatyczny. ADAAG (Americans with Disabilities Act Accessibility Guidelines) zaleca różnicę w jasności kolorów tła i elementów umieszczanych na tablicy informacyjnej na poziomie 70%”⁵.

Ostrość widzenia

Ostrość, z jaką postrzegamy obraz danego elementu, zależy w znacznej mierze od dystansu od oka oraz odległości, w jakiej obiekt znajduje się od środka naszego pola widzenia. W wypadku tekstu – przy stopniu pisma i odległości od oka typowych dla dłuższej lektury – w strefie ostrego widzenia znajduje się średnio od trzech do pięciu liter. Pozostałe znaki widzimy z tym mniejszą dokładnością, im bardziej oddalają się od centralnego punktu pola widzenia ku strefie widzenia peryferyjnego. Wynika to z budowy ludzkiego oka: największe zagęszczenie czopków odpowiedzialnych za widzenie ostre oraz postrzeganie barw jest zlokalizowane w plamce żółtej, blisko środka tylnej ściany gałki ocznej – jest to więc miejsce najostrzejszego widzenia. Im dalej od środka oka, tym więcej jest usytuowanych pręcików umożliwiających rozpoznawanie kształtów, również w słabym oświetleniu, widzenie czarno-białe, a także detekcję ruchu. Pręcików mamy dziesięciokrotnie więcej niż czopków, co przekłada się na umiejętność postrzegania kształtów, ale z pominięciem znacznej liczby szczegółów. Obraz przyswajany jest ponadto wyłącznie w momencie fiksacji gałek ocznych. W wypadku lektury ciągłej, ale także czytania pojedynczych dłuższych wyrazów, oko porusza się ruchami sakkadowymi, zatrzymując się na tekście na czas około 200 do 400 milisekund. Punkty fiksacji nie muszą występować na krawędziach lub w obrębie słowa, a długość ruchów progresywnych i liczba sakkad regresywnych (kiedy oko wykonuje ruchy wsteczne, powracając do prześlędzonej wcześniej partii tekstu) może zależeć od jakości składu, skomplikowania treści tekstu czy biegłości językowej osoby czytającej.

Każdy ze znaków potencjalnie może znaleźć się w dowolnej odległości od środka strefy ostrego widzenia, wobec czego obrazy poszczególnych liter są odbierane jednocześnie na odmiennych poziomach ostrości. Bardziej precyzyjnych pomiarów możemy dokonać, określając wcześniej punkt mający stanowić pożądaną środek pola widzenia, znając rozmiar kątowy i przesunięcie znaków względem centrum układu.

5 P. Mollerup, *Wayshowing > Wayfinding*, Amsterdam 2013.

Częstotliwość przestrzenna

Ostrość obrazu podlega ograniczeniom również w centralnym polu widzenia, ponieważ gęstość rozmieszczenia czopków i pręcików warunkuje maksymalną i minimalną rozdzielczość obrazu rzutowanego na siatkówkę oka, zależnie od dystansu, jaki dzieli soczewkę od obiektu obserwowanego (inną kwestią są wady wzroku związane z deformacją soczewki oka). W sytuacji, gdy ta odległość nie może być precyzyjnie wyznaczona, określane jest rozmiar kątowy obserwowanego obiektu. W powiązaniu z nim sposobem na określenie możliwości percepcyjnych ludzkiego oka jest częstotliwość przestrzenna. Opisuje ona obrazy dwuwymiarowe w sposób zbliżony do tego, w jaki są obrazowane fale dźwiękowe czy radiowe. Każdy cykl zmiany jasności we wzorcu (na przykład od bieli do czerni i z powrotem do bieli) względem jednostki długości mierzonej w kierunku poziomym można przedstawić jako sinusoidę. Maksymalna częstotliwość przestrzenna pozwalająca nam dostrzec dany obiekt to sześćdziesiąt cykli na stopień⁶. Dla porównania – większość cech dystynktywnych liter można opisać w częstotliwości od czterech do ośmiu cykli na stopień (przy przeciętnych dla lektury ciągłej stopniu pisma i odległości od oka)⁷. Z kolei aby dwa obiekty były postrzegane rozdzielnie, przy dystansie od oka wynoszącym 40 centymetrów, powinny być oddalone od siebie o co najmniej 0,1 milimetra (mniej więcej tyle wynosi przeciętna grubość kreski oddzielającej puncę od dolnej części światła wewnętrznego i apertury w minuskule „e” w stopniu 5 punktów)⁸.

Używając częstotliwości przestrzennych, można opisywać obrazy monochromatyczne podobnie jak obrazy wielobarwne, czyli za pośrednictwem trzech kanałów. W wypadku obrazów wielobarwnych są to kanały odpowiadające długościom fal interpretowanych przez ludzki mózg jako kolory czerwony, zielony i niebieski (odbierane przez trzy rodzaje czopków). Dla obrazów monochromatycznych byłyby to kanały obejmujące wybrane zakresy częstotliwości przestrzennych składających się na kompletny obraz (częstotliwość dla każdego z kanałów zawiera się w jednej oktawie, a więc górny próg skali określa dwukrotność progu dolnego)⁹. W chwili rozpoznawania kształtów – zależnie od dystansu od oka i wielkości obiektu – określone zakresy częstotliwości są postrzegane jako dominujące. Litery w dużym punkcie identyfikujemy na

6 C. Bigelow, D. Day, *Digital Typography*, „Scientific American” 1983, t. 249, nr 2.

7 T. Ahrens, S. Mugikura, *Size-specific adjustments to type design. An investigation of the principles guiding the design of optical sizes*, Munich 2014.

8 Ibidem; P. Karow, *Font Technology: Methods and Tools*, Berlin 1994.

9 R.A. Morris, K. Aquilante, D. Yager, C. Bigelow, *P-13: Serifs Slow RSVP Reading at Very Small Sizes, but Don't Matter at Larger Size*, „SID Symposium Digest of Technical Papers” 2002, t. 33, nr 1.

podstawie analizy ich krawędzi (kodowanych przez wysokie częstotliwości), litery małe lub znajdujące się w znacznej odległości od oka – po ich kreskach głównych i ogólnym kształcie (kodowanym przez niskie częstotliwości). Stąd w mniejszej skali łatwiejsze do dostrzeżenia są proporcje, kontrast i rozkład mas, a w powiększeniu – detale i przebieg krawędzi znaku¹⁰.

Szerokość znaków i światła międzyliterowych

Sophie Beier i Mary Dyson¹¹ wykazują w badaniach, że przy umiejscowieniu tekstu w centrum pola widzenia znaczna szerokość liter wydłuża średni czas reakcji na bodziec (w tym wypadku proszono również osoby biorące udział w badaniu o decyzję, czy wyświetlony ciąg znaków stanowił słowo, czy nie). Jednocześnie zwracają uwagę, że litery o szerokich proporcjach są łatwiejsze do odczytania, gdy wyświetlane słowo znajdzie się powyżej lub poniżej środka pola widzenia, ale także na prawo od niego – mimo że prawa krawędź słowa znajduje się wówczas znacznie dalej od punktu widzenia ostrego niż przy użyciu kroju o węższych proporcjach, przez co ulega tym większemu rozmyciu (lub może znaleźć się całkowicie poza polem widzenia).

Im dalej od środka pola widzenia znajduje się tekst, tym bardziej stłoczone wydają się litery, co sprawia, że poziom rozpoznawalności słów znajdujących się w strefie widzenia peryferyjnego jest znacznie niższy od poziomu rozpoznawalności pojedynczych znaków. Światła międzyliterowe zdają się mniejsze, niż kiedy słowo znajduje się w centrum pola widzenia, a kształty poszczególnych liter ulegają zatarciu. Litery o cechach dystynktywnych determinujących ich budowę i ułatwiających rozpoznanie, umieszczonych po stronie, od której sąsiadują one z innym znakiem, są częściej błędnie odczytywane (na przykład litera „E” ma bardziej charakterystyczne elementy budowy po stronie prawej, w związku z czym łatwiej ją zidentyfikować, kiedy znajduje się na końcu słowa niż na początku). Tim Ahrens zauważa, że czynnikiem warunkującym to, w jak małym punkcie i z jaką szybkością możemy czytać, zdaje się właśnie zlewianie się znaków w polu widzenia peryferyjnego i ich błędne interpretowanie przez

mózg, a nie samo obniżanie ostrości obrazu oddalonego od centrum pola widzenia¹².

Denis Pelli z zespołem¹³ opisuje szczegółowo relację między dystansem od środka pola widzenia a wrażeniem zmniejszania się światła międzyliterowych, proponując nawet metodę obliczania stopnia minimalnego rozświetlenia tekstu, tak by uniknąć wrażenia zlewania się liter (zaproponowana metoda dotyczy krojów o jednolitej szerokości znaków i kalkulowania odległości między centrami światła wewnętrznych liter). Manuel Perea i Pablo Gomez wykazują również, że w wypadku ciągłej lektury średni czas fiksacji oka jest krótszy, gdy światła międzyliterowe są nieco większe¹⁴.

Zwiększenie światła międzyliterowych może jednak zmniejszyć liczbę znaków postrzeganych w strefie ostrego widzenia oraz możliwych do objęcia przez strefę widzenia peryferyjnego. Pewnym rozwiązaniem może być rozświetlenie tekstu przy jednoczesnym zwężeniu liter. Obie te zmiany powinny być proporcjonalne do wielkości tekstu i dystansu, jaki dzieli tekst od oka.

Rozświetlenie tekstu w celu zapobieżenia błędnej interpretacji znaków jest również możliwe jedynie do momentu, w którym rozpadowi ulega obraz słowa, a litery zaczynają być interpretowane nie jako składowe wyrazów, ale samodzielne znaki (jakkolwiek silne rozświetlenie tekstu bywa stosowane na przykład w składach przeznaczonych dla osób cierpiących na dysleksję).

Błędy w odczytywaniu znaków

James E. Sheedy, Manoj V. Subbaram, Aaron B. Zimmerman i John R. Hayes zwracają uwagę, że rozpoznawalność liter jest związana bardziej z ich wielkością niż z czasem ekspozycji – w prowadzonych przez nich badaniach litery umieszczane wewnątrz słów, aby uzyskać ten sam poziom rozpoznawalności, musiały być o 10–20% większe, niż kiedy były oglądane osobno¹⁵.

Matthew Carter i Kevin Larson w trakcie pracy nad krojem Sitka przeprowadzili wiele testów dotyczących między innymi rozpoznawalności znaków. Litery oglądane pojedynczo w centrum pola widzenia były rozpoznawane trafnie średnio w 58% wypadków, gdy zaś były wyświetlane w ciągach trzyliterowych

10 N. Majaj, D.G. Pelli, P. Kurshan, M. Palomares, *The role of spatial frequency channels in letter recognition*, „Vision Research” 2002, t. 42; T. Ahrens, S. Mugikura, *Size-specific adjustments to type design...*

11 S. Beier, *The legibility of letters and words*, ATypl 2016 – <https://www.youtube.com/watch?v=xAZFiyqNO4w&list=PLUBQbSzek5Ch7WvVxwO5n8VBEMqUg-poYf&index=33&t=892s&frags=pl%2Cwn> [dostęp: 2 kwietnia 2019 roku]; eadem, *The relationship between stroke weight and letter width*, ATypl 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=2-i7EBgTphw&list=PLUBQbSzek5Ch7WvVxwO5n8VBEMqUgpoYf&index=43> [dostęp: 2 kwietnia 2019 roku]; S. Beier, M.C. Dyson, *The influence of serifs on ‚h’ and ‚i’: useful knowledge from design-led scientific research*, „Visible Language” 2014, t. 47, nr 3.

12 T. Ahrens, S. Mugikura, *Size-specific adjustments to type design...*

13 D.G. Pelli, K.A. Timann, J. Feeman, M. Su, T.D. Berger, N.J. Majaj, *Crowding and eccentricity determine reading rate*, „Journal of Vision” 2007, t. 7, nr 2.

14 M. Perea, P. Gomez, *Subtle Increases in Interletter Spacing Facilitate the Encoding of Words during Normal Reading*, „Public Library of Science” 2012, t. 7, nr 10.

15 J.E. Sheedy, M.V. Subbaram, A.B. Zimmerman, J.R. Hayes, *Legibility and the Letter Superiority Effect*, „Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society” 2005, t. 47, nr 4.

(pośrodku, otoczone jedną literą z lewej strony i jedną literą z prawej strony) – w 45%¹⁶. Ponadto błędne odczytania znaku środkowego częściej były skutkiem jego zlania się z literą znajdującą się po lewej (26%) niż po prawej (10%) stronie. Kolejne badania mogą zweryfikować związek tego zjawiska z kierunkiem czytania. Przyjrano się również konkretnym błędom: na przykład kiedy litera „f” była prezentowana samodzielnie lub w otoczeniu znaków „efo”, była rozpoznawana właściwie, z kolei w złożeniu „aft” często była mylona z „k” (w „ife” jeszcze częściej, czasami mylono ją również z literą „h”). Najczęściej błędnie odczytywane były litery wąskie („ijlt”), trafnie zaś – przeważnie litery szerokie, jak „m”, oraz występujące najczęściej w języku angielskim „e” czy „a” (badania prowadzono przy udziale osób, dla których angielski jest językiem ojczystym).

Samodzielnie występująca litera „i” w zasadzie zawsze była w badaniach mylona z literą „l”, często również z literą „j”, ale już oglądana w ciągu znaków, zwykle była odczytywana poprawnie. Literę „j” najczęściej mylono z „f” lub „t”, a czasem także z „g” oraz „h”, kiedy była otoczona innymi literami. W podobnych sytuacjach literę „t” mylono z „k”, a literę „l” – z „h” lub „k”. Wyniki te korelują z rezultatami badań prowadzonych przez Sophie Beier i Kevina Larsona¹⁷. Tu występujące samodzielnie wąskie litery znacznie zyskiwały na czytelności po ich poszerzeniu. Otoczone innymi literami musiały jednak nadal być znacznie od nich węższe, w przeciwnym wypadku częściej mylono je z literami szerokimi (na przykład literę „t” z literą „c”).

Grubość kreski a rozmiar pisma

Już Barbara Elisabeth Roethlein¹⁸ zauważyła, że kroje o bardziej solidnej budowie – niższym kontraście i większej grubości kreski, ale także o szerszych proporcjach – wypadają lepiej w testach czytelności z dystansu. Potwierdzają to nowsze badania, w których sprawdzano relację między grubością pisma a dystansem od oka i wielkością znaków. W tym wypadku, przy zachowaniu tej samej odległości, tekst złożony odmianą Book kroju Franklin Gothic musiał być większy niż przy użyciu odmian Medium i Bold, aby osiągnąć zbliżone rezultaty w zakresie rozpoznawalności znaków. Jednocześnie nie odnotowano różnic w wynikach między odmianami półgrubą i grubą¹⁹. Kolejne obserwacje

- 16 M. Carter, K. Larson, *Sitka: a collaboration between type design and science*, [w:] M.C. Dyson, C.Y. Suen, *Digital fonts and reading*, Singapore 2016.
- 17 S. Beier, K. Larson, *Design Improvements for Frequently Misrecognized Letters*, „Information Design Journal” 2010, t. 18, nr 2.
- 18 E. Roethlein, *The relative legibility of different faces of printed types*, „American Journal of Psychology” 1912, t. 23, nr 1, s. 1–36.
- 19 J.E. Sheedy, M.V. Subbaram, A.B. Zimmerman, J.R. Hayes, *Legibility and the Letter Superiority Effect...*

potwierdzają, że mimo zbliżonych wyników odmian cienkich i grubych oglądanych w dużej skali większa grubość kreski jest tym istotniejsza, im mniejszy jest rozmiar kątowy obiektu tekstowego. Analiza na podstawie wysokich częstotliwości przestrzennych daje gorsze rezultaty, jeśli krawędzi kształtów znajdują się zbyt blisko siebie – litery bardzo cienkie osiągają najniższe wyniki nawet oglądane w dużej skali²⁰.

Zasada, zgodnie z którą im większy dystans od oka lub mniejszy tekst, tym litery powinny być nieco grubsze i szersze oraz bardziej rozświetlone, ma zastosowanie do tekstów reprodukowanych zarówno w pozytywie, jak i w negatywie. W drugim wypadku należy pamiętać, że kreski jasne na ciemnym tle zawsze będą sprawiać wrażenie grubszych, gdyż kolory jasne mają wyższy współczynnik odbicia światła; ma to również związek ze zjawiskiem iradiacji, kiedy wiązka światła odbitego ulega rozproszeniu nad powierzchnią płaszczyzny, od której zostaje odbita. Kolory ciemne pochłaniają większy zakres długości fal składających się na widmo światła białego, większa ilość światła odbitego od powierzchni o kolorze jasnym ulega zaś rozproszeniu na odpowiednio większym obszarze, sprawiając wrażenie przyrostu grubości kreski. Z tego samego powodu litery ciemne na jasnym tle wydają się nieco cieńsze, a kreski o bardzo małej grubości mogą zanikać.

Większa grubość kreski podnosi również czytelność liter w wypadku zaburzeń ostrości widzenia. Gdy jednak krawędzi kształtów ulegają silnemu rozmyciu, szczególnie w tekście w kontrze, grubość pisma powinna być nieco mniejsza niż przy widzeniu ostrym.

Proporcje pionowe

Dla obiektów tekstowych o małym rozmiarze kątowym (znacznym dystansie od oka lub niewielkiej skali) – obok grubości kreski, szerokości znaków oraz światła międzyliterowych i międzywyrazowych – istotne są również proporcje pionowe. Wysoka średnia linia pisma ułatwia rozpoznanie minuskuł, zwiększając percepcyjne rozmiary znaków. Wydłużenia górne i dolne nie powinny być jednak zbyt krótkie, żeby nie zanikały w małej skali, przy obniżeniu ostrości i zniekształceniach perspektywicznych. Ze względu na te czynniki także litery o szerzej otwartych aperturach i wyrównanych proporcjach między wielkością puncy a szerokością apertury (na przykład w literach „a” czy „e”) mogą być łatwiejsze do rozpoznania.

Matthew Carter i Kevin Larson zauważyli, że warianty tych samych znaków mające bardziej otwarte apertury wypadają lepiej w otoczeniu innych liter, ale już oglądane pojedynczo, lepiej sprawdzały się w wersji o bardziej zamkniętych aperturach. Testowano również kilka wersji kroju o nieco odmiennych

20 S. Beier, *The relationship between stroke weight and letter width...*

proporcjach pionowych. Okazało się, że po nieznacznym zwiększeniu wydużeń dolnych wzrost rozpoznawalności znaków zanotowano nie tylko dla wspomnianej grupy (z 33% na 37%), lecz również dla liter bez wydużeń (z 48% na 50%) oraz z wydużeniami górnymi (z 38% na 39%).

Cechy charakterystyczne znaków

Uwydatnienie charakterystycznych cech budowy znaków może ułatwić ich wzajemne odróżnianie. Litera „B” jest nieco łatwiejsza do odróżnienia od litery „H” lub cyfry „8”, gdy górna punca jest zauważalnie mniejsza od dolnej, a cyfry wersalikowe są nieco niższe od majuskuł (różnica ta może mieć znaczenie jedynie w zestawieniu znaków). Narysowana ukośnie nóżka w literze „R” także zwiększa różnicę między „R” i „B”, podobnie jak poziomy szeryf (lub szeryf i ostroga) silnie odróżnia „G” od „C”. W wypadku litery „Q” wstęga przecinająca częściowo światło wewnętrzne zyskuje na długości, szczególnie przy niezbyt znacznych wydużeniach dolnych lub składzie majuskułowym. Minuskuła „l” bywa często mylona z majuskułą „I”. Poza obniżeniem wysokości majuskuły względem linii wydużeń górnych minuskuły jednym z rozwiązań może być na przykład dodanie szeryfu przechodniego literze „l” oraz szeryfów górnego i dolnego majuskuł „I” (co pozwala je równocześnie poszerzyć). Dodanie szeryfu dolnego, a także zaakcentowanie skosu w kresce górnej cyfry „1” również może ułatwić jej odróżnienie od „ll”. Ważne jednak (podobnie jak w wypadku liter) – jeśli będzie ona występować w ciągach znaków – żeby nie zyskała przesadnie na szerokości. Litery „a” oraz „g” o dwupoziomowej konstrukcji znacznie łatwiej rozpoznać, a także odróżnić, od liter „o” i „q”. Asymetryczny rysunek górnej względem dolnej części puncy w literach „b”, „d”, „p” i „q” nieznacznie zwiększa różnice między nimi. Występujące w sąsiedztwie litery „r” i „n” często bywają odczytywane jako litera „m” – tu również jednym z rozwiązań może być dodanie literze „r” szeryfów.

Obecność szeryfów wzmacniających wydużenia górne minuskuł ułatwia rozpoznanie znaków, gdy są one oglądane pojedynczo. Podobnie działa dodanie wybranych szeryfów na wysokości średniej linii pisma w niektórych znakach (na przykład w lewej kresce głównej litery „u”). Szeryfy dolne, domykając światło wewnętrzne, podnoszą jednak ryzyko błędnego odczytania niektórych liter (na przykład pomylenia „h” z „b”)²¹. Badania, w których porównywano czytelność słów obserwowanych z dystansu i w niewielkim rozmiarze, wskazywały z kolei większą czytelność tekstu w wypadku braku szeryfów (porównywano wersję szeryfową i bezszeryfową kroju Lucida)²².

21 S. Beier, M.C. Dyson, *The influence of serifs on 'h' and 'l'...*

22 R.A. Morris, K. Aquilante, D. Yager, C. Bigelow, *P-13: Serifs Slow RSVP Reading at Very Small Sizes...*

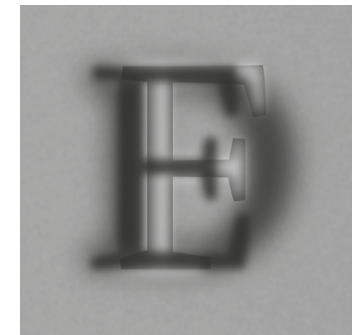
Teoria i praktyka

Nie wyczerpując zagadnienia, niniejsze opracowanie może jedynie ułatwić wstępne zapoznanie się z obecnym stanem wiedzy w zakresie podstaw czytelności i przetwarzania informacji oraz z wynikami niektórych badań prowadzonych przez naukowców we współpracy z projektantami. Nie daje ono odpowiedzi na wiele pytań, nie stara się także sugerować konkretnych rozwiązań problemów projektowych. Przytoczone w nim spostrzeżenia mogą jednak posłużyć jako punkt wyjścia poszukiwań dalszych informacji, a także pomoc w prowadzeniu analizy formalnej znaków pisma z perspektywy zarówno projektanta liter, jak i typografa.

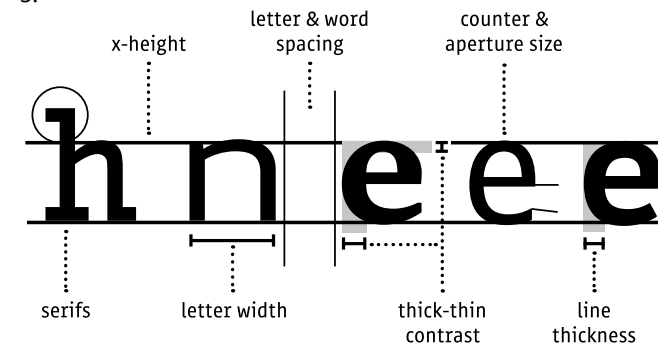
1.



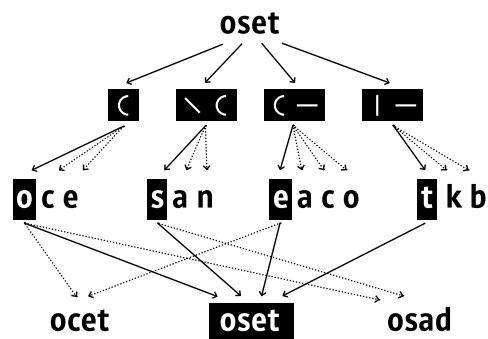
2.



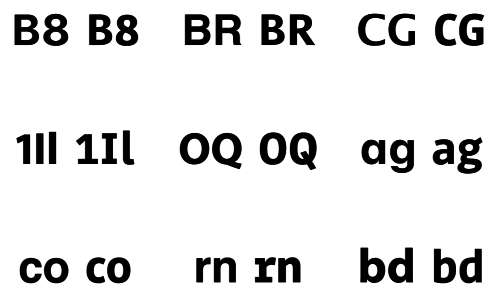
3.



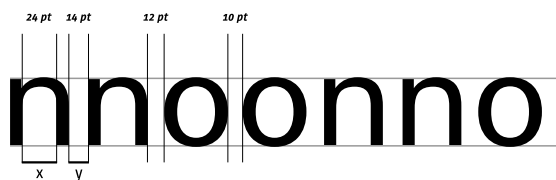
4.



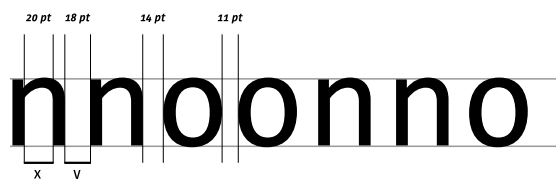
5.



6.



$$y \div x \approx 58\%$$



$$y \div x \approx 90\%$$

1. Symulacja zniekształceń znaków w sytuacji spadku ostrości widzenia: przy znacznym dystansie od oka i silnej irradacji. Przy dużym spadku ostrości, na przykład gdy tekst znajduje się poza strefą ostrego widzenia, cienkie kreski mogą zanikać (użyty krój: Search).
2. Znaki widziane w dużej skali są identyfikowane przede wszystkim na podstawie analizy krawędzi (kodowanych przez wysokie częstotliwości przestrzenne). Znaki o mniejszym rozmiarze – na podstawie ogólnego kształtu (kodowanego przez niskie częstotliwości) na podstawie: N. Majaj, D.G. Pelli, P. Kurshan, M. Palomares, 2002; T. Ahrens, S. Mugikura 2014.
3. Parametry mające wpływ na rozpoznawalność liter (na podstawie: S. Beier, 2016).
4. The Parallel Letter Recognition (PLR) model (na podstawie: J. L. McClelland, J. C. Johnston 1977; K. Rayner, A. Pollatsek, 1989; K. Larson 2004; K. Rayner 2012).
5. Podobieństwa i różnice w konstrukcji znaków (użyte kroje: San Francisco, Helvetica, Lucida Sans, Myriad Pro, Search).
6. W tekście o niewielkim rozmiarze kątowym, w wypadku zniekształceń perspektywicznych i zaburzeń ostrości obrazu, szerokość światła między dwiema minuskułami „n” może wynosić nawet około 80–95% szerokości światła wewnętrznego tej litery (użyte kroje: Univers, Search).

Robert Jarzec

Zajmuje się projektowaniem liter i architekturą informacji. Absolwent studiów kulturoznawczych na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza oraz Pracowni Projektowania Litery Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, gdzie obecnie pracuje.

Typografia książki współczesnej XX/XXI wieku w perspektywie bibliologicznej – cel i przedmiot badań oraz metody i problemy badawcze

Ewa Repucho
Uniwersytet Wrocławski

Cel i przedmiot badań

Projektowanie książki stanowi dziś przedmiot zainteresowania interdyscyplinarnego kręgu badaczy – zarówno przedstawicieli sztuk projektowych, jak i reprezentantów wielu dziedzin nauki, między innymi historyków sztuki, literaturoznawców, dziennikarzy, kulturoznawców, a także bibliologów. Pod względem metodologicznym badania bibliologiczne w zakresie typografii lokują się w ramach szeroko pojętego edytorstwa. Podejście to charakteryzuje perspektywa funkcjonalna, a jej podstawowym założeniem według Krzysztofa Migonia jest postrzeganie i opisywanie świata książek nie tylko jako faktu, lecz również jako aktu, jako nieustannego (potencjalnego i rzeczywistego) procesu komunikacji międzyludzkiej i społecznej. Ważnym wątkiem badań tego typu są kategorie estetyczne, charakterystyczne dla pola badawczego sztuki książki, na co wskazywała Małgorzata Komza¹. Niewątpliwie są to badania o interdyscyplinarnym charakterze, sytuujące się na granicy bibliologii oraz sztuk projektowych (projektowania graficznego).

Mimo że ukształtowanie graficzne edycji, nazywane także architekturą książki, od dawna stanowi przedmiot zainteresowania bibliologów, co

¹ M. Komza, *Estetyka i sztuka książki w badaniach bibliologicznych*, [w:] *Teoretyczne zagadnienia bibliologii i informatologii: studia i szkice*, red. E. Gondek, Katowice 2015, s. 31–42; *eadem*, *Estetyka książki w badaniach bibliologicznych*, [w:] *Bibliologia i informatologia*, red. D. Kuźmina, Warszawa 2011, s. 57–64; *eadem*, *Bibliolog wobec nowych zjawisk w sztuce książki*, „Studia Bibliologiczne” 2008, t. 17, s. 29–41.

znajduje odzwierciedlenie w opublikowanych pracach teoretycznych z zakresu nauki o książce (odniesienia można znaleźć w tekstach między innymi Jana Muszkowskiego, Karola Głombiowskiego, Krzysztofa Migonia czy Janusza Dunina), to jednak – co zauważyła Małgorzata Komza – uczeni wciąż poświęcają mu stosunkowo mało miejsca, zwłaszcza w odniesieniu do współczesności. Tematy te były przez lata zanedbywane, a przecież całościowe spojrzenie na książkę wymaga od badaczy także uwzględnienia tematyki związanej z jej projektowaniem. Typografia książki współczesnej zasługuje więc na uwagę badaczy i wymaga wnikliwego opracowania.

Obszary badawcze

Zainteresowanie bibliologa typografią książki XX i XXI wieku – postrzeganej jako połączenie tekstu (utworu piśmienniczego) i jego materialnej formy (zmaterializowanej treści dzieła) – rodzi wiele pytań w ramach funkcjonalnej perspektywy badawczej. Bibliologa interesuje przede wszystkim sama książka jako obiekt materialny, jej przestrzeń graficzna. Przedmiotem badań jest jej forma, będąca zbiorem doskonale zintegrowanych ze sobą elementów. Warto przyjrzeć się konkretnym obszarom, które wymagają pogłębionej refleksji badacza.

Można tu wyodrębnić pięć nadrzędnych kategorii, takich jak:

- tendencje w projektowaniu książki,
- przestrzeń graficzna książki,
- projektanci i ich język wizualny,
- technologia wytwarzania książki,
- czytelność książki i potrzeby użytkowników.

Podział ten ma oczywiście charakter umowny, jego granice nie zawsze są ostre, a poszczególne kategorie niejednokrotnie się przenikają, ale stanowi on pewną próbę uporządkowania zagadnień i jednocześnie może być punktem wyjścia dalszych rozważań.

Tendencje w projektowaniu książki

W przeciwieństwie do krajów zachodniej Europy, między innymi Niemiec i Wielkiej Brytanii, czy Czech, gdzie kultura typograficzna jest bardziej rozwinięta, w Polsce wciąż brakuje odpowiedniej refleksji naukowej na temat współczesnego projektowania książki. Dla badacza interesujące są: świadomość i potrzeba społeczna tworzenia książek na wysokim poziomie typograficznym, wszelkie okoliczności towarzyszące powstaniu edycji, ludzie i instytucje odpowiedzialne za jej formę graficzną (wydawnictwa, drukarnie, towarzystwa branżowe, konkursy), a także sama książka. Godne uwagi jest poszukiwanie i propagowanie edycji wybitnych, wzorowych realizacji typograficznych, w których treść, forma i funkcja stanowią nierozdzielalną całość, oraz działań zmierzających

do tego celu. Dla bibliologa interesujące są jednak również, na co zwraca uwagę Małgorzata Komza, edycje brzydkie, kiczowate, źle wydane, ponieważ są świadkiem swoich czasów, mają ponadto określoną funkcję do spełnienia.

Epoką najstaranniej opracowaną przez badaczy jest barwny okres dwudziestolecia międzywojennego. Typografii tamtych czasów poświęcił uwagę Janusz Sowiński, związany przez lata z Instytutem Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Warto przypomnieć jego publikacje na ten temat, ponieważ *Sztuka typograficzna Młodej Polski* (Wrocław 1982) i *Typografia wytworna w Polsce 1919–1939* (Wrocław 1995) składają się na monografię estetyki polskiej książki drukowanej od lat dziewięćdziesiątych XIX wieku do 1939 roku. Obie pozycje ukazały się w ossolińskiej serii „Książka o Książce”, w skromnej szacie graficznej, stosownej do ówczesnych możliwości. Dziś warto byłoby wydać je na nowo, wzbogacając o materiał ilustracyjny dobrej jakości. Na szczególną uwagę zasługuje także książka Piotra Rypsona *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, wydana w 2011 roku, z nieco skromniejszą warstwą tekstową, za to z niezwykle bogatym materiałem wizualnym.

Podobnego opracowania wymagałby także okres powojenny, zwłaszcza lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte XX wieku, w których ukazywało się wiele pięknych edycji zaprojektowanych przez wybitnych polskich grafików. Ważne byłoby ponadto opracowanie pod tym względem dorobku poszczególnych oficyn wydawniczych działających w okresie Polski Ludowej: Spółdzielni Wydawniczej „Czytelnik”, Wydawnictwa Ossolineum, Państwowego Instytutu Wydawniczego, Wydawnictw Artystycznych i Filmowych czy Wydawnictwa Arkady. Konieczne wydaje się opracowanie monografii Polskiego Towarzystwa Wydawców Książek – instytucji, która przyczyniła się szczególnie do podniesienia poziomu typograficznego polskiej książki. Uwagi wymagają również czasopisma, które stanowiły platformę wymiany myśli i poglądów typografów. Niebawem ukaże się czterystustronicowa *Littera Romana*, antologia tekstów „Literey”, redagowanej przez Romana Tomaszewskiego w latach 1966–1978, przygotowana przez Andrzeja Tomaszewskiego i Monikę Marek-Łucką, dzięki czemu niezwykle wartościowy dorobek czasopisma zostanie uratowany od zapomnienia. Na uwagę zasługują także czasopisma: „Poligrafika”, „Projekt” czy „Editor” oraz – późniejsze – „Wydawca”, dodatek „Książki” do „Gazety Wyborczej” i inne. Niektóre z nich zostały gruntownie przeanalizowane przez magistrantów Małgorzaty Komzy. Niestety, opracowania te nie ukazały się drukiem.

Ponieważ polski rynek książki jest dziś miejscem dynamicznych zmian, niezbędne wydaje się obserwowanie najnowszych osiągnięć w dziedzinie projektowania wydawniczego i śledzenie tendencji edytorskich współczesnej produkcji wydawniczej. Przyczynkiem do badań tego typu może być książka PGR. *Projektowanie graficzne w Polsce*, która ukazała się w 2010 roku z inicjatywy

Jacka Mrowczyka i Michała Wardy. Projektowaniu książki poświęcono jednak tylko jeden rozdział, a od jej wydania upłynęło już niemal dziesięć lat, które również wymagają refleksji naukowej.

Warto zwrócić uwagę na specyfikę projektowania różnych typów edycji, na przykład literatury pięknej, edycji naukowych, podręczników, książki fachowej, książki dla dzieci, edycji faksymilowych. Godne uwagi są sposoby oddziaływania książki, skuteczność i trafność zastosowanych rozwiązań pod względem zamierzonej, ale także rzeczywistej funkcji publikacji. Refleksji naukowej wymagają ponadto książki źle zaprojektowane, zawierające liczne błędy typograficzne, które są przykładem nieznamomości rzemiosła. Warto pokusić się o ich rzetelną ocenę, wskazanie konkretnych problemów w tym zakresie, aby można było stopniowo przeciwdziałać zaistniałej sytuacji.

Warto tu wspomnieć o wydanej w 2018 roku książce *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych*² Tomasza Bierkowskiego i Ewy Repucho. Autorzy zwrócili uwagę na konieczność doskonalenia sztuki edytorstwa naukowego w Polsce, ponieważ książki naukowe są bardzo często wydawane niestarannie, a nawet zawierają podstawowe błędy typograficzne. Panuje bowiem dość powszechna opinia, że publikacji naukowych nie kupuje się ze względu na oryginalną formę, lecz przede wszystkim z powodu ich treści, a inwestowanie w sprzyjające czytelnikowi rozwiązania typograficzne jest zbędnym luksusem. Misją książki *Typografia dla humanistów* jest uświadomienie, że publikacje naukowe wymagają profesjonalnego projektowania, od tego zależy bowiem jakość komunikacji między autorem a czytelnikiem. Wnioski zostały poparte staranną analizą typograficzną ponad czterystu pozycji naukowych wydanych w Polsce w ciągu ostatnich dziesięciu lat. Nie zabrakło także dobrych przykładów i odwołania do historii polskiego projektowania – lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku, gdy ukazywało się wiele dobrze zaprojektowanych edycji naukowych tworzonych przez doskonałych grafików (Tadeusza Pietrzyka, Leona Urbańskiego, Krzysztofa Racinowskiego i innych). Podobnej refleksji należałoby poddać także pozostałe rodzaje wydawnictw.

Przestrzeń graficzna książki

Refleksji badacza wymaga także sama książka, a dokładniej jej przestrzeń graficzna, na którą składają się elementy kształtujące jej formę: pismo, układ typograficzny, ilustracje czy okładka.

Coraz popularniejsze staje się projektowanie pisma, podstawowego i kluczowego elementu czytelności książki. Można mówić o swoistym odrodzeniu projektowania krojów pisma w Polsce, głównie za sprawą Akademii Sztuk

2 E. Repucho, T. Bierkowski, *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych*, Warszawa 2018.

Pięknych. Z perspektywy bibliologa niezwykle interesujące są między innymi projekty rewitalizacyjne, mające na celu stworzenie cyfrowych wersji krojów pisma ważnych dla polskiej kultury, które istniały dotychczas wyłączone w formie czcionek. W ostatnich latach zrealizowano trzy takie projekty, nadając formę cyfrową krojom: *Karakter*, *Brygada* oraz *Bona Nova*. Warto poświęcić im nieco więcej miejsca, ponieważ są to wydarzenia bez precedensu.

Pierwszy formę cyfrową otrzymał krój *Bona*, którego autorem jest Andrzej Heidrich, wybitny polski grafik, autor opracowania graficznego wielu książek, znany głównie z projektów kilku edycji polskich banknotów. *Bona*, antykwa renesansowa o włoskich korzeniach i charakterystycznym, delikatnym kontraście, powstała w 1971 roku, a jej projekt istniał jedynie w formie ołowianej czcionki. Na pomysł rewitalizacji wpadł w 2011 roku Mateusz Machalski, który – współpracując z Andrzejem Heidrichem – przygotował wersję cyfrową pisma³. Prace nad fontem zakończyły się w 2016 roku. Krój otrzymał nie tylko wersję cyfrową, ale także został wzbogacony o liczne odmiany, w tym odmianę podstawową, pionową, półgrubą oraz warianty liter alternatywnych (razem dziewięć odmian). Niektóre z nich udostępniono na bezpłatnej licencji⁴. Powstaniu kroju towarzyszyło wydanie publikacji szczegółowo opisującej działania projektowe, jednocześnie powstała strona internetowa projektu⁵.

Kolejny projekt dotyczył rewitalizacji kroju *Brygada*. Został wdrożony przez zespół projektantów, między innymi Mateusza Machalskiego, Borysa Kosmyńka, Przemysława Hoffera i Annę Wieluńską, z okazji stulecia odzyskania przez Polskę niepodległości. *Brygada* powstała bowiem w okresie Drugiej Rzeczypospolitej w warszawskiej odlewni Idzikowski i Spółka – w 2016 roku projekt został odkryty przez Janusza Tryzno w łódzkim Muzeum Książki Artystycznej podczas porządkowania zbiorów. „Wartość tego odkrycia powinna być doceniona głównie ze względu na jego wyjątkowość – podkreślono w publikacji towarzyszącej wydarzeniu – w historii typografii naszego kraju niezmiernie rzadkie są przypadki oryginalnego projektu czcionki, który powstałby na terenie Polski, a nie został kupiony przerobiony z krojów zagranicznych, np. francuskich i niemieckich. Nie bez znaczenia jest również sama idea towarzysząca powstaniu *Brygady*, której nazwa w sposób oczywisty nawiązuje do *Brygad Legionów Józefa Piłsudskiego*”⁶. Badania typograficzne mające na celu analizę kroju umożliwiły zaprojektowanie i zaprogramowanie fontów w sześciu odmianach. O randze

3 W projekcie brali także udział: Leszek Bielski, Anna Wieluńska i Michał Jarościński.

4 Fonty dostępne są na stronie internetowej <http://bonanova.wtf>.

5 M. Machalski, *Bona Nova*, Warszawa 2017.

6 *Brygada 1918. Projekt rewitalizacji kroju pisma*, Warszawa 2018, s. 14.

wydarzenia świadczy fakt, że krój został zaprezentowany 29 maja 2018 roku na uroczystej gali w Pałacu Prezydenckim.

Kolejny projekt dotyczy jednego z pierwszych dokonań polskiej typografii, szesnastowiecznego *Nowego charakteru polskiego*. Digitalizacji kroju podjęta się Anna Wieluńska, związana z Akademią Sztuk Pięknych w Warszawie⁷. Rysunki liter zostały oczyszczone z nierówności, odtworzono oryginalne cięcia⁸. Charakter polski został zdigitalizowany w czterech odmianach. Anna Wieluńska podkreśla, że swoją pracą chciała się przyczynić do popularyzacji i upamiętnienia ważnych polskich dokonań typograficznych. Krój został udostępniony w Internecie w wersji darmowej i rozszerzonej, płatnej, pod nazwą Lazarus⁹.

Digitalizacja historycznych krojów pisma w celu wprowadzenia ich do powszechnego użytku w Polsce jest zjawiskiem nowym. Nie polega ona tylko na bezpośrednim przeniesieniu znaków na nośniki cyfrowe, działania te mają bowiem także wymiar autorski. Graficy dodają nowe odmiany do krojów istniejących, przystosowując je tym samym do współczesnego użytku. Dla badacza interesujący jest zarówno sam proces digitalizacji, jak i okoliczności mu towarzyszące, służące popularyzacji krojów. Omówione projekty digitalizacyjne były zainicjowane przez ludzi młodych, co napawa niemałym optymizmem.

Projektanci i ich język wizualny

Interesujący dla bibliologa jest także sam twórca formy graficznej książki, nazywany dziś typografem, projektantem lub grafikiem, jego osobiste podejście do wykonywanej pracy, świadomość i zakorzenienie w kulturze książki. Szczególnie ważne wydaje się obecnie zebranie i opracowanie dorobku wybitnych typografów, a także poznanie tajników ich warsztatu pracy i zasad, którymi kierują się, nadając kształt estetyczny edycji.

Zadaniem bibliologa jest przede wszystkim poznanie swoistego języka wizualnego, którym posługuje się projektant, aby przekazać czytelnikowi treści zakomunikowane przez autora. Umożliwia to wnikliwa analiza zaprojektowanych dzieł. Interesujące wydaje się ponadto ukazanie modelu pięknej książki danego twórcy, przedstawienie jego poglądów, swoistej filozofii projektowania, która zazwyczaj znajduje głębokie odzwierciedlenie w formie edycji. Ważne są odpowiedzi na pytania dotyczące procesu powstawania edycji, kolejnych etapów jej tworzenia na poziomie zarówno materialnym, jak i intelektualnym.

7 Teoretyczna część rozważań stanowi pracę dyplomową Anny Wieluńskiej, przygotowaną pod kierunkiem profesor Doroty Folgi-Januszewskiej na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie w 2017 roku.

8 A. Wieluńska, *Lazarus, Nowy charakter polski. Proces digitalizacji i specimen Ani Wieluńskiej*, Warszawa 2018, s. 21.

9 <https://capitalics.wtf/pl/font/lazarus>.

Zainteresowanie osobami poszczególnych twórców może budzić dziś pewien optymizm. Odrębnych opracowań książkowych doczekali się w ostatnich latach między innymi Władysław Strzemiński¹⁰, Henryk Berlewi¹¹, Leon Urbański¹² i Krzysztof Lenk¹³. Trzeba również zwrócić uwagę na monumentalne dzieło *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*¹⁴ pod redakcją Jacka Mrowczyka, które zawiera kilkustronicowe biogramy ponad sześćdziesięciu najważniejszych polskich projektantów XX i XXI wieku, a także na wydaną w 2009 roku przez Polskie Towarzystwo Wydawców Książek książkę *Artyści polskiej książki. 50 lat konkursu PTWK*¹⁵ pod redakcją Katarzyny Iwanickiej, zawierającą biogramy ponad pięćdziesięciu artystów książki. W ostatnich latach pojawiło się kilka wartościowych publikacji z wywiadami ze współczesnymi twórcami książki starszego i młodszego pokolenia¹⁶, między innymi Janem Bokiewiczem, Maciejem Buszewiczem, Przemkiem Dębowskim, Januszem Górskim, Andrzejem Heidrichem, Lechem Majewskim, Kubą Sowińskim czy Andrzejem Tomaszewskim. Wywiady pojawiają się także w czasopismach i na portalach branżowych oraz blogach¹⁷.

Wciąż jednak wiele jest do zrobienia. Trwają na przykład prace Katarzyny Krzak-Weiss nad opracowaniem dorobku wybitnego człowieka książki – Jana Kuglina, oraz Moniki Pest nad spuścizną Zygryda Gardzielewskiego. Czytelnicy z wielkim zainteresowaniem powitaliby monografię poświęconą na przykład Romanowi Tomaszewskiemu. Brakuje ponadto dogłębnej dokumentacji dorobku książkowego między innymi Jana Młodożeńca, Stefana Nargiełty, Tadeusza

10 *Między innymi: Powidoki życia. Władysław Strzemiński i prawa dla sztuki*, Łódź 2012; J. Zagrodzki, *Władysław Strzemiński Obrazy słów*, Łódź 2014.

11 A. Frankowski, M. Frankowska, *Henryk Berlewi*, Gdańsk 2009.

12 E. Repucho, *Typografia kompletna. Kultura książki w twórczości Leona Urbańskiego*, Wrocław 2016.

13 *Podaj dalej. Dizajn, nauczanie, życie. Krzysztof Lenk w rozmowie z Ewą Satalecką*, Kraków 2018.

14 *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, red. J. Mrowczyk, Kraków 2017.

15 *Artyści polskiej książki. 50 lat konkursu PTWK*, red. K. Iwanicka, Warszawa 2009.

16 *Między innymi: Sto lat!*, *Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej*, Warszawa 2018; A. Szydłowska, *Miliard rzeczy dookoła. Agata Szydłowska rozmawia z polskimi projektantami graficznymi*, Kraków 2013; E. Dzikowska, *Artyści mówią. Wywiady z mistrzami grafiki*, Warszawa 2011 [dostęp: 30 kwietnia 2019 roku].

17 Godny uwagi jest na przykład obszerny wywiad przeprowadzony przez Rafała Świątkę z Andrzejem Tomaszewskim, opublikowany w trzech częściach na stronie internetowej *Typografia po polsku* Rafała Sylwestra Świątkę – <http://rafal.towarzysze.com/tag/andzej-tomaszewski>.

Pietrzyka, Krzysztofa Racinowskiego¹⁸, a także opracowań dotyczących twórczości współczesnych projektantów: Andrzeja Bareckiego, Jana Bokiewicza, Macieja Buszewicza, Janusza Górskiego, Lecha Majewskiego, Władysława Pluty czy Andrzeja Tomaszewskiego.

Technologia wytwarzania książki w XX i XXI wieku

Technologia i narzędzia służące do wytwarzania książki to kolejne godne uwagi pole badawcze. Forma książki jest bowiem rodzajem zwierciadła, w którym odbijają się możliwości technologiczne danej epoki. Minione i obecne stulecie to okres rewolucyjny pod względem wytwarzania edycji – przejście od składu ręcznego i maszynowego przez fotoskład do składu cyfrowego. Bardzo charakterystyczną formę mają na przykład edycje z lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, które powstały w okresie przełomu technicznego. Ich forma doskonale ukazuje problemy ówczesnej polskiej typografii, między innymi zachwyty nad nowoczesnymi technologiami i spadek świadomości w dziedzinie projektowania.

Ważną i wciąż otwartą problematyką badawczą są także nowe technologie i ich wpływ na formę książki istniejącej w przestrzeni cyfrowej. Interesująca wydaje się kwestia możliwości i ograniczeń w kształtowaniu książki cyfrowej, relacje między książką tradycyjną a książką cyfrową – jakie rozwiązania z tradycyjnej książki przenosi się do książki cyfrowej, jakie są ograniczenia, a jakie nowe możliwości książki elektronicznej w stosunku do jej papierowego poprzednika? Interesująca wydaje się przy tym próba odpowiedzi na pytanie, jak forma cyfrowa wpływa na zachowania czytelnicze? Badania, które łączą zagadnienia nowoczesnej formy książki i technologii jej wytwarzania z problemami związanymi z jej użytkowaniem, z pewnością warte są zainteresowania.

Czytelność książki i potrzeby użytkowników

Badania czytelności tekstów i potrzeb użytkowników, niestety, należą w Polsce do rzadkości. Na uwagę zasługuje więc wydana w 2009 roku książka Ewy Stopy-Pielesz *Estetyka w typografii wobec postulatu czytelności*¹⁹, dotycząca wzajemnych relacji między estetyką, czytelnością i funkcjonalnością w typografii czytelniczej. Przedstawione w niej tezy zostały poparte rzetelnymi badaniami eksperymentalnymi z zakresu estetycznego i funkcjonalnego aspektu zastosowania kroju Scala Sans w podręczniku akademickim. Badania miały dostarczyć informacji

18 W 1995 roku pojawiła się jedynie niewielka publikacja będąca pokłosiem wystawy: Książka i typografia Krzysztofa Racinowskiego, Wrocław–Warszawa 1995.

19 E. Stopy-Pielesz, *Estetyka w typografii wobec postulatu czytelności*, Katowice 2009.

na temat preferencji estetycznych docelowej grupy odbiorców – studentów uczelni artystycznych – oraz wiedzy na temat czytelności tekstów różniących się parametrami składu typograficznego.

Badania dotyczące czytelności i ergonomii publikacji wydają się potrzebne i wartościowe. Może właśnie pojawiają się lepsze warunki ich prowadzenia – dzięki upowszechnianiu się okulografów (*eye trackers*) umożliwiających pomiar ruchów gałki ocznej. Jedno z takich urządzeń – stacjonarny, montowany na ekranie okulograf firmy SMI – znajduje się we Wrocławiu, w Pracowni Humanistyki Cyfrowej przy Instytucie Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego.

Metody badawcze

W badaniach typografii książki współczesnej stosuje się różne metody badawcze. Warto wspomnieć o tych najczęściej wykorzystywanych. Przede wszystkim materiałem do badań są same książki, na przykład publikacje zaprojektowane przez danego grafika czy wydane przez określoną instytucję. Wyszukanie ich i uporządkowanie umożliwia metoda bibliograficzna. Kolejny krok stanowi analiza strukturalno-typologiczna (formalna i treściowa) książek, polegająca na wyodrębnieniu poszczególnych typów publikacji, ponieważ kształt edytorski dzieła zależy od jego przeznaczenia i charakteru. Następnym etapem jest analiza typograficzna, czyli systematyczny, uporządkowany opis poszczególnych elementów graficznych książki. Metody badawcze oparte na analizie typograficznej (tak zwaną metodą typograficzną) stosował w bibliologii za Joachimem Lelewelem (1786–1861) Kazimierz Piekarski (1893–1944), który prowadząc badania nad inkunabułami, poddawał wnikliwej analizie materiał typograficzny zastosowany w książce (czcionki, inicjały, drzeworyty), poszukując zazwyczaj ich proveniencji. Podobne badania prowadził Józef Szczepaniec (1928–2003), specjalista z dziedziny książki osiemnastowiecznej. W obu wypadkach dotyczyły one typografii jako techniki druku wypukłego i były stosowane w badaniach historycznych. Metody te do badań nad książką współczesną przystosował Janusz Sowiński (1939–2015), zwracając szczególną uwagę na kształt typograficzny projektowanej publikacji i jej estetykę.

Analizę typograficzną edycji należy prowadzić na poziomie mikro- i makrotypografii. Analiza ta polega na badaniu charakterystycznych elementów projektu: formatu i proporcji publikacji, struktury kolumny i marginesów, użytych krojów i stopnia pisma, interlinii oraz zastosowanych światel, szerokości łamu i jakości składu, sposobów kształtowania nagłówek i pozostałych wyróżnień odzwierciedlających hierarchię tekstu, metod rozmieszczenia materiału ilustracyjnego, ozdobnego materiału typograficznego, układu stron tytułowych, okładki i obwoluty, kolorów stosowanych w druku oraz rodzajów

wykorzystanych papierów. Istotne jest zwrócenie uwagi na spójność edycji, zjednoczenie treści, formy i funkcji książki. Analiza tego typu umożliwia poznanie charakterystycznych rozwiązań typograficznych i stanowi punkt wyjścia zrozumienia, na czym polega komunikacyjna rola typografii, a także język wizualny danego twórcy.

Bardzo cenna jest analiza porównawcza książek i ich projektów, wskazanie różnic, jakie pojawiły się podczas realizacji w odniesieniu do samego projektu, i poszukiwanie przyczyn rozbieżności. W okresie Polski Ludowej bardzo często różnice te wynikały ze słabości przemysłu poligraficznego, braku odpowiednich krojów pism, słabej jakości farby drukarskiej czy też przestarzałego parku maszynowego, a także ze zwykłego niechlujstwa.

W badaniach dorobku określonego projektanta punktem wyjścia może być również metoda biograficzna, polegająca na analizie dokumentów źródłowych (wywiadów, zapisków, artykułów, a także dokumentów o charakterze osobistym, korespondencji, prywatnych zapisków, notatek) w celu poznania szczegółów z życia typografa, poglądów na temat projektowania edycji, świadomości zawodowej. Niezwykle cennym źródłem informacji są ponadto wywiady z samymi twórcami (o ile to możliwe), a także z rodziną, przyjaciółmi czy współpracownikami typografa. Wywiady umożliwiają poznanie tajników warsztatu grafika, motywacji i stosunku do wykonywanego zawodu, systemu pracy.

Problemy

Badania typograficzne książki XX i XXI wieku wiążą się także z licznymi problemami. Przede wszystkim trudności pojawiają się na etapie zbierania materiału źródłowego. Wiele kłopotu sprawia zgromadzenie edycji zaprojektowanych przez wybranego typografa, a żmudne poszukiwania nie zawsze muszą zakończyć się sukcesem.

Dzieje się tak, ponieważ katalogi biblioteczne w zasadzie nie odnotowują nazwisk grafików. Ich dorobek powinien być zarejestrowany w bibliografii narodowej, a dokładniej w *Przewodniku bibliograficznym*, pod warunkiem że nazwisko grafika zostało umieszczone przez wydawcę na stronie redakcyjnej książki. Nie zawsze jednak wydawcy o to dbali i nie dbają nadal. Wynika to z braku świadomości, jak ważną rolę w wydaniu książki odgrywa typograf. Podczas próby zebrania dorobku Leona Urbańskiego okazało się, że *Przewodnik bibliograficzny* rejestruje tylko niewielką część książek zaprojektowanych przez grafika, w dodatku dość przypadkowo. Spis zawierał pomniejsze projekty z pominięciem najważniejszych prac.

W wersji drukowanej *Przewodnika bibliograficznego* za lata 1944–2008 do wyszukiwania służą zbiorcze indeksy roczne zestawione w układzie alfabetycznym. W latach 1950–1984 powstał nawet osobny dział w indeksach „Ilustratorzy”, co

świadczy o pewnym zainteresowaniu formą książki. Indeks zawierał nazwiska „autorów rycin, ilustracji, rysunków i fotografii w wydawnictwach tekstowych, a także twórców okładek i układu graficznego oraz współpracowników graficznych wydawnictw rycinowych”. Chociaż tytuł indeksu był nieadekwatny do zawartości, stanowił jednak wartościowe narzędzie badawcze, ponieważ pokazywał środowisko osób zainteresowanych projektowaniem książki w Polsce. Niestety, po 1984 roku został zlikwidowany. Trzeba podkreślić, że nieadekwatny tytuł indeksu (wszystkich twórców szaty graficznej książki określono mianem ilustratorów) i późniejsza z niego rezygnacja są świadectwem czasów – nieświadomości i lekceważenia kwestii projektowania książki, marginalizowania jej i pomijania w środowisku zarówno artystycznym, jak i bibliologicznym.

Ogromnie ważne w wypadku zmarłych twórców jest więc poszukiwanie kontaktów z rodziną lub ze spadkobiercami, którzy przechowują dorobek grafika, wszelkiego rodzaju dokumentację. Nie jest to jednak takie proste. Nie każdy grafik tworzył własne archiwum. Bardzo często przyczyną były problemy mieszkaniowe. Dorobek ulegał i nadal ulega rozproszeniu, bywa rozdawany rodzinie, przyjaciółom, znajomym i na końcu instytucjom. Te ostatnie nie zawsze są zainteresowane przejmowaniem całości, lecz jedynie fragmentów dorobku, pasujących do profilu instytucji, co jeszcze bardziej przyczynia się do rozproszenia materiału i utrudnia badania.

Leon Urbański postulował, aby w każdej książce, nie tylko edycjach bibliofilskich, umieszczać na końcu dzieła kolofon, który informowałby czytelników o współautorach książki: projektancie układu typograficznego, wykorzystanym kroju pisma, miejscu druku i zastosowanym papierze. Taka informacja bardzo ułatwiłaby prace badaczom. Niestety, postulat ten bywa spełniany niezmiernie rzadko. Absolutnym minimum jest umieszczanie podstawowych informacji na stronach tytułowych, aby mogły być zarejestrowane przez bibliografów. Zjawiskiem, które ostatnio coraz częściej dochodzi do głosu, jest tworzenie własnego kanonu stron tytułowych, stosowanie indywidualnych rozwiązań graficznych dla każdej książki i niekiedy – celowo – pomijanie ważnych informacji, jak daty wydania (w nadziei, że w ten sposób książka zachowa wieczną świeżość w oczach nabywców). Jest to oczywiście myślenie bardzo krótkowzroczne.

Kolejnym problemem jest sposób przechowywania książek przez biblioteki. Bibliotekarze, kierując się ogólnymi normami, traktują współczesne książki zazwyczaj jako kontenery na tekst. Większość nie ma świadomości, że współczesna książka może stanowić wartość także ze względu na jej opracowanie graficzne. Nagminnie jest zaklejanie okładek książkowych obszernymi nalepkami z sygnaturami i kodami kreskowymi, przez co tracą one swoją siłę przekazu, a także przybijanie pieczęci w takich miejscach, które burzą harmonię projektu. Starsze książki bardzo często są przechowywane w bibliotecznych, sztywnych

oprawach, które założono, wyrzucając pierwotne projekty okładek jako nieistotne. W ten sposób potraktowano wiele okładek zaprojektowanych przez wybitnych grafików. Oczywiście książki przechowywane w bibliotekach muszą otrzymywać stosowne oznaczenia, powinny być one jednak umieszczane jak najdyskretniej, aby jak najmniej ingerować w projekt.

Przedstawione obszary badawcze oraz metody badań oczywiście nie wyczerpują możliwości badania typografii książki współczesnej, stanowią raczej pewnego rodzaju podsumowanie i spojrzenie na problem przez pryzmat badań edytorskich wrocławskiego ośrodka bibliologicznego. Tematyka ta, niestety, cieszy się wciąż zbyt małym zainteresowaniem badaczy. Pozostaje więc żywić nadzieję, że wraz z rosnącą popularnością typografii zwiększy się również zainteresowanie młodych naukowców badaniami nad typografią książki współczesnej.

Ewa Repucho

Bibliolog, adiunkt w Zakładzie Edytorstwa i Książki Współczesnej Instytutu Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na typografii, projektowaniu książki i szeroko pojętej estetyce druku w ujęciu historycznym, jak i współczesnym. Autorka książek i artykułów poświęconych typografii i projektowaniu publikacji. Prowadzi zajęcia z typografii, grafiki książki, współczesnej technologii wytwarzania edycji oraz sztuki książki.

Po co projektantowi historyk książki?

Klaudia Socha

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

„Perfect typography is more science than an art”¹. Te słowa największego typografa ubiegłego stulecia, Jana Tschicholda, wydają się dość dziwne w kontekście myślenia o dizajnie. Mimo pewnych zmian w postrzeganiu pracy projektanta ciągle niechętnie dopuszcza się myśl o służebnym, wręcz rzemieślniczym charakterze tej pracy. Dizajner to przecież artysta – czujący piękno, pracujący w natchnieniu i wyrażający swoją osobowość. W publikacjach o charakterze poradnikowym lub podręcznikowym pojawiają się, nawet mimochodem, wzmianki o „intuicyjnym sposobie pracy nad projektem książki”² występującym u studentów szkół artystycznych. Jak mówi inny genialny typograf, Robert Bringhurst, „intuicja to zakamuflowana pamięć”³, dlatego podstawą zawsze pozostanie solidne, naukowe przygotowanie. Warto może przenieść sytuację projektowania książki, przedmiotu znanego doskonale i prostego – przecież „książka jaka jest, każdy widzi” – na projektowanie skomplikowanego narzędzia medycznego lub pojazdu. Nikt przy zdrowych zmysłach nie ważyłby się podejść do takiego zadania „intuicyjnie”. Wręcz przeciwnie, poprzedziłby swoje działania twórcze bardzo głębokimi i technicznymi studiami. Tymczasem książka to przecież perfekcyjna maszyna do czytania⁴. Niezwykle interesujący wydaje się fakt, że wielcy typografowie i projektanci pism zwykle fascynowali się kaligrafią, ćwicząc ręczne kształtowanie znaku, choć do dyspozycji mieli dużo bardziej zaawansowane techniki. Drugim nurtem ich zainteresowań stawała się zazwyczaj historia książki i pisma. Adrian Frutiger w studiach antropologicznych

1 J. Tschichold, *The form of the book. Essays on the morality of good design*, Washington 1991, s. 3.

2 E. Repucho, T. Bierkowski, *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych*, Warszawa 2018, s. 83.

3 R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, przeł. D. Dziewońska, Kraków 2007, s. 157.

4 Według słów Rolanda Reuša, autora książki o takim tytule.

u naszego gatunku – badania te tylko pozornie mogą się wydać bezcelowe. Połączenie wrażliwości na znak, sygnał i wreszcie symbol z rozwojem manualnym i technicznym człowieka pozwoliło temu projektantowi odnaleźć źródła, z których wypytywa potrzeba i umiejętność nadania komunikatu i wyrażenia przez niego jakichś treści, emocji czy wrażeń. Powiązanie tego, bardzo naturalnego zresztą, procesu komunikacyjnego z innymi obszarami działalności człowieka daje niezwykle perspektywę, ukazującą, w jaki sposób kultura i estetyka danej grupy ludzi, określonej przez warunki geograficzne, polityczne i społeczne, odbija się na formie pisma⁵. Uwagi Frutigera dotyczące postrzegania form znaków w głębokiej zależności od innych działań artystycznych pozwalają zupełnie inaczej je oceniać. Potwierdzają to w całej rozciągłości badania psychologiczne, które dowodzą, że niektóre zbiorowości ludzkie nie wykształciły umiejętności tworzenia konkretnych form myślenia czy postrzegania, gdyż nie były im potrzebne w warunkach, w jakich żyły⁶. Dla Frutigera związek między architekturą, sztuką i pismem tłumaczy jego formę, kształtowaną przez estetykę danego miejsca i czasu⁷. Jego badania sły jednak również w kierunku powiązania pisma ręcznego z samą czynnością pisania. Materiał piśmienniczy oraz narzędzie i technika jego używania wpływały na kształt znaku, sposób prowadzenia kresek, ich połączeń. Te same wnioski wysnuwa w badaniach teoretycznych i ćwiczeniach praktycznych Gerrit Noordzij, który ściśle łączy sposób prowadzenia narzędzia pisarskiego nie tylko z kształtem uzyskiwanej linii, ale także z postępującą ewolucją typów pisma⁸.

Wiedza dotycząca kultury pisma przebiega niejako w dwóch nurtach. Z jednej strony wskazuje, jak ewolucja pisma wpływa na zmiany sposobu myślenia – na przykład przejście od pism piktograficznych do fonetycznych stanowiło krok

- 5 A. Frutiger, *Człowiek i jego znaki*, przeł. Cz. Tomaszewska, Warszawa 2005, s. 115, 137–138.
- 6 Jak choćby niezależna od ostrości wzroku umiejętność odczytywania bardzo małych ideogramów, charakterystyczna dla Japończyków, a zupełnie niedostępna przedstawicielom Zachodu, których pamięć wzrokowa nie zawiera liter kanji. Zob. R. Arnheim, *Myślenie wzrokowe*, przeł. M. Chojnacki, Gdańsk 2011, s. 113–114.
- 7 Podobne podejście reprezentował polski wybitny typograf Leon Urbański, co odcisnęło się na jego projektach, zwłaszcza na edycjach tłumaczeń ksiąg orientalnych. Zob. E. Repucho, *Projektowanie książki orientalnej według Leona Urbańskiego*, „Acta Universitatis Wratislaviensis. Bibliotekoznawstwo” 2011, nr 30, s. 19–38.
- 8 G. Noordzij, *Kreska. Teoria pisma*, przeł. M. Komorowska, Kraków 2014, s. 50–71.

milowy w procesie abstrahowania zachodzącym w ludzkim umyśle⁹. Przejście na wyższy poziom odczytywania znaku – łączonego nie bezpośrednio z desygнатem, ale z jego głosową reprezentacją – usprawniło rozumowanie i skondensowało proces komunikacji, co w następstwie doprowadziło do kolejnych uproszczeń: powstania pism sylabicznych i w końcu alfabetycznych. Z drugiej strony wpływ estetyki epoki i świadomego stosowania narzędzi prowadzi do utworzenia najbardziej efektywnego systemu komunikacji, jakim staje się pismo. Ewolucja współczesnego zestawu znaków z dwóch różnych typów pisma – majuskuł z rzymskiej kapitały kwadratowej i minuskuł karolińskiej przetworzonej przez włoskich humanistów – doprowadziła do wykształcenia niezwykle praktycznego zestawu cech dystyngtywnych, pozwalających na szybkie rozpoznawanie poszczególnych znaków oraz ich łączenie w słowa. Gdyby zatrzymać się tylko na łacinie i nie wchodzić głębiej w inne typy pism, które również przeszły swoje procesy ewolucji, można zauważyć, że największego znaczenia nabiera siła przyzwyczajenia. Dowodzą tego liczne badania nad czytelnością, zebrane w ostatnich latach przez Sophie Beyer¹⁰. Co ciekawe, autorka pokusiła się również o ukazanie, często na podstawie materiałów z epoki, że większość krojów dziś uznawanych za kanoniczne i klasyczne miała trudne początki, była pierwotnie nieakceptowana przez ogół użytkowników. Jej spostrzeżenia potwierdzają także inni badacze, między innymi Frank E. Blokland¹¹, który twierdzi, że nawet jeśli wielcy typografowie, jak Pierre Simon Fournier, wierzyli w istnienie „najwyższego sędziego”¹², mitycznego oka, które obiektywnie osądza prawidłowość i estetykę danego pisma, to wydaje się jednak, że zawsze odnosili się do konkretnych, zastosowanych modeli. Podstawowe wzorce tych modeli są wynikiem ewolucji, zmian smaku (i momentów historii) oraz innowacji technicznych. To, co uważa się za harmoniczne, rytmiczne i estetyczne, jest jedynie wynikiem uwarunkowania, to jest przyzwyczajenia kulturowego, ich twórców (projektantów krojów), ich „aplikatorów” (typografów) i ich użytkowników (czytelników). Gdyby harmonia i rytm

- 9 B. Bieńkowska, H. Chamerska, *Zarys dziejów książki*, Warszawa 1987, s. 13; D. Diringer, *Alfabet, czyli klucz do dziejów ludzkości*, przeł. W. Hensel, Warszawa 1972, s. 38–39; M. Kuckenburg, *Pierwsze słowo*, przeł. B. Nowacki, Warszawa 2006, s. 132–133.
- 10 S. Bayer, Thesis, *Typeface Legibility: Towards defining familiarity*, 2009 rok [praca doktorska obroniona w Royal College of Art], wersja elektroniczna: http://researchonline.rca.ac.uk/957/1/Sofie_Beier_Typeface_Legibility_2009.pdf [dostęp: 11 kwietnia 2019 roku].
- 11 FE. Blokland, *On the origin of patterning in movable latin type. Renaissance standardisation, systematisation, and unitisation of textura and roman type*, 2016 rok [praca doktorska obroniona na Uniwersytecie w Lejdzie], wersja elektroniczna: <https://openaccess.leidenuniv.nl/handle/1887/43556> [dostęp: 14 marca 2019 roku].
- 12 Tak nazwał go Fournier w *Manuel Typographique* (1764–1766).

były sprawami absolutnymi, nie byłoby tak wielu różnic między typami pisma¹³. Naukowe podejście do zrealizowanych projektów, czyli do zachowanych ksiązek, pozwala odkryć, jak rodziły się i krystalizowały rozwiązania wykorzystywane do dziś w programach do składu. Badania Petera Burnhilla wskazują¹⁴, że perfekcyjna szarość najpiękniejszych druków renesansu była wypracowana i starannie wyliczona. Między bajki można więc włożyć wszelkie metafory wszechwidzącego oka czy wyczucia składacza. W tym kontekście pogląd Bringhursta o ukrytej pamięci wybrzmiewa naprawdę mocno. Badania teoretyczne potwierdza w całej rozciągłości nurt nawiązujący do archeologii doświadczalnej, polegający na odtwarzaniu dawnych technik i metod pracy. W zakresie typografii dawnej specjalistą analizującym i opisującym działania giserów doby renesansu i baroku jest Fred Smeijers, który na podstawie tekstów z epoki (na przykład *Manuel Typographique Fourniera*), analizy materiałów historycznych (zbiór punc i matryc z Muzeum Plantina-Moretusa w Antwerpii) oraz własnych prób powtórzenia czynności szesnastowiecznego gisera nie tylko poznał warsztat giserski tamtych czasów, ale także pokazał, jak technika wykonywania punconów (patryc) wpływała na kształt znaku, jego światła czy sposób składania wiersza. W obszernej książce na ten temat Smeijers pisze, że z każdą chwilą pracy z metalem wzrastał jego szacunek dla dawnych mistrzów¹⁵. Trudno się z tym nie zgodzić, zwłaszcza wiedząc, że nie zwykle drobne, nawet jak na dzisiejsze standardy, sześciopunktowe czcionki po raz pierwszy odlano najprawdopodobniej przed 1557 rokiem. Wykonał je Pierre Haultin i zostały wykorzystane przez Christophe'a Plantina w wydanej wówczas *Libri regum*¹⁶. Warto pamiętać, że z doświadczeń wczesnych drukarzy korzysta się również we współczesnej praktyce. Każdy bardziej świadomy tamacz wie, że większość funkcji zecerskich dostępnych w programach DTP wykorzystuje algorytmy starannie opracowane na podstawie właśnie tych osiągnięć, które wypraktykowali nasi poprzednicy, mozolnie obliczając pola znaków i zestawiając ze sobą metalowe czcionki. Przełomowe w tym zakresie były działania Hermana Zapfa i Donalda E. Knutha, którzy zastosowali w programach komputerowych to, co ręcznie zrobił pierwszy, niedościgniony na razie giser i składacz Jan Gutenberg (albo jego nieznanymi nam współpracownicy). To jego pomysły zaprojektowania,

13 <https://www.exquisitefonts.com/1280.html> [dostęp: 9 kwietnia 2019 roku].

14 P. Burnhill, *Type spaces: in-house norms in the typography of Aldus Manutius*, London 2003.

15 F. Smeijers, *Counterpunch making type in the sixteenth century, designing typefaces now*, London 2011, s. 14.

16 Nonpareille Romaine – zob. *ibidem*, s. 68.

jak dziś powiedzielibyśmy, „glifów alternatywnych” i optyczne wyrównanie prawego marginesu dają wrażenie jednolitej szarości składu *Biblii 42-wierszowej*¹⁷.

Z punktu widzenia współczesnego dizajnera ciekawy wydaje się także sam – wciąż przecież żywy – proces kształtowania się pisma drukarskiego. To, jaki wzór obierał sobie projektant, nie było przypadkowe. Do dziś badacze zastanawiają się nad tym, jakie typy pism zainspirowały Gutenberga i co stało się wzorem dla jego pierwszej czcionki. Choć wiadomo, że niemiecki drukarz był bardziej wynalazcą i eksperymentatorem, historycy książki doszukują się w jego życiu epizodu pracy skryby w skrytorium benedyktynów w Erfurcie¹⁸. Porównanie ksiąg pochodzących z tego skrytorium z *Biblią 42-wierszową* nie ukazuje bezpośredniego związku, podobnie zresztą jak zestawienie z innymi wzorami, na przykład rękopiśmienną *Biblią* z Moguncji, powstałą w podobnym czasie. Najprędzej można się doszukiwać inspiracji płynącej z ksiąg liturgicznych, na przykład Mszału Eberharda von Greiffenklaua z Moguncji¹⁹ z drugiej ćwierci XV wieku, ale same kształty znaków nie są identyczne. Być może poszukiwanie rękopiśmiennego wzoru w ogóle jest ślepą uliczką? Podobne badania były również prowadzone w celu znalezienia źródeł antykw włoskich najwcześniejszego okresu druku. Niektórzy badacze szli tak daleko, że wywodzili je od konkretnego skryby, słynnego Gianfrancesca Poggia Braccioliniego²⁰, lecz nowsze badania wskazują, że źródeł tych mogło być znacznie więcej, gdyż porównanie licznych rękopisów, często anonimowych skrybów, pozwala odkryć ciekawe ślady przenikania ich wzorów do pisma drukowanego. Najstynniejsza antykw tego czasu – wycięta przez Nicholasa Jenson – zaadaptowała na przykład ścięte, asymetryczne szeryfy, będące następstwem naturalnego ruchu pióra podkreślającego trzon litery bez oderwania narzędzia, a więc przekreślającego istniejącą linię²¹. Ten wczesny czas kształtowania się pisma drukowanego, tak silnie związany z kaligrafią, można zrozumieć tylko wówczas, gdy samemu sięgnie się po pióro i spróbuje wykonać odpowiednie gesty. Dzięki temu udaje się znaleźć wiele odpowiedzi na

17 R. Chwałowski, *Gutenberg, Zapf, Knuth*, „2+3D” 2004, nr 11, wersja elektroniczna: <http://www.2plus3d.pl/artykuly/gutenberg-zapf-knuth> [dostęp: 1 marca 2019 roku].

18 Za Albertem Kaprem podaje tę informację Jan Pirożyński (*Johannes Gutenberg i początki ery druku*, Warszawa 2002, s. 39).

19 Mszał Eberharda von Greiffenklaua, przechowywany w Walters Art Museum, MS. W.174, zasób cyfrowy: <https://issuu.com/the-walters-art-museum/docs/w174> [dostęp: 9 kwietnia 2019 roku].

20 Berthold Ullman i Stanley Morison – zob. R. Olocco, *The Venetian origins of roman type. Why Jenson's and Spira's model has to be found in the 'Paduan style' rather than in the script of Poggio or other Florentine humanists*, wersja elektroniczna: <https://articles.c-a-s-t.com/the-venetian-origins-of-roman-type-a856eb3f0cb> [dostęp: 9 kwietnia 2019 roku].

21 *Ibidem*.

pytania o kształty poszczególnych znaków. Badacze stale się spierają, szukając konkretnych źródeł wczesnych krojów pism, ale Riccardo Olocco, zgadzając się z Jonathanem Alexandrem i Albiną Catherine de la Mare, wątpi, żeby twórcy antykw pochodzących ze Spiry oraz tych, które wyszły spod ręki Nicholasa Jenson, naśladowali jakiś określony manuskrypt. Najprawdopodobniej czerpali z ogólnie pojętej kultury pisma danego regionu, nawiązując do najczęstszych rozwiązań kaligraficznych²².

Choć paradoksalnie mogłoby się wydawać, że druk zabija inwencję skryby i eliminuje jego indywidualizm, to jednak praktyczne badania wskazują, że zjawisko to jest dużo bardziej złożone. Z jednej strony niewątpliwie druk dąży do pewnej standaryzacji. Już Gutenberg zaczął dostosowywać swoje litery do konkretnych, przyjętych przez siebie reguł. Badania Bloklanda wyraźnie wskazują, że zachowanie odpowiednich proporcji, związane oczywiście z estetyką epoki i ogólnym obrazem pisma gotyckiego (opartego na grubości pióra, której wielokrotność stanowi zwykle wysokość litery i decyduje o pozostałych wymiarach) miało także dużo ważniejsze zastosowanie praktyczne – pozwalało mianowicie ustandaryzować wysokość i szerokość czcionek, co wzmagało efektywność składu²³. Z drugiej strony wiemy, że Gutenberg korzystał z wielu wariantów tych samych czcionek, różniących się głównie szerokością²⁴, co pozwoliło mu uzyskać nieskazitelną szarość i doskonały, nawet jak na dzisiejsze standardy, wygląd kolumny. Patrząc na jego dzieło i porównując je z innymi ówczesnymi drukami, na przykład z poprzedzającymi ruchomą czcionkę książkami ksylograficznymi, trudno zaprzeczyć, że wyszło spod ręki wielkiego mistrza. W tym świetle dziwią niektóre opinie o niedoskonałości jego pisma²⁵. Interesującymi materiałami pozwalającymi odtworzyć sposób pracy pierwszego drukarza są nie tylko druki poprzedzające Biblię, ale także zachowane unikatowe odbitki korektorskie znalezione w Bibliotece Jagiellońskiej oraz ślad odbitej czcionki drukarskiej w pelplińskim egzemplarzu Biblii, który podważa najnowsze teorie, mówiące, że Gutenberg używał czcionek odlewanych w piasku. Koncepcję taką przedstawili amerykańscy badacze Paul Needham i Blaise Agüera y Arcas, którzy uznali, że metalowe matryce miałyby być znacznie późniejsze. Niepodlegający

22 J.J.G. Alexander, A.C. de la Mare. *The Italian Manuscripts in the Library of Major J. R. Abbey*, London 1969, s. xxviii. Zob. R. Olocco, *The Venetian origins of roman type...*

23 F.E. Blokland, *On the origin of patterning...*, s. 173–182.

24 Zestaw składał się z 290 znaków – zob.: J. Pirożyński, *Jan Gutenberg...*, s. 85–86; J. Pirożyński, T. Serocki, J. Tondel, *Biblia Gutenberga i jej polskie faksymile*, Pelplin 2004, s. 46. W publikacjach tych można także zobaczyć zestaw czcionek użytych w druku Biblii 36-wierszowej.

25 Na przykład opinia Marii Judy (*Pismo drukowane w Polsce XV–XVIII wieku*, Lublin 2001, s. 57).

jednak dyskusji odcisk czcionki ma długim trzonku wskazuje, że nie mogła być odlana w piasku, gdyż byłoby to bardzo trudne technicznie i całkowicie niezadawalające, jeśli chodzi o wyraźne krawędzie oczka. Czcionki odlewane w piasku zwykle były płaskie i używano ich na Dalekim Wschodzie do zupełnie innego typu pisma niż alfabet taciński²⁶. Z kolei druki próbne wskazują, że praca nad książką Gutenberga wymagała podobnych działań redakcyjnych jak w czasach późniejszych, a pieczołowite porównanie różnych egzemplarzy, którego dokonała Mari Agata, dowiodło, że praca korektorska nad książką trwała nieprzerwanie, także w czasie druku, gdyż w kolejnych egzemplarzach pojawiają się warianty składu wynikające z poprawiania interpunkcji, ortografii, dzielenia wyrazu, światła międzywyrazowych lub podmiany czcionki na inną formę tej samej litery służącą poprawie szarości kolumny²⁷.

Wśród zarzutów stawianych Biblii 42-wierszowej jest między innymi „niezbyt unifikowany krój pisma”²⁸. Wskazuje to pewien schematyczny sposób myślenia o piśmie drukarskim, które powinno być „maszynowe”, powtarzalne i zunifikowane. To bardzo ciekawe zagadnienie, które pojawia się także w historycznych rozważaniach o ujednoczeniu cech formalnych pisma. Jak już wspomniano, Gutenberg świadomie zrezygnował z jednolitości wszystkich znaków, ich wariantowość bowiem stała się dla niego sposobem na uzyskanie idealnej szarości kolumny. To, że całość wygląda spójnie, wynika z natury tekstury, która jest pismem bardzo rytmicznym, o sporych kontrastach, które są dość ekstremalne: bardzo grube trzony liter i włosowate połączenia. Nieco inaczej ma się sprawa z antykwą, której kaligraficzne pochodzenie jest widoczne w pierwszych antykwach renesansowych także w formie bardzo płynnego przepływu linii niosącej w sobie dukt ściętego pióra. Kolejne epoki starały się uciec od tej kaligraficznej proveniencji litery, dochodząc do konstrukcji całkowicie pozbawionej śladu narzędzia. Widać to w zmianie podejścia reprezentowanej przez Fourniera, który w *Manuel Typographique* opisywał, w jaki sposób używał przy wybijaniu patrycy tego samego kształtu dla znaków „b”, „d”, „p” i „q” oraz dla „h”, „n”, „u”²⁹, co dla pisma renesansowego było nie do przyjęcia. Doskonałym przykładem odchodzenia od „naturalności” kształtu litery jest pierwszy krój wykreślony od początku do końca na siatce (choć w świetle przywoływanych wcześniej badań może się okazać, że projektowanie krojów zawsze było bardziej matematyczne, niż nam się zdawało), czyli Romain du Roi. Ale to nie wszystko – kolejne projekty eliminowały z liter elementy „niespójne” albo po prostu niepraktyczne, jak mocno wystające przewieszki (kerny), narażone na mechaniczne uszkodzenia. Na

26 J. Pirożyński, *Jan Gutenberg...*, s. 56–57.

27 J. Pirożyński, T. Serocki, J. Tondel, *Biblia Gutenberga...*, s. 25.

28 M. Juda, *Pismo drukowane...*, s. 57.

29 S. Bayer, *Thesis, Typeface Legibility...*, s. 70.

przykład już od czasów Johna Baskerville'a ulega wyprostowaniu i zwężeniu oraz swoistej kondensacji litera „f”, sprawiająca problemy przy kernowaniu znaków³⁰. Zabiegom ujednociającym kształty poddali swoje litery również Giambattista Bodoni i Firmin Didot, dążąc do ich wizualnej spójności, co również doczekano się krytyki im współczesnych, mimo że zastosowali zupełnie skrajne rozwiązania projektowe: Bodoni podkreślał części różnicujące znaki w celu podniesienia czytelności (w znaczeniu *legibility*), Didot zaś starał się uwydatnić części wspólne dla różnych liter³¹. Mogłoby się wydawać, że proces krystalizowania się rozwiązań projektowych mamy w dobie *variable fonts* już za sobą, ale doświadczenia młodego polskiego projektanta, Mateusza Machalskiego, opisującego swoje zmagania z cyfrową adaptacją czcionki Bona Andrzeja Heidricha³², wskazują, że pewne zjawiska wynikające po prostu z natury ludzkiego postrzegania są ponadczasowe. Machalski wspomina w publikacji tylko o próbie unifikacji szeryfów, która okazała się chybiona, w licznych wykładach i wystąpieniach rozwija jednak tą refleksję, pokazując szkice, które pozwoliły mu podjąć ostateczną decyzję. Początkowa próba ujednoczenia szeryfów sprawiła, że krój stracił całą swoją indywidualność, co więcej – stał się po prostu mało estetyczny i dość ciężki. Każdy, kto kiedykolwiek spróbował wykreślić i ujednoczyć choć jeden garnitur znaków, wie doskonale, że dużo lepiej sprawdza się pozorne podobieństwo niż idealnie tożsamy kształt. Są ponadto ograniczenia natury kerningowej, jak choćby w minuskułnej literze „w”, która musi mieć pierwszy szeryf znacznie krótszy, gdyż inaczej nie dałoby się jej zestawić z żadnym innym znakiem. To kolejny dowód nie tylko na nieustanną żywotność form literniczych, które podlegają ciągłej ewolucji, pozostając równocześnie w pewnej równowadze, wyznaczonej przez „archetypowe” kształty liter zapisane w naszej świadomości, ale także na ich głęboko humanistyczne (w znaczeniu antropologiczne) korzenie. Człowiekowi trudno się pogodzić z idealną regularnością, zbyt doskonały kształt powoduje dyskomfort, co potwierdzają liczne badania psychologiczne, między innymi nad ornamentem³³.

Zagadnieniem, które pojawia się w związku z Gutenbergiem, jest jego niezwykła umiejętność naśladowania ówczesnej książki rękopiśmiennej. Dzięki

30 Trzeba ją było podcinać i ręcznie nasuwać na sąsiednią czcionkę. Mocno wystająca, zeszlifowana i cienka przewieszka musiała się często odłamywać w kaszcie – zob. *ibidem*, s. 75–76.

31 *Ibidem*, s. 72.

32 Właściwie był to proces rewitalizacji, wiążący się z przeprojektowaniem znaków – zob.: M. Machalski, *Bona Nova*, Warszawa 2017, s. 40; *idem*, *Bona Nova – Nulle dies sine linea*, „Acta Poligraphica” 2017, nr 10, s. 14.

33 E.H. Gombrich, *Zmysł porządku. O psychologii sztuki dekoracyjnej*, przet. D. Folga-Januszewska, Kraków 2009, s. 129, 146.

poszukiwaniom Tschicholda wiadomo, że *Biblia 42-wierszowa* odwzorowuje najpiękniejsze układy typograficzne epoki, oparte na klasycznym kanonie estetycznym. Proporcje stronicy odpowiadają kwincie (2:3), a kolumna jest wyznaczona przez złoty podział, odzwierciedlony przez siatkę dzielącą stronę w pionie i w poziomie przez dziewięć. Równie wysmakowana była *Biblia 36-wierszowa*. Czasem, niestety, trudno jest odnaleźć ten zamysł drukarza, gdyż przez lata użytkowania książki były ponownie oprawiane, przy czym introligatorzy bezwzględnie je obcinali, niszcząc bezpowrotnie zamierzone przez projektanta proporcje. Pozostają jednak kolumny, bardzo często oparte na proporcjach wynikających z pięciokąta foremnego, złotego podziału lub interwałów muzycznych.

Wierność estetycznemu kanonowi stała się także regułą drukarzy po Gutenbergu. Niezmiernie rzadko się zdarza, żeby jakaś ówczesna książka została złożona bez odwołania się do jakiegokolwiek proporcji uznawanej za estetyczną. Niektóre regiony i epoki są wręcz rozpoznawalne dzięki rozwiązaniom typograficznym, które zachwycają do dziś. Piękne druki weneckie mogą stanowić dla współczesnego projektanta nie tylko przykład, który, owszem, jest piękny, ale nie może być wiernie skopiowany w realiach współczesnego wydawnictwa, lecz przede wszystkim inspirację do sięgania po mądrość dawnych mistrzów, którzy wykorzystywali różne proporcje tak, by uzyskać najbardziej harmonijny dla oka efekt. Wiedzą o tym doskonale zarówno projektanci pism, którzy odnajdują złoty podział w klasycznej kapitale kwadratowej, jak i dizajnerzy tworzący strony internetowe i interfejsy telefonów komórkowych. Kunszt dawnych artystów nie musi być bezmyślnie kopiowany, lecz może stać się punktem wyjścia nowych, twórczych rozwiązań. Ciąg Fibonacciego czy złoty podział pięknie zakomponują przestrzeń strony internetowej, stronicy książki lub innego druku. Równie ciekawe i satysfakcjonujące może być sięganie po proporcje ukryte w proporcjach muzycznych lub wielokątach foremnych, co już dawno pokazali Robert Bringhurst czy Kimberly Elam³⁴.

Wśród licznych odkryć technicznych, jakie zawdzięczamy pierwszym drukarzom, niezwykle istotne dziś są odmiany optyczne. Stosowane naturalnie w pierwszych wiekach drukarstwa, w okresie maszynowego odlewania czcionek odeszły w zapomnienie, aby powrócić dopiero niedawno jako część nowej technologii związanej ze składem komputerowym. Wszystkie wzorniki pism z XVI–XVIII wieku pokazują bardzo różne realizacje wzorów pism, ich dokładniejsza analiza pozwala jednak zobaczyć bardzo wyraźne dostosowanie kształtów znaków od stopnia pisma. Być może dla ówczesnych giserów i drukarzy było to oczywiste: litery nie funkcjonowały w innych wielkościach niż te, które zostały odlane w metalu, a więc pewne cechy budowy znaku były nieodłącznie powiązane z konkretnym

34 R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii...*, s. 164–167; K. Elam, *Geometry of Design. Studies in Proportion and Composition*, New York 2001.

stopniem pisma. Niby proste, ale dlaczego w takim razie nie ułatwić sobie pracy przez powielenie tego samego wzoru w nieco innej skali? Wiemy skądinąd, że sztuka skalowania wzorów była znana i praktykowana w tamtym czasie, nie tylko przez rzemieślników, ale także przez artystów. Najwyraźniej takie rozwiązanie było nieakceptowalne, o czym świadczą również przekazy projektantów i drukarzy z epoki, którzy mówią o dostosowaniu kształtów znaków w celu podniesienia ich czytelności (pisał o tym na przykład Fournier). Co prawda pierwszy oficjalny test porównujący czytelność krojów przeprowadzono na początku XIX wieku we Francji³⁵, ale wszystkie materialne dowody (na przykład zachowane wzorniki czcionek) wskazują na wysoką świadomość projektantów pism w tym względzie. Różnice w proporcjach, grubości kreski i odległości między znakami są do dziś podstawowym wyznacznikiem projektowania pisma w czterech wielkościach: tytułowych, śródtytułowych, dziełowych i notkowych³⁶. Dawni giserzy dokładnie znali i stosowali te zalecenia. Dzisiaj dobre domy typograficzne oferują także kroje w kilku odmianach optycznych, czego doskonałym przykładem jest font Neacademia, nawiązujący nazwą do związku założonego przez Alda Manucjusza.

Kolejnym problemem, z którym borykają się współcześni projektanci, są diakrytyki³⁷. Nie jest to problem nowy: dostosowywanie alfabetu łacińskiego, z natury ograniczonego do dwudziestu czterech znaków, nie było łatwe dla narodów posługujących się bardziej skomplikowanym systemem fonetycznym niż łacina. Studia nad rozwojem języka i śledzenie takich materiałów źródłowych jak traktaty ortograficzne, różnego rodzaju pisma normatywne czy inne druki pozwalają zobaczyć, jak drukarze radzili sobie z dostosowaniem alfabetu do lokalnego języka. Badania te pozwalają zrozumieć naturę i pochodzenie diakrytyków oraz ich powiązania z historią. Na przykład czeski system diakrytyczny wywodzi się z czasów powstania inspirowanego działalnością reformatorską Jana Husa, dlatego prawdopodobnie polscy pisarze zdecydowali się na zapisy w formie dwuznaków, nie chcąc za pomocą naśladowania nowego czeskiego systemu diakrytycznego wyrażać poparcia dla jego ruchu. Potrzebę takich badań wyraża podjęta ostatnio

35 Test porównania czytelności krojów Claude'a Garamona i Firmina Didota przeprowadził dyrektor Imprimerie Royale, Etienne Anisson-Duperron – zob. S. Bayer, *Thesis, Typeface Legibility...*, s. 118.

36 J. Scaglione, L. Meseguer, C. Henestrosa, *Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu*, przeł. N. Pluta, Kraków 2013, s. 102.

37 Dla języka polskiego zasady stosowania diakrytyków opracował Adam Twardoch – zob. między innymi: A. Twardoch, *Picked herring and strawberry ice cream. Designing polish diacritics*, [w:] *Language Culture Type, International Type Design in the Age of Unicode*, red. J.D. Berry, New York 2002, s. 148–157.

inicjatywa określenia zasad tworzenia znaków diakrytycznych w językach czeskim, węgierskim, polskim i słowackim na tle historii tych języków³⁸.

Związane z tym tematem wydaje się również bardzo aktualne w dobie powszechnej globalizacji zagadnienie krojów multiskryptowych³⁹. Tutaj także pojawia się wiele pytań, na które odpowiedzi dać mogą wyłącznie badania historyczne. Przede wszystkim bardzo istotne jest spostrzeżenie Frutigera, że narzędzie pisarskie, sposób jego trzymania czy kierunek pisma wpływają na wizualny obraz znaku⁴⁰. Dlatego w projektowaniu pism w różnych alfabetach nie można pominąć tego aspektu kulturowego. Z kolei Bringhurst podkreśla, że przy łączeniu różnych skryptów należy zwrócić uwagę na jednolitą szarość obu krojów⁴¹. Trzeba się dogłębnie zastanowić, jak to osiągnąć, jeśli te dwa kroje pochodzą z różnych kręgów kulturowych i mają inny, czasem wręcz „odwrotny” system kontrastu linii. Nawet takie elementy budowy znaku jak szeryfy mają zupełnie inną tradycję (a czasem także pochodzenie i cel) w różnych kulturach. Projektant zajmujący się tymi zagadnieniami powinien sięgać także do historii książki, w końcu problemy, z którymi się boryka, dotyczyły w tym samym stopniu drukarzy próbujących harmonijnie złożyć wielojęzyczną Biblię. Kroje greckie stosował z dużym powodzeniem Manucjusz⁴², specjalizujący się w drukach w tym języku. Już na przełomie XV i XVI wieku wykształciły się dwa typy czcionek greckich: kaligraficzny, oparty na minuskule, reprezentowany przez Demetriosa Damilasa oraz Alexandra i Laonikosa (nawiązywały do nich również greckie wzory Jensoni i Wendelina ze Spiry), i tak zwany grecko-łaciński⁴³. Jednak Aldus Manucjusz postanowił wyróżnić się własnym stylem, naśladowującym grecką kursywę, dziełem Francesca Griffy. Później czcionki greckie pojawiały się regularnie w zasobach wielkich i mniejszych drukarzy: Estienne'ów, Plantina, Caslonów i Didotów. Z kolei pierwsze druki hebrajskie⁴⁴ zostały wydrukowane co najmniej w ciągu trzydziestu pięciu lat po wynalezieniu druku – pierwsze są datowane komentarzem Rasziego

38 *The Insects Project. Problems of Diacritic Design for Central European Languages*, Katowice 2016.

39 Zob. B. Wittner, S. Thoma, *Bi-Scriptual: Typography and Graphic Design with Multiple Script Systems*, Salenstein 2018.

40 A. Frutiger, *Człowiek i jego znaki...*, s. 134.

41 R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii...*, s. 118.

42 M. Rokosz, *Wenecka oficyna Alda Manucjusza i Polska w orbicie jej wpływów*, Wrocław 1982, s. 132–140.

43 G. Leonidas, *A primer on Greek type design*, [w:] *Language Culture Type...*

44 <https://www.jewishvirtuallibrary.org/hebrew-printing> [dostęp: 12 kwietnia 2019 roku]. Zob. także: Lubell, *Sixteenth-century Hebrew typography: A typographical and historical analysis based on the Guillaume I Le Bé documents in the Bibliothèque nationale de France*, 2014 [praca doktorska obroniona na Uniwersytecie Londyńskim], wersja elektroniczna: <https://core.ac.uk/download/pdf/33336796.pdf> [dostęp: 9 kwietnia 2019 roku].

do Pięcioksięgu i dziełem Jakuba ben Aszera *Arba'ah Turim* z 1475 roku. Później drukarnie hebrajskie zaczęły powstawać w całej Europie, również wiele drukarni chrześcijańskich dysponowało czcionkami hebrajskimi, używając ich głównie do druku tekstów biblijnych. Stosunkowo późno pojawiła się książka arabska. Najstarsza drukowana książka w tym języku⁴⁵ powstała w Wenecji i była dziełem chrześcijan. Zachowany najstarszy druk w języku arabskim zawiera tekst godzinek, pochodzi z 1514 roku i został wydrukowany w Fano we Włoszech. Druk arabski bardzo długo nie był tolerowany w państwie osmańskim, dlatego książki arabskie powstawały głównie w Europie. W porównaniu z tym faktem wydaje się, że dość wcześnie zaczęto stosować cyrylicę. Pierwsza jej wersja została wycięta i odlana w Krakowie w latach dziewięćdziesiątych XV wieku w drukarni Szwajpolta Fiola z Frankonii przez Ludolfa Borsdorfa (Borchtorpa) z Brunzswiku⁴⁶. Nowszy, udoskonalony wzór stworzył w 1515 roku w Pradze Białorusin Franciszek (Francysk) Skoryna. Kursywa powstała znacznie później, w 1583 roku⁴⁷. To jednak nie wszystkie skrypty używane przez dawnych drukarzy. Doskonałym przykładem jest drukarnia watykańska i jej wzornik, zawierający wiele alfabetów niezbędnych do druku tekstów i komentarzy biblijnych. Wśród nich można wymienić nie tylko taciński, grecki i hebrajski, ale także arabski, iliryjski, cyrylicy, syryjski, koptyjski, gocki, etruski, eugubijski czy indyjski. Plantin⁴⁸ dysponował greką i alfabetem hebrajskim oraz syryjskim, przygotowanym specjalnie do druku Poliglotty antwerpskiej (*Biblia Polyglotta*). W wielkim *Manuale Tipografico*, wydanym w 1818 roku⁴⁹, już po śmierci Giambattisty Bodoniego, można znaleźć liczne wzory antyki i kursywy greckiej oraz cyrylicy, alfabetu hebrajskiego i alfabetów „egzotycznych”, na przykład arabskiego i wielu innych. Obecne czcionki znajdowały się również w mniejszych ośrodkach, o czym świadczy połączony z wzornikiem traktat Paulusa Patera wydany w Lipsku⁵⁰.

Warto jeszcze wspomnieć o badaniach technologii i dawnych materiałów, które pozwalają nie tylko datować druki lub przyporządkowywać je do poszczególnych drukarni, ale także rozwiązywać dużo bardziej skomplikowane zagadnienia.

45 R. Cave, S. Ayad, *Historia książki. Od glinianych tabliczek po e-booki*, Warszawa 2015, s. 110–111.

46 A. Szydłowska, M. Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Kraków 2015, s. 12–15.

47 R. Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii...*, s. 307.

48 B. Górská, *Krzysztof Plantin i Officina Plantiniana*, Wrocław 1989, s. 190.

49 G. Bodoni, *Manuale Tipografico*, Parma 1818, wersja elektroniczna: <http://www.rarebookroom.org/Control/bodtip/index.html> [dostęp: 12 kwietnia 2019 roku].

50 Paulus Pater, *De Germaniae miraculo optimo, maximo Typis literarum, earumque differentiis, dissertatio...*, Lipsk 1710.

Poznanie technologii przygotowywania pergaminu, zwłaszcza produkcji papieru i standaryzacji jego formatów, pomaga stwierdzić, w jaki sposób dzielono arkusz drukarski, jak w praktyce wyglądał proces nazywany dziś impozycją. Z kolei wiedza o budowie pras drukarskich dostarcza odpowiedzi na liczne pytania o sposób reprodukcji liter. Wynalazek prasy Gutenberga był w tym względzie kluczowy: wcześniej druk drzeworytów i książek ksylograficznych wykonywano za pomocą docisku specjalnego narzędzia (na przykład szczotki) lub prostej prasy. Druk taki był stosowany przez wieki również po Gutenbergu i pozwalał uzyskać odbitki korektowe (zwane szczotkami). Prasa Gutenberga była usprawnioną wersją urządzeń stosowanych wcześniej i choć stanowiła istotny dla dalszych dziejów druku wynalazek, była jeszcze stosunkowo prosta. Jej ewolucja trwała kilkaset lat, choć podstawowa zasada druku właściwie się nie zmieniła. Przez długi czas prasy były drewniane i umożliwiały jednorazowy wydruk tylko połowy arkusza, gdyż miały za staby nacisk (pięć ton na kolumnę)⁵¹. Znajomość stopnia nacisku jest interesująca z punktu widzenia zmian kształtu liter pod jego wpływem. Mazista farba olejowa, której skład również znamy, tworzyła na papierze ze szmat zupełnie inne formy niż dzisiejsze techniki druku. Świadomość tego nie pozwala zapominać o takich aspektach projektowania, zwłaszcza zaś digitalizowania krojów, jak usuwanie pułapek farbowych obecnych w starszych krojach lub dopasowanie grubości linii do współczesnych metod druku, w których nacisk nie powoduje „rozgniecenia” farby, a co za tym idzie – pogrubienia kształtu litery. Badania składu farby drukarskiej pozwalają badaczom, używającym takich nowoczesnych technologii jak analiza cyklotronowa, nie tylko ją dzisiaj odtworzyć, ale także skalkulować czas trwania druku dawnych publikacji. Kalkulacje takie przeprowadzano przede wszystkim dla *Biblii* Gutenberga, uwzględniając liczbę dni roboczych, wielkość zespołu (sześciu zecerów, sześciu preserów obsługujących prasę i jeden korektor) oraz techniczne ograniczenia tempa składu. Koronnym dowodem stały się jednak właśnie badania składu farby, który się znacznie zmieniał. Ponieważ farba musiała być codziennie przygotowywana od nowa, można było dokładnie ustalić liczbę dni roboczych. Dzięki temu naukowcy mogli określić czas druku jednego z najważniejszych zabytków kultury światowej⁵².

Właściwie rozważania o wpływie dawnych technik projektowania i druku można by snuć w nieskończoność. Tematem, na który nie ma już miejsca, byłby niewątpliwie kolor, niosący ze sobą wiele zagadnień nie tylko technicznych (na przykład dotyczących tego, jak sporządzano farby, w jaki sposób drukowano w kolorze), ale także kulturowych, związanych z symboliką koloru, a nawet kształtowaniem języka odzwierciedlającego ludzki sposób odbierania świata

51 M. Drabczyński, *Papier w pracy drukarza. Normalizacja formatów. Gramatury papieru*, „Poligrafika” 1960, nr 7–8, s. 34.

52 J. Pirożyński, *Johannes Gutenberg...*, s. 92–95.

(na przykład bardzo długo w kulturze niewielkie znaczenie miał kolor niebieski, gdyż był trudno osiągalny⁵³). Czasem dizajner nie zdaje sobie sprawy, jak głęboko zakorzenione są znaczenia symboliczne i jak ważne jest w projektowaniu uwzględnienie tych znaczeń, zwłaszcza w wymiarze różnic kulturowych. Ich zignorowanie może doprowadzić do nieporozumień, a nawet do całkowitego fiaska komunikacyjnego.

W taki sam sposób można by rozważać rolę ornamentu w kulturze (jego zależności od danej społeczności, jak ornamenty w kulturach unikających z powodów religijnych obrazowania, na przykład żydowskiej czy arabskiej), ilustracji czy poszczególnych elementów projektu albo wykorzystanych środków wyrazu. Za każdym razem ukazuje się fascynująca wizja ścierających się prądów, rozwijających się i ewoluujących rozwiązań oraz niezwykłych projektów, których twórcy niekiedy zaginęli w mrokach niepamięci. Dlatego szczególnie krzywdząca wydaje się historia dizajnu, którą wielu historyków sztuki i wzornictwa rozpoczyna wraz z modernizmem, odcinając „grubą kreską” poprzedzające go epoki „mroku i bezguścia”. Jest to tym bardziej rażące, że czasem patrząc na dawne książki, trudno się oprzeć wrażeniu, że dawni mistrzowie zdążyli więcej zapomnieć, niż my się kiedykolwiek nauczymy.

Większość tych spostrzeżeń wydaje się banalna. Przecież wszyscy dawno już to wiedzą. Rozwój pisma jest częścią procesu kształcenia, wielu artystów i dizajnerów ma także za sobą kursy pisma narzędziowego lub kaligrafii. Kanon lektur obowiązkowych zawiera publikacje Tschicholda, Frutigera, Noordzija. Wiedzieć nie zawsze jednak oznacza widzieć. Pewne zjawiska trzeba samemu odkryć, wprowadzić je do swojego systemu poznawania i odczuwania, tak jak dziecko uczy się postrzegać kontur, głębię czy perspektywę⁵⁴. Dopiero zrozumienie ścieżki artystów i dizajnerów odkrywających pewne prawdy po raz pierwszy pozwala świadomie skorzystać z wartości tradycji przez jej przyjęcie lub odrzucenie. Niezależnie od dalszych działań największym błędem jest ignorancja, która sprawia, że artysta czy projektant staje się śmieszny, twierdząc, że pierwszy odkrył jakąś prawdę. Nawet jednak pokorne stawanie w obliczu tradycji, ciężące nieraz jako przekonanie, że „wszystko już było”, nie jest w stanie sprawić, że praca artysty projektanta staje się nieautentyczna. Wręcz przeciwnie, zajmuje on miejsce w długim szeregu poprzedników i może nieograniczenie czerpać z ogromnego rezeruaru ich doświadczeń i odkryć.

53 M. Pastoureau, *Niebieski. Historia koloru*, przeł. M. Ochab, Warszawa 2013.

54 R. Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, przeł. J. Mach, Łódź 2013, s. 176–234.

Klaudia Socha

Adiunkt w Katedrze Edytorstwa i Nauk Pomocniczych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zajmuje się historią książki, druku, grafiki książkowej i czytelnictwa oraz estetyką publikacji. Obecnie interesuje się rozwojem projektu typograficznego (layoutu) książki drukowanej oraz historią zasobów typograficznych dawnych oficyn drukarskich.

Typestories

**Interviews and Papers
on Typography
and Type Design**

**The Academy of Art
and Design in Wrocław**

Wrocław 2019

Contents

Copyright © by Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu, 2019

Editors: Beata Bartecka, Iwona Matkowska, Maciej Majchrzak

Polish-language texts editor: Marcin Grabski (mesem.pl)

English-language texts editor: Darren Durham

Translation: Olga Drenda

Translation of Dan Reynolds's text: Katarzyna Drenda

Graphic design: Maciej Majchrzak

Typesetting: Iwona Matkowska

Typeset with Geppert Sans designed for the Eugeniusz Geppert Academy
of Art and Design in Wrocław

Reviewers

dr hab. Michał Kacperczyk, prof. AS (Academy of Art in Szczecin),

dr hab. Katarzyna Krzak-Weiss, prof. UAM (Adam Mickiewicz University in Poznań)

ISBN 978-83-66321-21-2

Circulation: 300 copies

Printing and binding: Drukarnia System-Graf, Zemborzyce Tereszyńskie 73B, Lublin

Publisher: Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu

The Wrocław Type Forum conference publication

Introduction

Interviews

- 7 Świątkowska *Letters are a whole range of emotions*
14 Jacobs *Design has matured*
21 Bierkowski *The designer's consciousness*
31 Grabowska *The search for perfection is not without frustration, but it's worth it*
39 Reynolds *In the world of typefaces from the turn of the century*
47 Olocco *Like designing a new dish*
53 Middendorp *Not only for geeks*
59 Majchrzak *I trust the users*
65 Misiak *Building bridges*
71 Lopukhiny *We love Cyrillic script*
75 Simon *Balancing on the borderline*
81 Szydłowska *I'm still fascinated by the less obvious, the things that hide behind daily life*
87 Roj *Typography – a treasure worth working with*

Papers

- 93 Reynolds *New details about the origins of Akzidenz-Grotesk*
111 Majchrzak *Fit for purpose*
121 Jarzec *The legibility of informational typefaces*
133 Repucho *The typography of the contemporary book (20th- and 21st-century) from a bibliological perspective*
145 Socha *What use does a book historian have for a designer?*

Introduction

This is a book about emotions.

It may sound banal, or perhaps even discouraging, but it is the truth. Letters evoke emotions across a very broad spectrum. They are the subject of emotive discussions, they polarise attitudes, and they can even become a space for violence. Sometimes they're local and link small communities; in other cases they are the means for communication that crosses borders. They're rooted in history, marked by victories and defeats, but also, inevitably, in the future, which in many senses is actually with us, but is unevenly spread. When we discuss letters, we can talk about their sizes, the width of strokes, or spacing. We can recall their history, how they emerged or were distributed and used. We can also talk about people. Regardless of which narrative we choose to apply, we will always be close to emotion and experience.

This book is a result of the second edition of the international conference Wrocław Type Forum (2018), which dealt with issues related to contemporary typography and type design. Like the event itself, the book collects various stories, proving that this specialisation can be approached from many perspectives. This is why we talk to and give platforms to practitioners and theorists alike – type designers, typographers, researchers, critics, activists and curators. Even though each develops their own story and places different accents on their fascinations and fields of interest, everything is connected: one person begins the flow that someone else crosses. Each creates their own micro-history, which is as personal as it is universal – a fractal object, which tells more about the whole and the system than an attempt to make a complex approach would.

There is great enthusiasm in this book, despite its marks and breaks. It conveys fascination, unshakeable attitude and the sense that letters are worthy of attention – or even an encouragement to see in them not only centuries of history and generations of work, but primarily a source of constant collaboration.

Editors

Interviews

Letters are a whole range of emotions

an interview with Bogna Świątkowska

It might sound like flattery, but Bogna's activity has been with me for a long time. I remember her pioneering radio show about hip-hop, I remember *the Machina* magazine she edited, and the early campaigns of the Bęc Zmiana Foundation. Even though our conversation was focused on typography, I was aware that many other themes would also appear there. Bogna has never seen the world through tunnel vision; for her, reality is a rhizome, in which typography is linked in various ways with other fields – public space, social issues, politics and art. We sat in the Bęc Zmiana Foundation office – Bogna is busy, but when she begins to talk, she moves into full-focus mode.

Beata Bartecka: In an interview, you said that in the Bęc Zmiana Foundation you're working according to a humanist approach, connecting scientific, academic, social and artistic aspects.

Bogna Świątkowska: This is the basis of my practice. I don't have a professional education in this field, so in my cognitive process I take cues from many disciplines. When I say that I'm curious, I really am. The curiosity also stems from my first job as a journalist. It allows for a shallow dive into many areas: it provides quick information, without deep processing, but at the same time it makes previously invisible things apparent. Such a wide horizon leads to a situation in which we touch on meaningful points – it may be typography, public space, art, architecture or even botanics – we build a certain image, which may be wonky, but it conveys the way in which people deal with discovering, shaping and interpreting the world. There is no area that wouldn't be potentially interesting or worth researching, because it's all part of human culture, understood in a broad, anthropological sense.

You began your career as a journalist, and you had contact with printers.

Of course, and I got to know typesetters, even though I didn't have sophisticated conversations about typography with them. I remember the entire magnetic, seductive production process from typescript to print. When writing is your job, then the existence of a letter as a basic tool shaping your message is totally obvious. It's also fascinating how they affect us. Are we able to establish a relationship with a font or a typeface? How does it happen that we like certain letters more? When you're only a few years old and you begin to read, the way a letter looks can tell you many things aside from the content.

Did you like reading?

I liked reading and collecting books a lot, I was also interested in the history of printing. Like many people, I had contact with print even before I learned to read. It seems to me that sensitivity to the reception of a message outside purely textual content is shaped early in a child's mind. The child reacts to shape, colour and the intensity of signs.

When did you become "typography conscious"?

In the first year of primary school, I had my own inkwell and a pen with a nib. I remember how much effort and stress it took to create a satisfying letter. My father was a construction designer – he worked at home a lot and could calligraph beautifully with a technical pen. He was a matchless calligraphist for me. Maybe this was a reason why learning to write engaged me a lot and involved a lot of emotion.

I have an impression that your memories point at strong roots in the visual side of writing.

It was intuitive. There are people who realise the research potential of their interests very early; I wasn't one of them. For me, the adventure of experience is a very important part of discovering the world, of living through everything that happens. I don't have that cool kind of gaze; I establish an emotional bond immediately. My way of experiencing letters and typography is linked to the people behind them. It always interests me who makes them, how and why. I'm interested in the process of decision-making, which also involves failure, unfortunate attempts and transgressing boundaries. We can also add the role of chance. In my field there may be 80, maybe 100 typefaces. When I include their varieties, thicknesses and heights, I could focus just on researching the various possibilities of writing down one word for the rest of my life. But I'm also interested in the connections between letters – when they build something that they aren't, and also whether we can (and, if so, to what extent) convey the messages that we would like to communicate through them. Can a letter and its shape help in this process? These questions interest me more than the technical issues alone.

You transfer these interests to your Bęc Zmiana Foundation, which you established more than 17 years ago.

My interests are the tracks that we follow in our projects. When you ask me what the reason to be interested in typography is, I find it strange. There's not even a question in my head as to whether we should include typography in our discussion – it's simply there, it's not a choice. At a certain point, you have to discuss it, because it's part of everything that eventually builds the knowledge you create.

Such an approach isn't obvious in Polish conditions.

Yes, but that's changing. There are books on typography and letter design now, as well as publications and projects set using fonts that have been designed in the last ten years by Polish designers. It's a moment in which this job has emancipated itself from other professions. If we took a look at Polish typography, there would be no period in which letters would not have been designed. Letters always found a way, and found someone to design them.

We also have to discuss needs.

Needs are exactly the subject of the *TypoPolo* book, published by the Bęc Zmiana Foundation together with Rene Wawrzkiwicz, on the basis of the idea by Jakub "Hakobo" Stępień. Vernacular, spontaneous creativity has revealed an actual need, marking it in the areas of economics and vernacular social and political communication. It's a great time for our sensitivity

towards letters. Without vernacular typography, it would take a much longer time for us to understand their importance. It turned out that letters are important, but also funny, annoying, sentimental and accidental. It prompted a whole range of emotions; it also prompted a mission to put our visual space in order.

Aren't you annoyed by the mass phenomenon of cleaning up signs and shop displays?

It can be monotonous, and it can also be a kind of violence. Who decides what's ugly and what's pretty? There's a category invented by Krzysztof Nawratek: positive violence. He used it to show how artists, developing ideas for public space, employ it – knowing how things should be and how people should behave there. It's the same with signs. I saw a couple of great projects that would look great by themselves, but they turned into something boring and lifeless when they were both located on the same street. I'd like to refer to another category – living culture. It's important when exchange, negotiation, engagement and interest in diversity are visible. The diversity of signs is a venue owner's personal expression of aesthetic preference and choice of communication.

Another interesting issue in public space were the stencils, graffiti and street art.

It influenced our typographic awareness immensely; it expanded the field of understanding what a letter can be – what it can be used for and what purpose it may serve. Violence appears there too – Wojtek Wilczyk points it out in his documentation of graffiti created by football fans. On the other hand, we can't discuss letters today without mentioning the way a message looks on the Internet. It's very interesting that it's a sparser environment – saving energy. Look at abbreviations: LOL – two letters, three signs – a lot of meaning in a very interesting way. The style of electronic media modifies our understanding of letters, their use and design. It's worth transgressing the sphere of academic research and design, where typography is understood intellectually and designed with care. We have to remember about all the counteractions.

In 2012, in the American city of Chattanooga, citizens collected money to design a city typeface that would convey its character. I like the community thinking about letters.

Community activities are typical for the new millennium. They exploded after the crisis of 2008. We see it not only in social movements and behaviour, but also in open, common economic forms. It brings a lot of satisfaction, and resolves certain things in the emotional field, even if it doesn't lead to spectacular results. A shared work on quality that is supposed to serve the

local community requires a skill that not everyone has: the sensitive and wise management of a great engine that has its own dynamics, including a reverse gear. In Poland, we're not very good at teamwork, which can be seen in all aspects of our lives. Cooperation on a mass scale emerges in dramatic moments, not in everyday life. One needs a lot of skill and talent to lead initiatives towards a happy end with positive results, transgressing misunderstanding, unwillingness and atomised interests. There's one more thing: imagine designing a typeface for a city in Poland. How would the issue of copyright look in the light of what we know about the Solidaryca font? What would happen if the Lato font was created by six people, not one person? Would they give up their interests as easily and transfer their work into public space? Regardless of that, the very idea of creating the character of the city on the level of typography and letters is a grey area.

We have the case of an identity for Warsaw, designed by Towarzystwo Projektowe but lawlessly given to the city of Łódź.

It turned out that something we regarded as a Warsaw letter suddenly lost its local character. It shows that a letter can evoke emotion. It's funny that Lech Kaczyński, who was a lawyer and who made the decision as President of Warsaw, was so carefree when it comes to copyright. It succeeded with Solidaryca though, as we mentioned before, and which shares common recognition. I'm interested in this kind of thinking about typography on a grander scale, of designing a font for a country.

Wouldn't it change with every political shift?

Ideal! Every president and every government has their own new font [laughs].

Would you like to work in such a national type team?

Work – yes, but I wouldn't like to have to explain myself later [laughs]. Seriously, I've been thinking a lot recently about history and the Foundation's work. Our work, knowledge and memory are going to waste – I mean the milieus that work on the border of culture and social life in general. Our projects, mostly financed from public money, should serve as a resource; they should fuel collective knowledge and the ability to create new solutions in many areas. We should work in interdisciplinary teams outside of cultural institutions in order to make projects that could create new qualities thanks to our experience – we shouldn't let ourselves be pushed into aestheticisation. It would translate into design decisions shaping the matter of daily life. Today, contemporary culture is not considered as a serious discussion partner – energy and awareness are directed elsewhere. The legal system, the courts, the entire structure of democracy as we knew it is revealing its faults in a spectacular way. The knowledge shared by artists,

creatives, who like to speculate about the future, to simulate spatial and social solutions, still isn't treated seriously. Our work is futile – it's temporary solutions, ephemeral events. It doesn't build up in layers, it escapes.

Bogna Świątkowska

Founder and head of the Bęc Zmiana Foundation, with which she has developed several dozen projects dedicated to public space, architecture and design, as well as competitions for architects and young generation designers. Founder and editor-in-chief of the magazine *Notes Na 6 Tygodni*. Author of many essays, interviews, and radio and TV programmes on contemporary popular culture.

Design has matured

an interview with Bas Jacobs

Initially, I didn't know much about the Underware projects that are co-designed by Bas Jacobs. But while browsing this studio website I discovered unique typefaces – modern, beautifully drawn and full of personality. Bas seems to be an open person, for whom type design is his whole world, but he doesn't lack distance and has a sense of humour. He replies to my questions in depth, and encourages me to do further research, especially around the future of typography.

Beata Bartecka: What is it like to live typeface: to work with it, talk about it, teach it? What is it like to live every day this way, where everyone will only talk about type and typography?

Bas Jacobs: Privileged, in many respects. We can spend most of our days on things that fascinate us. We can combine working on real-life projects with real-life problems, with investigating new areas and subjects that fascinate us. On the one hand we're very dedicated to achieving the ultimate result with every project, and at the same time we enjoy questioning the basic principles that are the fundamentals of those projects. Integrating our own research into our practice is very satisfying.

Designing letters is an ambivalent occupation. To some people type design – reshaping existing shapes – might sound like the most boring job in the world.

But for us, type design is the stepping stone to working with language in new ways. For example, it can happen that you design a “B” that accidentally looks like another letter, so that accident could lead to designing polyglyphs – shapes that represent multiple letters. If you consider the alphabet as a collection of shapes, and a paragraph of text as a repeated combination of those shapes, then what happens if a certain shape can represent multiple letters, but, depending on its context, the reader assumes its correct meaning for that moment? That could be interesting, because maybe we don't need 26 shapes to visualise the Latin alphabet anymore. But how many shapes would then be the minimum requirement to be able to still read a text? Would 24 shapes be enough? Maybe 20? 18? And if you try harder and longer, you might come to the conclusion that actually one shape could be enough to represent all 26 letters. One, that's all. A proto-shape that represents all the letters.

Can you tell me a little about your career path? How did you find the direction of visual communication at the academy and how did it lead you to type design?

Nobody chooses at the age of five to become a type designer. Things just happen, and strangely enough bad education played an essential role in my life. As a kid I liked to draw a lot. Comics, drawings, letters, but also other things. That eventually led me to becoming a student at the art academy, which became an introduction to many new creative areas in the first year. After deciding between fine art – sculpture – and graphic design, flipping coins to choose between the two, I remember very well the first time I fell in love with a typeface, in my second year. My interest in typography was sparked, and as things go – you get curious, you want to know more – you start to read and practice. Another key moment on my path to becoming

a type designer was my typography teacher in my third year, who gave us an assignment to create a typeface. The deadline was three weeks...

...an experienced type designer usually needs two years to make a typeface.

Yes! Most of my fellow students were finished within a week, faxing Helvetica back and forth and turning those scans into a digital font. Well, that was spectacular in the 90s. But I was still sketching my low-ercase Roman and italics with a pencil on paper, and I got stuck. When I discovered that my typography teacher couldn't give me any advice at all, I got very frustrated. That frustration led me to study on the post-graduate course at the Royal Academy of Arts in Den Haag, where I met Sami Kortemäki and Akiem Helmling. Due to the lack of education at the time – the course was nothing compared to its current state, and we had very few lessons a week – we defined our own projects between the three of us to kill time and to streamline our interests and energy. That helped us a lot, because basically we didn't stop doing that after graduating, and have been doing that for the past 20 years. So the lack of good education helped me twice in essential moments towards what I'm doing today.

How do you see general awareness in the Netherlands about typography and typeface design? Are there a lot of public discussions, yet it's still mainly based around specialists? You have a big, beautiful tradition and history, but is it still vivid in the eyes of society?

In the 90s Dutch design was an international brand, but it's non-existent today – but that's another story. As a consequence, design also plays a different role in society. Design in the Netherlands isn't so much a profession by itself anymore, separated from the rest of the world like an artistic island. Design became less of a peculiarity, but more an obvious, anchored profession, like any other profession, embedded in a large number of fields. Instead of a craft, design became a method – a way of thinking that one can use to approach a problem. Many graduates of art academies don't end up at a design agency, but as a graphic or interactive designer at companies that offer completely different services, and for which those companies need design as a logical part of their business. Meanwhile, even large design companies have merged into online agencies specialising in data and technology. So not only have individual designers merged more and more into – or became part of – a larger entity, but this is also true for large graphic design agencies as a whole. The 60s and 70s saw furious public discussions about graphic design in the Netherlands, but those discussions have disappeared today.

Why?

It's logical, because 50 years ago those designers had to pave the path, as the profession of graphic design didn't exist as we know it now. But meanwhile any designer can have an opinion, and he or she will find a decent place in society. Any opinion will work somewhere, so there isn't the need anymore for furious discussion. Anyone can work exactly as he or she wants, and that's fine. There isn't a single truth, and there is room for almost all truths. So what would be the motivation for a heavy discussion on design itself? Instead of designers arguing if they have differing opinions, they easily accept that other people do it their own way, which is different, and which is completely okay. There isn't a problem any longer with designer's opinions or design's approach. Discussion has shifted towards the direction of what design can actually do, if appropriate decisions are made in the right circumstances, and which social problems exist in the world that design could contribute towards solving. Designers became researchers in socially engaged projects. In the 70s, graphic design was the world in which discussions about design took place, but meanwhile the world itself became the place to discuss design. Design has matured.

How you see the present time for the type designer?

A very exciting time. The introduction of the variable font format might have a much bigger impact than we can imagine now.

Please introduce this idea.

A variable font contains multiple fonts in a single file. Technically, it means that a variable font contains a single font, and instructions on where to move each point to make it look like another font. The path from the first to the second font is interpolated. But there can be more than just two fonts inside a variable font, so there can be more paths for each point. All the paths are interpolated.

What does it really mean when everything is interpolated and everything is variable?

Imagine that when every "A" is interpolated, it can look like anything. It cannot only become bold, but also italic. Even worse: a Roman "A" can also turn into a script "A". But then again, an "A" can also turn into a "B", because everything is dynamic. Or that "A" can turn into any other letter. If you think carefully about this, it's insane, because it means that information became dynamic at the level of the written word. It feels like a new existential possibility that has just been opened up, and nobody can tell what the consequences will be. The introduction of this new font format feels like somebody opened up a door to a completely new room. Nobody knows how big the room actually is, what happens inside the room, or all

the possibilities the room offers. So exploring the new room is interesting, and we're lucky that we were born in the right year to be here right now. First our generation was there when the Internet emerged halfway through the 90s; now we're here when variable fonts emerge. It's a privileged time to live in.

So is it also important that a typographer should know how to code? Or is it enough to work closely with a coder/programmer?

Both are possible; you just need to be aware that coding is as much a part of the design process as creating outlines. If a single person can excel at both, that's great. If it requires a team of people – all with their own expertise – who manage to cooperate fluently, that's also great. At the end of the 1990s graphic designers were very much focused on print, but were nevertheless sometimes asked to design a website. The classic mistake of designing layouts in QuarkXPress and handing those to a programmer who turned them into a website has been made too often. We know by now that a design process doesn't work like this. It's not an unambiguous, chronological order of steps. A design process requires steps in all directions, not only in the direction of the final destination. Meanwhile, everybody agrees that making a layout for a website and asking a programmer to turn that into an interactive website will not end up with the ultimate result. The same goes for the design process of making a typeface.

Do you feel this is also a trap for type designers – to fall into an infinite space of variations, and maybe the coding algorithms will be much more useful than designing new typefaces?

There are three visions of the possibilities versus the options. The first: what is the difference between coding a new font and designing a new font? Is the first one an option to quickly create something ugly, and the second one the chance or possibility to achieve beauty manually? Or is it the other way round? Or are both equal? The second: with the introduction of the variable font format, type designers have a large amount of new possibilities to work with, but this doesn't mean they should lose themselves within all those options. Type designers should think in possibilities, not in options.

And the third one?

The risk at the beginning of a new era is of confusing possibilities and options. The new variable font format offers many new possibilities – technical, conceptual, practical, economic, etc. This is great news for type designers who make fonts, as well as for anybody else who uses fonts, and for those who read the texts set in those fonts. There is the possibility that all three of the visions will benefit. In conclusion, automatic optical sizes,

automatic interactive typography based on the reader – new ways of presenting digital text because text became dynamic – offer new possibilities for everyone.

For the end user too?

No, this shouldn't be confused with offering more options to the end user. Maybe the new variable font format might lead to even fewer options for the end user, instead of more. Maybe in the future the end user won't need to make typographic choices, as these could sometimes be defined by an algorithm controlled by the operating system you're working on, the app you're using or user interaction (the distance between the reader and the screen, etc.). Maybe the implementation of variable fonts depends much more on software developers, who subsequently offer a limited, derived set of possibilities to the graphic designer.

Traditionally, type designers have created digital fonts and offered them to graphic designers, the users of fonts.

Yes, but with the variable font format, type designers should get rid of this existing distribution model, because maybe the variable font should be designed for a specific software application, which can then be used by a graphic designer. So the distribution model for digital fonts (type designer → graphic designer) could change for variable fonts (type designer → software developer → graphic designer). Type designers shouldn't start to offer large design spaces to graphic designers – in that way just shifting the decision-making from the type designer to the type user; that would be a fundamental mistake. Those who use type – let's call them graphic designers – have a project to realise. For this project they need to make many decisions, but defining the exact location within an almost endless jungle of design spaces shouldn't be one of them. It doesn't help them towards an end result; it only increases their problem, and it doesn't make the project any better. This shift actually started quite a while ago. Large font families can exist in up to 300 weights nowadays, for example, when seven weights would be enough. In most cases, having less options – just seven weights instead of 300 – is much more fruitful for the user. Only in very specific cases would a graphic designer require more options, but those are exceptions. That would be an example of offering too many options. You see it increasingly often these days. Not only does a type family often exist in way too many weights, but it also has too many other options available for the end user to choose from. If the “A” should be single-storey or double-storey; an alternative, rounded capital “E”; another tail for the “Q”; and many other stylistic alternates dumped into the Stylistic Set OpenType features – you wonder if they always make sense.

So you're saying that type designers shouldn't offer too many options.

If you buy a car, you want the keys and to start driving. You don't want to spend five weeks building and customising the car with the mechanics. At least I don't.

Finally, I'd like to ask about multi-script fonts. What kinds of scripts are the most interesting for you to design? What language systems attract you and why?

Typography is heavily based on cultural conventions. Having grown up in Western Europe, I'm only familiar with the conventions of Latin script. For non-Latin scripts we always cooperate with native type designers. In the past, Cyrillic, Greek, Hebrew and Arabic have been involved in typefaces we've made. It's relatively easy to formulate an opinion on and discuss Cyrillic and Greek, because these scripts are closely related to Latin. But with Arabic we depend more and more on others, on native type designers, to achieve the correct results. Because something that looks “industrial” to our Western eyes might need to look completely different to look “industrial” for Arabs. We have our opinions, of course, on Arabic type, but we're not always confident that they make sense. The same goes for Asian script, which is another highly interesting subject that I would like to work with more. Complex writing systems, such as Chinese, might benefit strongly from current technological developments, and it's fascinating to explore those new options. Life is too short!

Bas Jacobs

Dutch type designer is part of the pan-European design collective Underware, known worldwide for their distinguished and innovative type designs. Their fonts have received numerous awards, and are known for their combination of progressive technological developments and highly personal aesthetics. They also make typographic prints and other publications about letters. They have lectured and given workshops around the world, and co-founded the radio channel Typeradio. Besides his design activities, Bas researches and regularly writes about the past, present and future of language, type and reading.

The designer's consciousness

an interview with Tomasz Bierkowski

We meet in the canteen at the Academy of Fine Arts in Katowice. Through the windows, I can see a street that resembles a Swiss modernist estate. It matches the academy, which stands out on the map of Polish graphic design and typography because it has a separate design department. Tomasz talks with passion and engagement; he also talks very quickly, which even he notices at some point. He draws my attention to various extra themes which – even if they didn't make the eventual version of the interview – have remained in my head as potential subjects to develop during our next conversation.

Beata Bartecka: You like teaching – is this true?

Tomasz Bierkowski: I do. Designing, research and education are a kind of tripod on which I stand. It's the foundation of my professional activity, and also the name of my company. I can't imagine any of those legs becoming weaker or breaking.

Have you noticed that more students are interested in typography in recent years?

Before I answer, I'd like to point out that typography is perceived in two ways: part of the design community treats typography just as designing typefaces, fonts and lettering, while another part doesn't see it only as creating letters, but also as constructing visual messages with them. I definitely belong to the latter group, and I go even further. For me, typography primarily means designing the experience of reading. I also believe that every designer should attend a typography course – regardless of whether they'll practice it in the future or not – to understand at least how hard this work is and why it's worth paying a decent price for a font. It's a mistake to teach typography just from the perspective of the specific nature of the tool itself, without reference to the function. It's supposed to serve the aim of communication, not just enchantment with the shape of a letter. But to answer your question: yes, I increasingly see more people who want to design fonts and do it professionally in the future. At the same time, I'm observing a different kind of problem: not many graduates enter the type design market later; I don't know what the reason is, but maybe because it's really hard, time-consuming work, and you have to wait for the financial rewards. I've completed a few type design courses and I've personally experienced the complexity of this area of design. Professional font design works like a system of zeroes and ones – if you decide to do it, there's not much time left for other kinds of design activity. I mainly mean designing body type here, with various styles and many special characters, aimed at the maximum possible scope of use.

You need a certain predisposition for such demanding work.

Yes. Type design is a complex process, and the best fonts are often the result of a few years' work. You also have to sell it, and this is the moment in which everything becomes really hard. I'm in touch with many Slovak designers, and I know that their relationships with clients are completely different than in Poland. It's cooperation based on partnership and trust. While discussing fonts with designers, potential buyers often get the opportunity to test products before they decide to buy them. They also agree on various kinds of discount or payments stretched over time. Sometimes clients ask for modifications to the font, for example in the construction of a glyph

due to the technology it will be used in, the material or usability. This is an example of good practice, which results in the integration of the designers' community, but above all it improves the quality of typography. This model of cooperation is worth introducing in Poland too.

In Poland, typography is often a small unit of the academic curriculum, usually arranged as part of printmaking classes. Katowice is an exception: you've established a separate design department, the only structure like this at a Polish art academy.

Linking typography with printmaking is a common trap for students and for lecturers too. As Professor Krzysztof Lenk said, "an artist is creating for himself, while a designer – always for another". When we begin to treat design like artists do, we think more about ourselves than about the aim and the addressee of the message we're working on. This is the basic difference. In my opinion, designing visual communication, including typography, has more in common with the social sciences than with art education. The reason is simple: a project developed by a designer is applied by society. In order to create a good (by which I mean effective and sustainable) design, we need knowledge from fields other than art – the social sciences, social psychology, ethics, anthropology and praxeology. Establishing a separate design department at the Academy of Fine Arts in Katowice, which includes courses in graphic design and design, was a brilliant idea. It allows students to gain knowledge and skill in the areas they're interested in and in which they would like to develop in the future. Distinguishing these departments and courses facilitated the introduction of new subjects, such as visual information, and the dedication of a large amount of hours to other design subjects, which were shared with art subjects under the old system. Our students can study typography at all stages throughout their entire studies: two years of obligatory typography classes at BA level, then an optional course at MA level. The important, positive quality of the design department at the Academy of Fine Arts is the two-stage system, which allows for changing academy, starting work without having to suspend studying, or even doing something else entirely during the break between stages, something that could positively influence the students' experience and maturity – for example travel.

We've been discussing the positive and negative legacy of the Polish School of Posters for a while.

The Polish School of Posters is an icon not only of Polish design, but also art; I would risk the statement that it's the latter more than anything. We must remember two points here. Artists categorised as representatives of the Polish School of Posters had a background in the visual arts, printmaking

and painting. On the other hand, they were diverse in terms of their approach to visual communication. Putting them all together in one box is convenient in several respects, but it also oversimplifies the situation. We treat the Polish School of Posters as our export brand in design, which isn't true. Such an approach excludes other phenomena from common perception and from the discourse on Polish design. I learned too late, long after my studies, about exceptional designers, also recognised internationally, such as Leon Urbański, Krzysztof Lenk, Roman Duszek, Andrzej Pawłowski and Roman Tomaszewski. Interestingly, a monograph dedicated to Urbański wasn't published by an art academy – it was an initiative of Ph.D. Ewa Repucho from the University of Wrocław, a renowned bibliologist and editor, but who enjoys only very niche recognition in the world of designers. Luckily the situation keeps changing, thanks to research done by Ewa Satalecka, Janusz Górski, Jacek Mrowczyk, Piotr Rypson and Andrzej Tomaszewski, or publications by Przemek Dębowski and Robert Oleś. We still don't have enough systematic, institutionalised critique of design. Aside from the Poster Museum, which – even in its name – is oriented towards a particular specialisation, there is no institution in Poland that researches Polish design heritage. It's a serious mistake! In Bratislava, the Slovak Design Centre has been functioning for a few years now, and successfully achieves the status goals of such an institution: it publishes academic books and periodicals, organises key design competitions and exhibitions, and collects and documents archival and contemporary projects. We should be ashamed and jealous, but we should also follow their footsteps!

Typographers and type designers are more often concerned with education, research and book publication than other kinds of designers are. They take on the roles of historians, researchers and critics. On the other hand, when I think of typography, it's always linked to history and tradition.

I don't have any statistics, but I don't think that typographers are more active in research than designers from other fields. Leading researchers, such as Ewa Satalecka, Czesława Frejlich, Jacek Mrowczyk, Andrzej Tomaszewski and Piotr Rypson, come from such varied backgrounds and have such diverse interests that they're impossible to pigeonhole. Great, important work – unfortunately not very visible to a wider audience – is being done by bibliologists and editors: Wanda Ciszewska, Elżbieta Jamróz, Małgorzata Komza, Monika Pest, Ewa Repucho and Klaudia Socha. Let's talk about reaching back to tradition. Everyone can have a different starting point when they begin designing a new typeface. Someone

will become enamoured with a piece of graffiti; someone else – with an old piece of text; and someone else again will simply sit down and draw. Such an approach is good before studies or at their beginning, but we have to remember all the time that type design was always determined by a goal. Let's bring up an example from history – Aldus Manutius and Ludovico Arrighi created italicised fonts because they needed them for implementing the idea of a cheap book; it wasn't their flight of fancy. We look back, but on the other hand we do it very selectively. We get excited by the beauty of a typeface, but we're not aware that this beauty followed function and usability. Without generalising, we need to remember that re-vitalising and digitising old typefaces – sometimes so criticised by typographers – achieves mixed results. A good example is the Brygada font, made on the basis of a typeface from about 1918, designed by Adam Póttawski. Contemporary interest in Brygada isn't limited to redrawing it, but led to developing a complete font. It's a great example of a reference to tradition and heritage, to a completely forgotten thing. It's worth mentioning that work on Brygada was also related to research. The team conducted a deep query and published a few articles – at least one of which was academic – that thoroughly described Brygada's history. On the other hand, they simply made a really good font; you can work with it normally or simply admire the beautiful glyphs.

Can you recall the moment at which you discovered that research and historical analysis are as interesting for you as design?

Quite soon after my studies, I began to feel irritated that I didn't have any rational arguments to discuss a project with a client. I was angry that someone disliked my idea, but I also understood it. I felt helpless that I couldn't find rational arguments for myself. That's why I needed to arm myself with knowledge, because relying on intuition alone turned out to be a blind alley. I also understood that typography is a tool whose goal is to develop an effective answer to a particular communication problem – not a formal one, and especially not an art-related issue. Agency, efficient action is important for me – that's why a good designer is effective but also ethical and responsible.

Did you feel that this knowledge provided you with convincing arguments? Did you see a difference?

Definitely. I noticed the first difference in myself. Suddenly, a change to a point of view made a project better, more thought-through, providing a better answer to a problem. A conversation with a client didn't feel like pulling a line anymore – it became a form of exchange of knowledge, a kind of cooperation. I responded with rational arguments to

questions, and the clients understood, often pushing the project forwards themselves – by showing me things that I didn't notice due to different professional experience. Since I began working this way, I stopped having problems working with clients – maybe aside from certain cultural institutions for whom the recipient and effectiveness of the message were secondary [laughs]. I may be sawing off a branch on which I'm sitting right now...

I planned to ask you about that. Is it a myth that a commercial client can't be a more interesting, better partner than an cultural institution, public body or local government, for whom goals are often blurred and nobody pays much attention to the influence of a project?

Nobody usually researches the influence of a scientific publication or exhibition on understanding the subject of a project. One can do almost everything, and such a situation is convenient for the funder and the designer – but we should ask whether it's as good for the recipient. I doubt it. Such work is also very hermetic, and when we take into consideration the fact that projects are financed from public money, it's also unethical. A commercial client, on the other hand, defines their goals precisely and wants to achieve very specific results. They also research impact and the way a project affects. I wrote about it with Dr Ewa Repucho in *Typografia dla humanistów [Typography for Humanists]*. Let's look at the Most Beautiful Book of the Year competition. Every year, there are very few submissions of books from the humanities – it's difficult to find even moderately good projects. Commercial publishers send a lot of very good projects. It's not only specific to Poland – I've noticed a similar phenomenon in Slovakia and the Czech Republic.

Let's discuss research on legibility. A lot of research is conducted by designers and typographers, but also by sociologists and psychologists. In both cases, we can see a completely different approach, different research methods, but neither of them is exhaustive. You emphasise the necessity for such research, but also point out that designers don't apply scientific, clear and orderly methods. Your requirements for them and for yourself are very high.

When you say "A", you also have to say "B". When someone says that they've designed a very legible typeface or researched legibility, I ask them to present the methodology. Later, you read descriptions of methodology and encounter problems. It's interesting that since I applied a more rational approach to design, I was surprised how much useful, practical information can be found in publications not written by designers,

or even in research unrelated to design. Designers usually conduct their research unprofessionally; it's often something that could hardly even be called research in the same way as, for example, medicine. The very word "legibility" has many meanings for me; it depends on many factors. A simple example: if we take a typeface that we find legible (easily recognisable glyphs), and we set text with it in the same text size, then prepare a few colour versions – black text on a white background, green on red, grey on black – we'll see that the legibility of the same typeface in the same size will be different depending on the colour relation between the text and the background. And this is just one of the factors.

We have many factors – the kind of text, the style of writing, the medium, the type of reception.

That's why legibility has to be tested in particular conditions, having taken these factors into consideration, and others too. *Legibility* (the recognition of glyphs) is something different to *readability* (the speed and convenience of reading). It seems that many people confuse these things. For me, easily recognisable glyphs are not the sole condition, but one of many conditions of the clarity of a typographic message. Miles Tinker defined legibility as the quality of understanding text in time. I understand him completely. "Legible" doesn't mean how fast I'm going to read or recognise particular letters. Recognition, interpretation and understanding of the text mean legibility for me. Let's research the legibility of a particular text in a concrete form, addressed at a defined reader – not just the recognition of glyphs.

I'm wondering whether the expectation of such deep research will get designers stuck in this world. How to balance it?

I don't have an answer; neither do I have an idea of how to conduct the methodology in the case of type design. Usability is a basic thing here, but there will be no 100% guarantee of the efficiency of research of a type design, due to many elements determining legibility and readability – things we've mentioned before. Still, we have to minimise the margin of uncertainty. I may have strong arguments for efficiency when creating a publication, but everything ultimately depends on the readers, on their specific nature. Research on legibility, perception and cognitive processes written by authors who aren't designers has directed my attention to the variability of conditions of use – who's reading and what; where; in what circumstances; in which position; and what kind of content. We also mustn't forget emotions – a lot has been said about them in design, but from the perspective of designing products or advertising, while emotions also influence readability, which is rarely discussed.

You can also make a message more legible through obfuscation.

Sure, and this is the best proof that legibility doesn't always match our common, simplified idea of it. The logotype of Canadian Airlines is a good example. In a bilingual country (English and French), Francophone people from Quebec and Anglophones from Canada insisted on their own versions. Hence, designers used an abstract, graphic element that replaced the controversial "a" or "e". The phenomenon of specification makes everyone read the logotype the way they prefer – CanadiAn or CanadiEn. This is an example of legibility achieved through seeming obfuscation.

On the other hand, when I think about a world of design in which everything is researched, measured, analysed and then applied, I think it would be a world without chance and unplanned design. Perhaps Solidaryca wouldn't have emerged.

Of course, things outside the analysed and planned design process will occur, but our role shouldn't rely on such actions by definition. Solidaryca – or more precisely, a font style based on the logotype of the Solidarność Independent Self-Governing Trade Union, designed by Jerzy Janiszewski – emerged in a different situation. I believe that this provides an example of the fact that certain things are worth planning. It was unplanned in the sense we think of nowadays about identification for new political movements – but it wasn't an arbitrary sign. Janiszewski based his design on facts; the whole project was well thought-out and perfectly executed. He used a phrase that kept appearing in the circumstances of the strike at the shipyard, and the visual language derived from paintings on the walls. He also considered the simplicity of copying the sign. Of course there was a factor of chance involved too – that political and social events developed the way they did. The sign also went into use due to the fact that the organisation was made illegal and people needed something that could link them, identify their ideas and resistance. They needed a visual language that would help them distinguish the social and political programme of the democratic opposition from the messages of the regime. I'm fascinated most by the fact that the Solidarność sign and the visual convention based on the font, colour and the symbol of the flag connected with the letter still function after 39 years. We already have a third generation that recognises it and associates it with certain values. I also appreciate Jerzy Janiszewski's attitude. He spoke about himself as a young designer who wanted to contribute to the events. He did what he could. This is a design approach – as a designer, he recognised his role. Tim Brown said that one should design important things. I'd like to focus on designing only things or services that

bring real and welcomed change. It's not about a name that can make history, but about the mission related to the designer's profession.

Are you teaching students about this attitude towards design?

Absolutely. Students must be aware that everything they do as designers will bring some kind of result – expected, or, worse, unexpected. Every decision in design generates something. As a lecturer, I must make them aware of that, in terms of ethics too. Teaching future designers to make decisions consciously and to take responsibility for them is obligatory.

Did you have such a consciousness when you began work as a designer?

No, completely not. It grew in me after graduation. Andrzej Pawłowski said that a project is planned by the designer but applied by society, and that's why design is a social activity. This is a strong and true statement. I'd like to know what my agency as a designer is, to what extent the things I'm doing bring expected results, and how I can positively influence human life and functioning. Every designer should follow these principles themselves, because not every client will take them into consideration. Sometimes, during the diploma defence, I've given the lowest mark to a student due to a scandalous ethical approach. An MA diploma is not only a professional test (I don't only judge technical skills) but also an exam in the designer's maturity, as someone who will influence reality. The question of skill, the knowledge of software, purely technical issues, matters of legibility and perception – these are not the only fields in which a student should learn. Empathy and social responsibility are equally important.

Which areas of design are you interested in now?

I'm still interested in academic publications, but I'm not limiting myself to any single medium or design discipline. I'm interested in the way in which designers of visual communication can effectively apply ideas of sustainable growth, and how to verify the designer's work. These are my *idée fixe*. I'd also like to publish a book with all the academic essays I've written in recent years, which have been published in many important, but unfortunately niche journals. I'll also co-author a book, which I was asked to do by Professor Krzysztof Lenk soon before he died. It will be dedicated to his typography teaching programme at the Rhode Island School of Design in Providence, where he'd been working for nearly 30 years. My goal and my task are to refer to the issues the professor included in his course, from the point of view of the history of design and of didactics, but more than anything, to present their contemporary applications. I mean the fact that Professor Lenk was teaching universal issues regarding visual communication, ones that don't lose validity regardless of the medium and the kind of typographic message. At the same time, I'm working on a research project together with Dr Karolina Wojtasik, a sociologist. It's dedicated to the phenomenon of magazines published by Salafist terrorist organisations. It's

incredible how well designed and, unfortunately, efficient they are. I'm also absorbed by one more subject referring to designing things of importance to me. Here I mean public transport in the Upper Silesian agglomeration. Due to the specificity of the area, this is difficult. The project is being developed together with Justyna Szklarczyk-Lauer, a visual communication designer and lecturer of the subject at our academy. I hope it will be applied. I just need another life to do everything I have planned.

Tomasz Bierkowski

Doctor Habilitatus of Visual Arts, designer, researcher and educator. Graduate of the Design Department at the Academy of Fine Arts in Katowice, where he works as a lecturer and head of the Typography Workshop. He collaborates with the Academy of Arts in Bratislava and with Admind, a branding company from Kraków. As a designer, he specialises in scientific and popular science publications, and systems of visual identity and information. He is also the author of books and articles about design.

The search for perfection is not without frustration, but it's worth it

an interview with Viktoriya Grabowska

We meet for the interview at her house, located on a new estate in a small town near Poznań. While still on the train, I was revising previously unread information about the designer, but I realised that I'm not really interested in things that have been discussed a lot. Even though her Maria Theresia font family is fascinating, I'm more interested in her way of thinking and her working methods, as well as the influence of growing up with Cyrillic on her perception of a world that uses Latin. I'm interested in her evolution and maturing as a designer. We sit down at a large table in a room that functions as the kitchen, lounge and workspace in one. It's peaceful and quiet, a typical suburban atmosphere.

Beata Bartecka: You've been familiar with two writing systems – the Cyrillic and Latin alphabets – since you were a child. Do you think it has had an influence on you?

Viktoriya Grabowska: It's a good question. The biggest leap was prompted by learning English and Polish. When it comes to writing itself, I believe in my environment it's common to use both systems – we have absorbed them naturally. In the areas where Cyrillic is used, for example due to economic reasons, many people can read Latin too. When mobile phones appeared, initially there was no option of using Cyrillic, so everyone was texting in their language but using the Latin alphabet. When it comes to the language I am thinking in now – it's quite flexible. It also depends on the milieu.

Were you interested in the Latin alphabet as a child?

I was certainly more grounded in Cyrillic, my first writing system. Post-Soviet countries in the late 90s and early 00s were enchanted by Western culture. Many new ideas, phenomena, products and also words appeared. Latin became a symbol of this fascination. When I was taking a lot of photographs of typography in public space as a student, I noticed that most of the graffiti and tags in Crimea were written in Latin. Maybe it was due to graffiti culture itself, or perhaps Latin seemed cooler. In terms of writing and reading, Cyrillic and Latin are based on similar logic. Historically and politically they have been mutually influencing and interacting with each other. Peter the Great's pro-Western policy caused some of the characters to look similar to Latin ones. Later, in Tsarist Russia, there was an idea to translate Polish into Cyrillic; textbooks were even published. Interestingly, it worked technically to some extent, but all the diacritical signs would have had to disappear.

You're creating them, as a type designer.

Yes – how could we live without them? But I'm working a lot with Cyrillic too. I'm designing it in my typefaces, but I also create Cyrillic extensions for existing Latin types, in collaboration with their designers. Sometimes, designers consult with me about Cyrillic, which they draw by themselves.

Do you enjoy it?

It brings me a lot of pleasure. Cyrillic is my first writing system and it's close to my heart. Such projects open me up to diverse origins and kinds of types. Every time, they take me somewhere else.

When you work on them, you open up a different aesthetic, a different sensibility.

Aesthetics are a part of it, but there are various approaches, ways of thinking and methods of work. These things are important to learn when you work together with someone. On the other hand, I am also simply

interested in the way other people work and what shapes their designs. Often their working methods are very different to mine – that's even better because it's food for thought. For example, I recall my collaboration with the NORM studio was very interesting. They design the tool first – a certain system – and the design emerges from it. We could even say that the tool co-creates the design in a way. The result functions according to certain established rules – this is the reason why it looks and works this particular way. Sometimes an idea or a technology sets up limits and possibilities. This prompts reflection on defining situations and tools, and on their influence on a project. During collaboration, the result is not only important for me, but also the constant intellectual exchange. I consider collaboration to be a constant educational process for both sides.

Tell me briefly about your career. What did you begin with, and where are you now?

I graduated in graphic design from the Academy of Arts in Poznań (now – the University of the Arts Poznań). During my studies I came across the Letter Design Studio, and before I realised it I became completely absorbed. I made my diploma work there. During my diploma defence, Professor Krzysztof Kochnowicz, head of the studio, invited me to work there as a teaching assistant. After three seconds of thought I agreed, and we've been working together since. After graduation, I worked in the field of graphic design in a broad sense, but the letters were calling me all the time. Whenever I could, I paid attention to them, adding lettering to projects I was working on, or I designed typefaces on the side of other jobs. At the time I couldn't imagine doing that for a living. The first corporate typefaces were emerging in Poland, and I was observing them with excitement, but there were very few opportunities like that. Many designers emphasised the fact that type design was just an area of one's work, not a specialisation. For a few years now, almost all the projects I've been engaged in are dedicated to type design. I also notice how many interesting things are being made in Poland: new typefaces, a lot of lettering, educational projects. Some of them are being developed by graduates of our studio. It's very encouraging that designers are finding their way, and that the discipline is developing.

Can you recall your first commission related to type design?

Of course – it was about 2011. It was the time when Google Fonts was launched – an online platform that published open-source typefaces, for free, even though the designers were paid. I went to a workshop called “Ala ma font(a)” in Katowice and presented my designs to one of the lecturers. I was expecting comments, critique, but suddenly he said that he was

opening his own foundry and would like to publish my typefaces on Google Fonts. My English was really bad at the time; I had to ask him a couple of times if I understood him well [laughs]. It was Eben Sorkin. That's how our collaboration began – and it still continues today.

You've also worked with Darden Studio.

Joshua Darden is one of my design heroes. Indeed, I've made a lot of work for his studio in recent years. Earlier, soon after my studies, I started to consult Cyrillic for the Swiss type foundry Lineto, with whom I'm still collaborating on various projects.

Tell me about your own designs. Which directions are you interested in when you're designing for yourself, according to your personal needs?

It depends on a project, but every time I'm interested in a kind of investigation. It may refer to the letterform itself. Sometimes I check the limits of legibility; sometimes the borders between conventions or genres in the classification of type. I also analyse quite a lot from a functional point of view, considering the application of the typeface. As in the case of Maria Theresia, the typeface was designed for a particular task, which strongly defined the design.

You're describing two very different processes.

In the first one, the form of the letter is something very open. I am defining it in my own terms, decided by me or shaped by the project. In the second process, these issues are strictly defined up to a certain moment. There are factors that have to be challenged, tasks to be resolved. In both cases there are common elements, but part of the process looks very different. I've noticed that I increasingly appreciate such diversity in work; I find pleasure in very different projects.

I'm wondering whether the first process contains more of the ego aspect – a certain vanity of design – while the latter requires more humility.

It's interesting that you brought up the subject of ego. I believe that type design is a process that involves less ego in general. There are a number of functions, technical requirements, and from a certain point there's a lot of very precise and meticulous work. At the beginning of the learning process there's also quite a lot of frustration, when you polish the form and make the first attempts at creating the system. There is a need to challenge yourself, confront your vision against requirements, skills and technical questions. With gaining experience and developing skills over time, it might seem easier, but new challenges arise simultaneously and projects expand. It's quite a long process, not too ego-friendly. I think that designers simply have to get to like it; the decision whether someone wants to work in this

field or not probably depends a lot on personality. I recall designing my first letters during my studies – I was fascinated by the possibility of developing things completely from scratch. It's a way of working with a form on such a basic level that I couldn't find the equivalent of in graphic design. Like creating an atom that joins and co-creates a graphic project.

Your typeface Maria Theresia is designed as a tactile alphabet used in the education of visually impaired people. You were talking about it during your talks at Typo Berlin 2017 and the Wroctaw Type Forum in 2018. What stage is it at now?

I've been working on it for a long while. As a project of my own initiative it has no strict structure or deadlines. A certain disadvantage is the fact that my work in it goes slower sometimes, because I have many other projects as well. A positive side is that Maria Theresia has matured over time. When I was beginning, I had much less awareness and knowledge of the field. I'm still working on this typeface, changing a lot, but I'm reaching a moment – I wouldn't like to reveal too much though – where I will have to challenge structuring and closing certain stages. I need to explore certain aspects, but others are closer to the finish.

I'm interested in the difference between designing for commercial purposes and developing a project like Maria Theresia – long-term, social, even personal in a way. Which gives you more satisfaction? Does frustration arise with such long work?

The search for perfection is not without frustration, but it's worth it. And it's the process that I value and appreciate. I also have to say that Maria Theresia made me realise to what extent type design is dominated by optics. Most of the information and experience I've collected in this area was defined by visual, optical reception. For this project I needed to change the perspective completely. It's a very instructive experience, and a very encouraging one. In general, type design is a field where you can learn endlessly, discovering new aspects.

Maria Theresia engaged many people – please tell me more about that.

The project connected the competences of various people. I received a lot of help from Marek Jakubowski, who is a teacher and an expert on design for visually impaired people. There are also other teachers who provided consultation and support for my project. In the process of developing Maria Theresia, the reader is also a collaborator and co-creates it. Each of these groups introduces their own perspective. Without it, Maria Theresia would make no sense – it would be impossible. Creating such an organism of cooperation took some time, not only due to planning and implementing something together, but also getting to know people, meeting them

and talking to each other. This makes a project come alive, develops and shapes it.

What's the purpose of designing new typefaces?

Maria Theresia could be one of the answers to your question: there is a particular need that is not being met. There's a function that this type will serve. One can find many needs and projects like this, or they find us. Designing type is also a form of participation in culture. I like this aspect of my work a lot – interaction with text. The way in which type resonates with message influences its tone. When I design a typeface, I don't have control over the message it will be used for, but I know it will participate in its reception.

New typefaces are also a reference to tradition, to the history of typography.

There are many revivals, reconstructions or interpretations of old typefaces. Sometimes these are attempts to rework a type present in culture that we have been familiar with for a long time, through the designer's experience, sensitivity and craft. Many of these attempts are stimulated by technology, by application needs. Often a new thing emerges – stemming from an old type but functioning in a new context, in which it can be used for new purposes.

Do you feel appreciated as a type designer?

[laughs]

I ask because knowledge about typography and type designers isn't common. Appreciation and recognition comes rather from other typographers and graphic designers.

Yes, but I don't mind. I think that the awareness of the role of typefaces and the existence of the people making them has increased recently anyway. I'm happy when a typeface serves well, but I don't think too often about my recognition. Type designers are not used to fame, though sometimes someone becomes recognised outside of the industry.

I was wondering whether you are interested in designing type in a different writing system than the ones you know, the Cyrillic and Latin scripts.

Some time ago, I designed a typeface in Devanagari, together with Joana Correia and Eben Sorkin; it was a very interesting project for me. Joana has more experience with this writing system, and we also had native consultants. It was my first attempt at designing a new script. But honestly, at this moment, it's difficult for me to answer your question.

Why?

I'm certainly very interested in such experiences, but I'm also aware of the complexity. I'm working with Cyrillic, and I see how sometimes small details

decide whether the design is practical for its target users, whether it meets the function and the aesthetic. It's much harder to spot it when you're not a user. That absolutely doesn't disqualify the non-native designer – a lot can be learned, but it takes time and effort. So when I'm about to answer your question, I struggle. Every writing system carries its tradition and beauty, which encourages exploration of it. But from the perspective of designing and using typefaces, I believe that it takes enormous effort, a lot of learning, and also consultation with native designers.

I assume that right after your graduation, you would have answered easily: yes, sure!

Of course! I think now that it makes sense to do many tasks with someone who does them well. It doesn't block me from the idea of ever working on a different script, but I'd still like to consult it with an expert. Nobody knows everything; such projects encourage teamwork, establishing groups of specialists in various fields. Collaboration often leads to better results – more practical, considered and tested. And today the fonts – both the prototypes and final products – are digital. Many designers work remotely, and discussions take place online with people from the whole world. Sharing competence and exchanging experience is very important, but also easier than ever before. Both typefaces and people benefit from it.

Viktoriya Grabowska

Ukrainian-born, Polish-based independent type designer. She dedicates herself to projects that range from type design to research. Her typefaces often cover Latin and Cyrillic. She also works with other designers and type foundries, such as Cornel Windlin, Lineto, Darden Studio, NORM (Dimitri Bruni & Manuel Krebs), Studio Aurèle Sack, Rosetta Type Foundry and Sorkin Type Co. Viktoriya teaches type design at the University of the Arts Poznań and the School of Form.

In the world of typefaces from the turn of the century

an interview with Dan Reynolds

I became fascinated by Dan's research work after his talk at Wrocław Type Forum 2018. His detective-like pursuits revealed an enormous knowledge about the history of design and of conditions in printing houses during the late 19th and early 20th centuries. We agreed to talk for an hour, but the speed of his speech and the flood of information quickly made me realise that it would be an intense experience. At the same time, I felt Dan's ease in telling stories and, above all, his passion both for history and for his own projects.

Beata Bartecka: I would like to begin with your fascination for the German typography of the late 19th and early 20th centuries. What is the source of this passion?

Dan Reynolds: Good question! I don't have a specific answer, to be honest. I'm not German, but I have lived in Germany for almost 20 years. I probably look at German typography and printing history a bit differently than the average German designer would, since I didn't grow up with the same context, absorbing the same typefaces from childhood that the people living here would have. When I first moved to Germany, it was to a historically rich part of the country, at least in terms of printing. This was the Rhine-Main region, which has cities like Darmstadt, Frankfurt, Mainz and Offenbach. These have great museum collections, especially the Gutenberg Museum in Mainz, but there are also several libraries with good typography collections. I studied for a short time at HfG Offenbach [Offenbach University of Art and Design], which is close to the Klingspor Museum, and we did a few projects there. That got me in touch with the more historical aspects of German typography and printing. Then I started working at Linotype, a company that had been around for 120 years. Linotype had purchased many of the older German type foundries over the course of its history. There was a kind of historical consciousness within the company, and we had a good archive in the basement. My first few years studying and working in Germany were not entirely devoted to historical subject matters, but history was always very close at hand.

How did you choose your PhD subject?

I knew I wanted to do something historical. A lot of research had already been made into the type design of the 1920s through to the 1940s, so I needed to pick a topic where there was a still work to be done. This is why I've spent most of the last eight years looking at the decades before the First World War. Many of the designers active between the 1920s and 1940s began their careers during that earlier period; they started worked around 1900, etc. There seems to be a gap in the research about that time – not when it comes to typography, printing and book design, but definitely with regard to typeface design and type making. I didn't have to begin from scratch, because I already knew about several of the designers who worked before World War I, or I'd heard about type foundries active during that time at school or at Linotype. To summarise, I didn't really select my topic, because I felt a particularly strong connection to the design of the late 19th and early 20th centuries at first, but of course I do like the work.

All of your research is into European history – why?

I also select my research topics because of the resources that are available. I mean, I'm living in Europe, so it makes more sense to research European

history rather than the history of the United States, where I was born. When you do research into graphic design history – and this applies even to the graphic design of the 1980s – you really need to look at original objects. Reproductions change the things you are examining too much. As a brief example, I read Richard Hollis' book *Graphic Design: A Concise History* when I was a student. This has very small pictures. When you see a reproduction of a famous poster in it, you can't sense how big the poster is. Of course books often list a piece's real dimensions, but I'm not able to conceptualise based on just math. I remember a Beggarstaff Brothers' poster. They were illustrators during the 1890s, and they made simple posters with flat colours and abstraction. I had an image of one of their famous posters in my mind, which I'd seen in this book. One day I went to a poster design exhibition, and I finally saw the poster in real life. It must have been about four metres high! [laughs] I had no idea that it was that big. It was as large as a billboard. I think that it's important to experience real objects, and that's why I prefer to research in libraries and archives.

Do you think that your research helps you to design? Or is it perhaps more difficult to carry this baggage of history and tradition around?

It sometimes helps. I wouldn't say that it's a requirement though. Plenty of good new typefaces are developed without much direct historical research. To some extent, all typeface designs are historically informed, because we've had the Roman alphabet in its current form for around 1000 years already, and all of us have read texts in it for most of our lives. We have already assimilated a lot of design history that way – including the history of typography – without even being aware of it. Of course this affects how we draw letterforms. There are some cases where new typefaces are explicitly historical. Just going back to the talk I gave in Wrocław about *Akzidenz-Grotesk* – over the past 120 years it has inspired a number of very popular typefaces. The most famous is probably Helvetica, which is already more than 60 years old. But a lot of contemporary type design plays with *Akzidenz-Grotesk* too. You see a lot of new takes on this typeface being designed. These are published several times a year.

Do you think clients appreciate those kinds of historical references or research?

I don't think there's a particular awareness on the client side for these sorts of things. And that's just fine. The kind of research I do isn't intended for a very broad audience. I'm aware that my audience is mainly other type designers, as well as typographers, book designers, historians of printing – especially German printing – and maybe the occasional person interested in

labour developments within Germany industry. I'm not trying to be all things to all people, and I don't think that everyone benefits from my research.

Do you see a growing interest for late-19th-century design?

Yes. When graphic design came together as a profession, during and after the 1920s, designers really wanted to separate themselves from what had come before. They decried everything that had been around prior to their entering the market. They called it tasteless and kitsch, seeing it as too decorative or primitive. For a long time, this was a general point of view that graphic designers shared. That's changing now, for a number of reasons. First, the late 19th century was really a long time ago. No one alive today experienced it first-hand, so no one really has any strong feelings about it anymore. Secondly, it's been a trend within graphic design for the last ten years at least to do things yourself, perhaps as a reaction against digital tools. More and more people are doing silkscreen, or letterpress printing with wood type fonts. These are old technologies, and I think you do see an interest in the mid- to late 19th century within this DIY movement, i.e. a nostalgia for the time period in which those techniques were cutting edge. That interest leads people to look at typefaces that aren't modernist, such as typefaces from the 1880s. We'll probably see successive waves of revivals, reaching further and further back into the past. Of course this kind of design and these decorative styles will probably not play a dominant role in graphic design over the next few years, but I do think that there will be more references to the 19th century than there have been over the last 100 years.

Could you tell me more about the changes in the roles of typography and typeface design over the last 100, 150 years?

What we call "typography" today is of course an activity that was practiced 300 or 400 years ago too. But the person making the typography was not necessarily called a "typographer" then. Instead, he or she was a printer or a typesetter. When "typographers" arose as a profession about 130 years ago, they were people who specified to a printer how a page should appear. Or, in other words, how it should be designed. But unlike the printer or typesetter 300 years ago, who made those design decisions themselves and carried out the work, the professional typographer didn't actually make or print the final page, at least until the advent of desktop publishing in the 1980s.

How did they work?

If you worked in a print shop in the 1880s, a client might have come to you and said: "I want you to print this poster or book". Maybe the client had some specific wishes about how it should look, but probably not. So

you would decide yourself how it was going to look. A number of things would influence your design decisions, such as the available materials, the selection of typefaces in your print shop, and the amount of time you had to do the work.

So in the past a typographer was more of a multidisciplinary professional.

Yes, but I guess the most important thing that happened over the past 100 years in typography is that the typographer, who initially was only a person who *specified* things – i.e. by creating the design's idea on paper, telling the people in the printing office what they had to do to make this thing – became the person who was also responsible for doing the actual typesetting and page layout. This change occurred relatively recently – I would say about 30 or 40 years ago. That's mostly because of the introduction of digital tools. A typographer in the 1920s or so could not necessarily set good type by him- or herself. He or she could put words together with pieces of type, but not as quickly as trained compositors. There were a lot of middle-men or women between the design and realisation processes, but with computers those people's jobs disappeared. They were displaced by digital technology. Imagine – a giant segment of the industry, whole companies in every city! They used to do these middle steps, even during the 1980s and into the 1990s, and then their livelihoods just disappeared. For many of those people that was a personal tragedy, because they didn't know what to do afterwards. Some of them became designers themselves, and others moved into completely different businesses. I think that, over the last 100 years, the biggest thing is definitely that you no longer have a class of designers around who don't actually make things. Everyone who is in design today is much more actively involved in the making of things than was the case 100 years ago, or even 50 years ago.

What do you think about the future of this matter?

The future is still going to be like this: designers will continue being makers. Software is going to improve continuously though, so more things will be automated. Any aspect of book design, printing and web or app development – as well as whatever the "next big thing" will be – will have all of its repetitive steps automated. Those things won't be done by a person anymore. In many cases, the algorithm is going to be good enough. There will be more work that the designers and algorithms do together. What may happen in the future, too, is that the strict boundaries between design and development will continue to get fuzzier.

And this may lead us to more research about the reading process, readability, the visual aspects of reading, etc.

For sure. There has been a lot of research done on these subjects already. It's very active right now, and it's much more related to contemporary practice than my historical research is. You see several centres where researchers are starting to build the field of readability and legibility research. That's going to expand a lot, because it's necessary for our lives. We're going to be reading more in the future than we do today, and we're going to have to read it more quickly.

There's also a lot of research conducted by typographers, but some of it has problems with its scientific methods, making experiments difficult to verify or repeat. Their methodologies should improve.

That's true, but the reaction shouldn't be to judge designers and coders as being incapable of conducting valuable scientific research. There has been a lot of research done by psychologists, who don't know how to design. In some of those studies, the methodologies are seriously flawed from a design point of view. For example, a designer can tell you that there's an inherent size difference between 14 point Times New Roman and 14 point Arial. I think that non-designers doing this research are visually literate enough to see those differences, and this is part of the reason so few readability research results have been incorporated into the typographic practices of working designers. This will surely improve in the future though.

Please tell me more about your experience as a typeface designer who has cooperated a lot with other typeface designers.

I've worked in various contexts within font development. First, I was at Linotype, which became part of Monotype in 2006. While I was there I worked closely with Jovica Veljović and Gerard Unger. What I did for each of them was different. Jovica designed a new typeface family every year or so, and we published them. When he delivered his files to us we would do some font finishing steps before releasing the fonts. There was actually only a little work to be done there from a design point of view, because the quality of Jovica's work was so high – technically, as well as in terms of his letter design. For his fonts, I wrote some OpenType features, especially for his script fonts. That was about all there was to do! The way that I got to collaborate with Gerard Unger was different. Gerard had worked for the old Hell company, which Linotype purchased in 1989. About ten years ago, he and Monotype came to an agreement: we would publish updated versions of the fonts he had designed for Hell. Gerard had done some of the work updating those fonts himself, but those old typefaces weren't what he wanted to devote his working hours to. He had more important projects to carry

out in his remaining years, while he was still alive. He was happy for us to do the updating work on his old products.

You also worked for Google Fonts, making web fonts.

In 2014, Google was going into the Indian phone market with Android smartphones. In order to convince Indians to buy Android phones, Google felt that there needed to be more content on the Internet in Indian languages; however, there were not very many web fonts available for India's scripts yet. Google decided to make fonts for those scripts publicly available, and they hired a lot of people to do the necessary work. I had enough experience with Devanagari font development to be considered for the project. When it came to designing the fonts, I collaborated with Mathieu Réguer, a type designer from Paris who I studied together with in Reading. This was the closest collaboration that I've ever had with another type designer. It was a great working experience. The problem with the project, especially in retrospect, was that the client wanted a whole library of fonts to just appear overnight. There was no real design guidance. Google wanted fonts, and we gave them fonts. I think that the fonts Mathieu and I made – and the fonts that the other designers involved at the time made too – were all well done. But I doubt that they are the products that web developers and smartphone users in India actually needed, or would have said they wanted, if someone had asked them. Something similar happened with a typeface I made for a website called Fontstore. The typeface I contributed to their library isn't necessarily a font family that many graphic designers will want to use. I was asked to design something; that was flattering, and I designed the kind of typeface that I wanted to design at that moment. It was a job, I got paid and I was happy. But I don't know if anyone has ever used those fonts.

You undertake many different kinds of projects and fulfil very divergent roles. Do you like this diversity in your working life?

I do like it. My career up to this point has been a mixture of things, and I imagine that my work is going to continue to be like that. Many of my projects are long-term. You can work on a typeface for months or a year, and research projects go on for years as well. You don't necessarily focus all of your time every day on one project. Each day can be unique.

Can you tell me more about your next project?

Now I'm looking at all of the sans-serif typefaces sold in Germany during the 19th century; there are a lot of typefaces, but not necessarily as many individual designs as you might expect. You should understand that each type foundry would buy copies of fonts that other foundries had made. The business relationships between those companies have not been investigated very much yet. My hypothesis is that the industry at the time was

characterised by a high degree of networking, and that everyone involved in type founding saw themselves as being part of a common industry. What may be interesting for designers today is the idea that originality doesn't seem to have been the primary concern of the business during that period. They made new products that they would sell, but they also sold products made by other companies. Their clients wouldn't know what came from them specifically and what didn't, and the clients probably didn't care. That's quite different from 20th-century design, which was really about designers and companies being responsible for specific products. And that difference between the centuries is very interesting.

Dan Reynolds

American-born, Berlin-based type designer, Doctor of Philosophy. He completed the MA Typeface Design course at the University of Reading (Great Britain) and now teaches on various programmes at German universities. He worked for the old Linotype company and now works as a type designer at LucasFonts. His doctoral dissertation at the Braunschweig University of Art is about the relationships between late-19th/early-20th-century German type foundries and freelance designers.

Like designing a new dish

an interview with Riccardo Olocco

When I think about type design and typography in Italy, I have the impression that we Poles won't ever be in such a lucky position, anchored in hundreds of years of beautiful tradition. I knew that I would ask about the conditions of learning, working and communicating with clients who – in my opinion – are far more aware of the meaning of typography. When we began our conversation and I saw a studio full of books through the webcam, I still felt it must be a different world. Riccardo quickly challenged my beliefs.

Beata Bartecka: How do you find the situation of typography in Italy?

Riccardo Olocco: In the 15th and 16th centuries Italy was very famous for printed books, and Italians were considered pioneers of typography. Another important period of fine typographic work was the late 18th and early 19th century, but this was mainly due to Bodoni. Apart from these two very specific time periods there has never been any typographic culture in Italy. The 20th century was no exception, though today we can see improvements compared to 20 years ago, when I started working in graphics. This change has mostly been caused by the inception of typography and graphic design courses at Italian universities. Before 1995 there were no graphic design departments in Italy; however, if a young person wanted to study the subject after secondary school, she/he could take either a degree course in architecture or go to a school for graphic design such as the ISIA in Urbino. Thankfully, since then many graphic design departments have been opened, and students have realised the importance of typography as the skeleton – the underlying structure – of any graphic project. However, in some universities there has been a focus on type design rather than typography, because designing typefaces was used as a tool of basic design, to teach the basics to students who had just started university. In recent years there have been complaints about this: it has been noticed that we have a generation of graphic designers who know how to design a typeface better than how to set a text.

Can you tell more about the reasons for this situation?

In Italy we are still suffering a kind of prejudice that comes from the 1950s or even earlier. At the time, very good graphic designers were working in Italy and they made a big contribution to the history of graphic design. What is known as the “Swiss Style” was mostly developed in Milan by Italian and Swiss designers. We can see their works in the most important museums around the world. Yet they were only graphic designers and they didn’t care at all about typography; setting texts was not part of their interests. They worked in advertising and branding rather than publishing. Their work with letters was usually limited to titles, headlines and logos; they weren’t interested in setting books; the layout of pages of text was out of their comfort zone, because in Italy almost all book typography was in the hands of printers. For this reason, we can say that in Italy there was a different situation compared to Great Britain and Germany. Italian graphic designers didn’t want anything to do with the layout of texts or even typography. They were busy with graphic design, and all the typographic work was left to printers. Printers were professionals, but they were not considered to be as creative

as graphic designers – they were considered inferior, and so typography was considered less important as a discipline than graphic design.

There was a fracture between graphic arts and typography.

Yes, and this fracture has never been repaired. If you look at any Italian printed matter from the 1960s or 70s, you’ll find very interesting illustrations, logos and graphics, and at the same time very poor typography. There are only a few exceptions. Today the situation is slowly changing because of the impact of universities, but we are still very far from Germany, the Netherlands, Great Britain or the US, because we do not have this background, this tradition. Even though we have a young generation of designers who know how to handle typography, we lack clients who have been educated in typography. The typography of the publishing industry is still poor (there are exceptions, of course) and there is no attention to typography in the public sector. We need a lot of time – we need decades before we’ll see a change in the general attitude towards typography in Italy.

How do you cooperate with clients? How do you present your projects and persuade them with your ideas?

I’m not the best person to ask about this matter, because I deal with clients less often than some of my partners in CAST; however, I think the right approach with clients is to act as problem-solvers. You must understand the clients’ needs and the ideas they have in mind as deeply as possible. You must try to solve their problem, although often they don’t know exactly what that is. I think this is the right approach. In discussions with clients I tend to refer to historical examples and to the conceptual background of the type I’m designing. This is the field where I feel more confident. However, interacting with clients on typeface design can be a problem, because it is a very peculiar and obscure topic, even though everyone uses letters. Everyone knows the shapes of letters, and therefore you can meet people who try to force a certain design because they have a certain shape in mind. Sometimes it happens that a client requests a change to the shape of a certain letter, without understanding that the alphabet is a system, a group of consistent signs... and if you change one letterform, you’ll probably have to change many others too.

Compared to graphic designers, many typographers and typeface designers do much more historical research. Why is that?

I think this is normal. There are many reasons why typeface design as a discipline is strongly related to the past. First of all, as readers we read the letterforms we read most often best – and this means that typeface design is a conservative craft. Indeed, all the typefaces we use today are related to the past. Abrupt changes in tradition, for instance Crouwel’s famous New

Alphabet (1967), turned out to be failures. Despite the changes in technology, despite the experimentation of the past century – like Art Nouveau and modernist letterforms – today we almost only see adaptations of old, classical letterforms. If you look at the bestselling types of today, you realise that they are all revivals of old type. The youngest ones (Helvetica, for instance) are more than 50 years old. As for continuous texts – typefaces employed in books, magazines and newspapers – we are still using the same shapes, the same kind of letterforms that people used 400 or 500 years ago. For this reason, compared to other branches of the graphic arts, a conservative approach and an awareness of the importance of history are very important in the design of types. They cannot be ignored.

There were periods in history when the conservative aspect of lettering was completely put aside, and strange new things happened.

Yes, there were. Besides the highly experimental moments mentioned earlier (Art Nouveau and modernism), there was a lot of experimentation in the late 1980s and 1990s, and a lot of it found its way into the famous magazine *Emigre*. This was related to changes in technology, to the introduction of personal computers. Type design was one of the very early branches of design that was transferred to digital. Gerard Unger started designing digital typefaces in 1975 (with his *Demos* type for the firm of Dr.-Ing Rudolf Hell), pretty early on. Designers in the 1990s (Unger's young colleagues; he considered himself a "modern classicist") experimented very deeply with letterforms and typography in general – with the layout of texts. They did crazy, beautiful things. But what is left of that today? All the work done back then has disappeared – there are as few as the types designed during the Art Nouveau and modernist periods. Such works have left no traces, except for some images to be looked at in modern-art museums. Today it is almost impossible to see the *Emigre* typefaces in use; nobody is using them anymore. As I said earlier, it seems to me that typeface design is a conservative practice, and whatever you do that is extremely new will only last for a short time. People read the letterforms they are familiar with and that they were trained to read since they were kids. Changes in habits can only happen slowly. Extremely slowly.

Are there any reasons, other than those you mentioned just now, as to why you're so interested in the history of typography and research work?

This is also a personal matter. I've always been interested in history. As a kid I was all about reading history and I still enjoy reading it. History of any kind, not only the Renaissance – the field I have specialised in. Last night I spent some hours reading about the history of some remote islands in the Pacific

Ocean. I think that there is still a lot to discover about the history of types and typography despite the many thousands of books, articles and essays that have already been published.

Is your research more important for your curious mind, or does it also have a big impact on your design?

My research has, of course, a substantial influence on my work. I use history as an inspiration, but maybe this word, 'inspiration', is inaccurate. Some years ago, I had dinner in a restaurant not far from where I live. It's a renowned place, a bit posh, with a great chef. Between one course and another I chatted with the chef and he asked me what my job was. I told him I was a typeface designer, and usually people outside the field of design don't understand that. He went to the kitchen because duty was calling, and ten minutes later he came back, saying that he had thought about my job. "I understand what it's about," he said, "and it's not too different from mine. In your work, it's as though you had a huge cabinet full of drawers in front of you, each one containing a different element or recipe, coming from different times and places. When you design a new typeface – as much as when I design a new dish – we're both picking elements from one drawer and from another and mixing them. Each time we make a new typeface or dish, it's very difficult to repeat the exact same process we followed previously, because the choice is huge and the mix makes it virtually endless."

That's a nice story with a good metaphor.

So, for me, history is very important. It's a boundless territory of exploration. But this doesn't mean that I design revivals. If by revivals we mean a typeface that tries faithfully to reproduce letterforms that someone has already done in the past, that's not what I'm interested in. I start from some details of historical types, often mixing different time periods, and then I go on my own, developing a design that is new.

Do clients appreciate your historical research for their projects?

I've had different experiences with different people. I've met clients who understood the value of historical research, but I've found others who neither understood nor appreciated much. However, though in general we need time to raise awareness about typography and typeface design, it's a present-day topic. With today's computers and devices, types and typography are everywhere in everyone's life.

You made some projects with non-Latin typefaces. What's so interesting in this field of design? Why are you involved in multi-script projects?

There are several reasons. I've always been fascinated by the variety of the world's writing systems. I also like travelling and I'm curious about other countries and other cultures. I love India and Asia in general, and in that

part of the world you find many scripts other than Latin. Then there's also a reason related to design: typeface design is all about shapes; you don't play with colours, patterns and images – you play with basic shapes in black and white. When you work with other scripts, you encounter many incredible new shapes, primary shapes that you couldn't imagine, and the strangest combinations you could hardly dream of. It's like opening new doors to look at new panoramas.

It's a hard job to do if you don't know the language.

You can make a disaster when designing a non-Latin typeface if you don't treat the script with respect or if you start designing it without proper knowledge of the script. Of course the best scenario is that you know the language and the script; however, you can design a typeface in a script where you don't know the language provided you know how to write such a script. You need to know how people hold a pen, how they write, and the sequence of strokes they follow for each letter. The first time I designed a Bengali typeface I went to meet a Bengali calligrapher and I studied schoolbooks for kids. And of course I asked native Bengali designers to review my work. Whenever I design a Bengali typeface I seek advice from native designers or experts in Indian scripts (like Fiona Ross, my former teacher at Reading). I wouldn't publish a Bengali typeface without this help.

Throughout this interview, I've had the strong feeling that you have an educational mission. You want to spread knowledge about typography, typeface design and history.

Yes. I like teaching, although I'm not doing much teaching right now. It's good to relate to young people; it keeps you focused. And, as you said, I like passing on my knowledge and my passion to others. For this reason, besides type design, our foundry CAST promotes and publishes research and discussions about type and typography. We publish printed specimens that are actually small treatises on the history of type (*Cast.it*, published with Lazy Dog Press), and in January 2017 we launched articles.c-a-s-t.com, where we collect small essays about the history, the technical side and the cultural aspects of the field we work in.

Riccardo Olocco

Italian type designer and co-founder of the digital type foundry CAST (Cooperativa Anonima Servizi Tipografici). He completed his MA in Typeface Design at the University of Reading (Great Britain), faculty of Typography and Graphic Design. He is currently undertaking his PhD on 15th-century Venetian roman types at the University of Reading, combining bibliographical research with the analysis of letterforms. He lectures and publishes articles on these issues in Italy and abroad.

Not only for geeks

an interview with Jan Middendorp

Even though Jan is a designer, I've always been more interested in his activity in the areas of the history and critique of typography and type design. I asked questions similar to those that have occurred in conversations with other designers and researchers, in order to try and map the way we can discuss and popularise typography. I also returned to my usual fetishes – questions about childhood and first conscious encounters with the idea of letter design.

Beata Bartecka: Do you remember the moment when you discovered and realised the existence of typography?

Jan Middendorp: I remember a very particular moment; I was about 11. I had discovered a series of witty boys' adventure books. Originally published in the 1950s as sturdy hardcover books, they were now (late 1960s) republished as paperbacks with shiny illustrated covers. I started with volume 1, just published, and had enough pocket money to buy the new volumes as they came out. I immensely enjoyed volume 2 as well, but something shocked me the moment I opened the newly purchased 3rd volume. The text looked different and a bit weird! Was it still the same series? I realised they had changed the typeface. With volume 4 they went back to the original font – a typical text face used in Dutch publishing, some Monotype Old Style – and I remember I was very pleased. They had set volume 3 in a more unusual face – I realised later that it was a kind of semibold Bodoni. So, with hindsight, that was an early moment that confirmed a certain typographic sensibility. I began drawing logos and hand-lettered record covers in my mid-teens, but didn't realise until much later that graphic design was a craft you could study. At 18, I didn't feel talented enough to enrol in The Hague's art academy – the famous KABK; besides, I felt my main interests were language and literature, so that's what I went to study at university. I later realised that Italian and Theory of Literature were rather useful preparations for my unexpected career in editorial design.

When did you become aware that here are letters that someone ordered, designed, published and distributed?

That happened in steps. In my teens I started buying dry transfer sheets for headlines from Mecanorma, Letraset, etc. for my amateur layouts. That was the way you learned which typeface was which, and how to space them correctly, one by one. I also became interested in the history of letterforms. Around my 20th year I bought my first books on *Dutch type design*, sold cheaply by a Dutch remaindered bookshop. They quietly celebrated the early-to-mid-20th-century Dutch masters of modern-traditional typography: Sem Hartz and Jean-François van Royen, who would both end up in my Dutch Type book. It was a bit of an unusual starting point, but it was also an introduction to the typographic world and to type design from within, so to speak. At the same time, I loved the colourful and psychedelic hippie lettering I saw in magazines, and even in Dutch branding. Those were the kinds of shapes that appeared in my hand-drawn designs. I'd started designing magazines as a teenager – including the school newspaper, which was printed "in-house" on their little office offset machine. As a language and literature student, I designed posters and magazines for theatre groups

and left-wing associations I was involved in. As for my awareness of type as a product that was published and distributed: the time when I gradually got to know about typography – the early 1970s to mid-1980s – was pre-digital. Fonts weren't distributed to consumers, except those transfer sheets, and you ordered text pages from a typesetter. They were the type foundries' customers. The advent of desktop graphic and type design started happening when I already had some experience in buying typeset text, setting headlines, and using a reproduction camera to blow text up to the right size. The first digital fonts I bought legally were quite expensive: the equivalent of about 500 euros/dollars for a PostScript family of four – maximum 256 glyphs, so you had to buy separate fonts to use small caps, medieval figures, or diacritics for Slavic languages.

What was your style back then?

I've always been eclectic. See above: I admired modern-classic typography, but also subversive hippie design, and the 1960s-1970s tributes to Art Nouveau/Secession and Art Deco lettering. So I did a bit of everything. Plus, I saw myself as an ambitious amateur, which made me anxious to do things "right". My main goal was to use my limited talents to make something that sort of worked and looked kind of cool. Sometimes simple, sometimes adorned with clumsy ornaments.

Later, you became a professional theatre, media and design critic.

Yes. I concentrated more on writing, working mainly as a cultural journalist. After I moved to Ghent in Belgium – for love – and was looking for a new line of work, I got in touch with FontShop, also based in Ghent. I got more fascinated by type and typography when introduced to that friendly bunch of type designers, and realised that this might be an interesting niche. I also hoped that my taste for storytelling and informal, not-so-academic writing – but based on thorough research and interviews – might be an approach that the new typographic generation would enjoy. The fact that I was granted access to thousands of typefaces, to make promotional samples, was, of course, a fantastic and very helpful privilege, and a shortcut to getting a thorough understanding of how to make typefaces do a good job.

How then to talk about typography? How to show it and make it understandable for the public, not only for specialists?

The answer to that question lies partly in what I said above. Writings about type, especially, may get a bit boring for non-geeks when writers limit themselves to the monomaniacal technical and functional focus of most type designers. I admire that geekiness – which is often described using words like "craft", "savvy" and "passion" – but I think a fascinated user may enjoy peeking into different dimensions of a type designer's world: from

influences and historical awareness to personal motives and special talents beyond making fonts. As I said: storytelling. My book about graphic design in The Hague, whose Dutch title can be paraphrased as “Hey, there goes one of mine!” (2002) is probably the best example of me turning the development of a discipline into a series of personal stories. I called it a *Chronicle of graphic design in The Hague, 1945–2000*. But in my writing I also try to offer some theoretical, aesthetic and social analysis in readable, straightforward language.

How do you rate the state of research and discussion on typography over time, starting from the moment you took care of it, up to the present day? What changed? Do you see more interest in typography?

We could write a whole book about this. In the early years of desktop type design, from the mid-1980s onwards, the most interesting young type designers were experimenting with new shapes, developing original and innovative solutions to how to use digital tools. I’m thinking of designers such as Zuzana Licko (at Emigre), Neville Brody, or the Dutch designers on the FontFont label – like Just van Rossum & Erik van Blokland (LettError), and Evert Bloemsma. Many other designers developed personal views on how to take historical text typefaces and develop them into usable, readable digital fonts. Gradually, the lively and very personal approach gave way to a more business-like practice, with large families and multilingual type design as major tendencies. This type of work was also an important focus for the main full-time type-design courses, like those in Reading and The Hague; and a library like FontFont, which once looked like a creative lab, became more practical and purpose-focused. The way font distribution became organised in the 2000s – with FontFont probably the easiest platform to enter without much experience – led to a lot of people selling fonts – some good, many mediocre – that jumped on the bandwagon of certain trends that became “fonts for the masses”, like informal script faces and geometric sans serifs.

What kind of phenomena and trends you see as glimpses of the future of typography?

As a reaction to the all-too-business-like atmosphere in the first decade of this century, young designers who recently studied at one of the many universities and art schools that are now offering specialised courses in type design decided to concentrate on expressive, innovative, striking and even subversive letterforms. Many designs by specialising students are now very personal again, like 20+ years ago, rather than just usable, elegant and very well-made. There is also growing interest in skills that, for decades, have been regarded by most professionals as totally obsolete – I’m talking

about hand-lettering and calligraphy, as well as letterpress printing with metal and wood type. We live in a special era in typography when it comes to knowing and adapting the stylistic influences of the past – a kind of postmodernism. The last 20 years or so, most people involved in typeface design, production and use share a knowledge of almost all the stylistic phases of its development. They have decided, or learned, to abandon the dogmatic and stern attitudes of previous modernist generations, whose dogma was that minimalist equals functional, and “less is more”. To get a good idea of the personal and playful experiments by recently graduated type designers, a web platform like Future Fonts, which allows type designers to offer fonts that are still being developed, is a brilliant tool.

I noticed that many typographers and typeface designers take on the role not only of designers, but also researchers of the history of typography. Why do you think that happens? I have the impression that it is not as widespread among graphic designers, for example.

I could give several different answers to that question. Let’s say the number of active, relevant type designers writing extensively on typographic history is limited, and always was. The greatest type design writers who were also major designers themselves are from the past: people like Tschichold, Frutiger and Unger. But as type design is always a question of “standing on the shoulders of giants” and of bending conventions without landing in illegibility, lots of type designers feel it’s necessary to research what happened before – just like illustrators, writers and jazz musicians. Many type designers thoroughly examine certain niches in the craft’s history. But doing the kind of broad research that professional writers do is such a time-consuming thing, as is type design itself, that you’d have to have two heads, or no sleep at all, to do both equally well.

What areas are you working on now?

I wish I could work less, and just talk to people, and travel to visit studios. But as a permanent independent freelancer I never built up a huge surplus or a comfortable retirement pension – and so I work on various smaller projects. I am still working on the distribution of the *Dutch Type* reprint I produced last year – a bigger administrative headache than I ever expected. I will be giving affordable workshops based on my extensive private archive. I also expect to write and produce one or two magazine-like books on the past 15 years of Dutch type design and lettering – a much-needed update to *Dutch Type*, which stops at the end of 2003. After that... my head is still full of ideas. There are a lot of political, economic and environmental issues in that head too, but to contribute meaningfully to those essential aspects of our culture, I would need another life.

Jan Middendorp

Dutch graphic designer, journalist and curator. He was formerly an arts critic, covering theatre, dance, video and media art, and later specialised in graphic design and typography. He has written many acclaimed books and articles for design magazines, such as *Eye*, *Typo*, *Items* and others. He has worked as an editor and consultant for various typographic companies, including FontShop, LucasFonts and Linotype. For nine years he was a writer and consultant for MyFonts. Jan has also co-curated exhibitions worldwide.

I trust the users

an interview with Maciej Majchrzak

We're in the letterpress workshop at the Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design in Wrocław, surrounded by metal fonts and machines recovered from old typesetters and printers. While preparing for this conversation, it was difficult to find information about Maciej, who almost doesn't care about his online presence. That makes things difficult – it's harder to find a “hook”, a reference to his opinions. On the other hand, I have the impression that we can talk about anything and will see where it takes us.

Beata Bartecka: You're a lecturer at the Graphic Design Chair, part of the Department of Graphics and Media Art at the Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design in Wrocław – but you were studying at the University of the Arts Poznań, which is rooted more strongly in typography. How do you teach students who didn't necessarily come to university in order to deal with typography and type design?

Maciej Majchrzak: Referring to the Poznań university, as well as to the ethos of the entire Greater Poland region, I treat it as grassroots work. I have second-year students who have to be taught everything, but at the same time they still have a lot of work. They aren't focused on particular areas of graphic design; they can't even tell one from another. I focus on teaching specific, well-defined things. From this year onwards, in the first semester we're working on a typeface in the font editor, and the second semester is dedicated to layout work and working with text. I've opened a small library where I collect mostly Polish-language books on typography and type design. I have to admit that it's difficult to convince students to read them.

Are you teaching them about the design approach, which is so different from the artistic approach?

I rather sneak various themes in. It seems too early for them to understand this.

What attracts people who return to typography and type design?

Tinkering with letters is relaxing for many people, but it's difficult to tell what ultimately attracts them. I can speak for myself: I was attracted by a certain set of pre-existing rules. I didn't seek originality, but was searching for creativity within certain limits and rules of clarity. The culture behind typography, over 500 years of history, is very absorbing and fascinating.

Can you remember the moment when you began to consider typography as a separate field of design?

In the first year of my studies. In October, I went to an open-air workshop on letter design in Lanckorona, near Kraków. I totally fell in love – it was difficult not to be enchanted by the subject, because among the guests were Robert Oleś, David Březina and even a representative from Arctic Paper. After the workshop I was certain that this was what I wanted to do.

What was your typographic education like?

In Poznań the development path leads from simpler to more complex typefaces. For the first three years I was working on display typefaces; later – on body faces. That interested me the most. I was fascinated with clarity, the optimisation of type and striving towards the best quality – now I'm

aware that this should be understood on many levels. I was also participating in many conferences and workshops in Poland and abroad.

When you compare the situation in Poland with the situation abroad, how would you estimate our awareness of the subject?

The awareness of typography, or even the demand for it, is not amazing yet. In the West, there are many events – every larger city has its own typographic conference, especially in Germany. Still, there are quite a lot of things happening here too, even though many events have a more graphic design-oriented profile. A few years ago I noticed a bigger interest in the subject, but now it has decreased.

Maybe it's normal stabilisation, also in terms of the market.

That's probably the case, but we still don't have many typographers, and neither do we have a specialist typographic school. Certainly the quality of an average book, especially in terms of editing, has improved a lot within the last 20 years. Still, type design remains a niche subject. We have several designers for whom it's their only profession, but the majority have to merge it with more broadly understood graphic design.

Can you recall your first commission for a typeface?

In my last year at university, I got in touch with the Politański Brand Design (PBD) studio. I didn't begin working for them at the time, but a bit later, when I was already a lecturer at the Wrocław Academy of Fine Arts, they got in touch with me with a request to design a typeface for a client. The studio convinced the company that their new identity should be based on typography. The work took a long time – almost two years – but during that period I had many moments when designing and making decisions were suspended, and the project was left unchanged for many weeks. I would be able to create a similar project in three-to-four months without imposed breaks.

How did you discuss the typeface with the client?

I didn't have to do much – it was mostly the job of the agency people. My field was the technical part. In the case of dedicated typefaces, uniqueness is always the most important quality, emphasised in conversation. There aren't many arguments that will convince someone to order a dedicated type if there are so many ready ones available at a low price, or even for free. In such conversations it's also worth stressing that a dedicated typeface can be adjusted to particular demands, for example language demands. It also happened with another assignment from the same studio, where an identity was commissioned by a chain of private schools. Designers prepared an identity that used many pictograms, which

I implemented into the font. The typeface itself allowed for writing their logotype from the keyboard level.

How do you feel when you see your type implemented in public space?

I don't feel embarrassed [laughs], so I guess it's not that bad. Of course now I would have changed something about those typefaces, but these would probably be small corrections, without changes to the concept.

You're currently working on a dedicated typeface for the Academy of Fine Arts in Wrocław, which was used in this book. What does your work with this client look like?

Similar to that with my first client – moments of pausing happened here too. The academy has a richer history than other clients, and I could research themes related to identity design, but it didn't help me much with my design. The process of searching for a form was long, and we went through many crazy ideas, but eventually we decided to introduce a type that is a “workhorse typeface” – good for everything. I would like it to be used both for documents as well for the website.

What would you like to achieve with it? What kind of mood, what emotion?

I'd like it to be somewhat neutral, even though I know that's an illusion in the case of typography. Every type carries something in itself. The form shouldn't be too sophisticated – it should be simple and quite transparent. I'd like the type to be quite humanistic – an academy brings obvious associations with humanism, so I've added elements that bring out positive emotions. I also cared about introducing an element of calligraphy, of writing with ink and with living letter forms. I didn't want it to have a laboratory look. It probably results from what I like personally; I sneak in my own preferences, although I like sharp geometric forms too. It all depends.

Do you have any areas that you'd like to develop in the context of your work?

Certainly I'd like to focus more on calligraphy and lettering. I don't want to do everything on the computer all the time, even if I don't work on type every day – I have a lot of obligations at the university too. For my diploma I've begun a dedicated typeface for setting dictionaries. I'd like to come back to it, but at the same time a new idea for a project has emerged. I'm also interested in a field called wayfinding. Without getting too deep into definitions, it's about designing systems of directing, of facilitating orientation in space. I'm attracted to such tough subjects. I'm aware that these subjects are difficult, also in terms of discussions with

decision-makers, with architects. For sure, in this context, type design is lighter psychologically.

Would you like the Geppert typeface to be introduced into the university space?

It would be great, but it would also result in designing slightly modified versions. I like very expanded writing systems – the coherence between forms, their complexity. It's a big intellectual challenge to plan it all well so that it works.

And what about OpenType variable fonts? I'd like to know what you think about the possibilities offered by this technology.

I watch various experiments with variable fonts, which open a vast field of diversity of forms stemming from one skeleton. When we begin with a simple shape, we can make something collapse or extend into different elements. Some time ago the Underware studio published a project on their Instagram in which they developed a looped inscription from one point, on the basis of interpolation. I also know their Liza typeface, created before variable fonts. Allegedly, three programmers resigned during work on this project. The typeface makes letters change contextually, according to the length of a word and neighbouring letters. Underware connect aesthetics and engineering in an incredible way, but they're also open and easy-going in cooperation. An interesting thing is that recently, certain design houses began to reveal the names of the engineers who are working together with designers. A font is made not only by the designer but also by the programmer. It makes me think of the history of typography itself. We had punchcutters who adjusted the drawings of letters prepared by a designer to metal fonts. Now, in more complex projects, an engineer or a programmer can influence the shape of writing.

In the case of variable fonts, how wide is the eventual field of choice for the potential user – for example, someone who uses an eBook reader?

Many people will use default settings anyway, but if someone wants to tinker with slides and modify the size, width, contrast or type of font, then why not? Would such options trouble potential users? As a typographer, I'd like to offer vast possibilities.

You have trust in us – the users.

[laughs] See, the user eventually reads on their own and knows if they're able to read more or not. I'd like the awareness of legibility to be better, so that decisions about changing parameters could be more rational.

Maciej Majchrzak

Designer, typographer and lecturer. Graduate of the Letter Design Workshop at the University of the Arts Poznań, as well as cultural studies at Adam Mickiewicz University. He values clear communication. Type design and typography are a huge part of his working life. He's a member of the Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design staff and also teaches at the Jagiellonian University in Kraków. He cooperates with the Politański Brand Design studio (PBD).

Building bridges

an interview with Marian Misiak

– Why do we need this interview? – asks Marian Misiak.

I've been following his activities for many years, not necessarily just as someone interested in design and typography, but rather like an observer of themes appearing in the general discussion on visibility in Poland. We've never had the chance to talk officially, and the book seemed to be a perfect opportunity. Still, Marian reacts to my idea of an interview with reluctance.

– I’m not sure. But I wouldn’t like to appear like some megalomaniac who won’t agree to an interview.

We both laugh. I perfectly understand that a refusal may be interpreted in various ways.

– I know now that I want to express myself through my projects, not through books and interviews – adds Marian. – I’m not sure about the interview, because, however it may sound, I don’t have much to say at the moment. I’d like to show the world a lot, but with my projects and related activities.

When we look at Marian’s career path, we can see how much time and energy he has dedicated to raising awareness about typography and letter design.

– I had a great ambition to map histories related to letters locally, on local ground. As a beginner in the area of type design, I had the impression that there was something missing, that I couldn’t refer to things that were happening in the immediate surroundings – he recalls.

He collaborated with Agata Szydtowska, design critic and historian, which resulted in the book *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, which tells a very accessible story of the history of Polish type design. Together with Kalina Zatorska, he created a publication that popularised the impressive oeuvre of Tadeusz Ciatowicz, a designer and architect from post-war Wrocław. We should also add his articles, interviews and discussions, as well as managing the Typoactivism project at the Dizajn BWA Wrocław gallery, in which he researched – with a group of typoactivists – the history of the numbers used in the signage of the trams and buses of the city’s public transport. The participants digitised the numbers, fixing the shortcomings that resulted from the changing technologies of copying, and implemented them, as we can see now on the streets of Wrocław. Marian has repeated for a long time that graphic design and typography should be present on the level of daily experience.

– It needs to be said more often, more promoted in the media, to prompt a general discussion – he emphasises. – I’d like it to be an ordinary daily conversation, not an academic discourse. I’d like us to talk about it in a way that would be accessible to a wider audience.

Many Polish designers would certainly support this statement. At the same time, Marian adds that his time for word-based expression seems to be over.

Designers and typographers make statements through their work, but they’re also a group that has a lot to say, mainly because their work isn’t limited to visual matters. Their role seems close to psychology or the social sciences in terms of looking for good paths, in a broad sense, in daily life. Marian points at an analogy with journalism.

– Both of these professions are supposed to explain the world. A journalist collects information and tries to build something accessible to the general

public from this material. Design is the same, only the language differs. This is my role, to explain the world – he says.

On the other hand, he’s also interested in marginal issues, micro-areas that may illustrate something larger. During our conversation, we develop this topic and come up with a phrase that may sound a bit pompous, but perfectly matches the subject of his interest: mapping the margins of culture. By this, he means exploring microhistories that can carry the potential to explain greater processes or phenomena.

When we talk about it, we’re separated by thousands of kilometres, because Marian is in the Middle East. It’s the result of his long-time fascination with multi-script fonts, especially the Arabic alphabet. It’s also his sense of mission – that typography can build bridges between languages and cultures – yet he’s aware that such a mission is difficult, in Poland and probably elsewhere. A few years ago, Marian tested it with a small experiment. He prepared several dozen posters saying “Wrocław – the city of meetings” in Arabic, and together with his friends, he went to Wrocław to put them up.

Before I say more about the results of this campaign, I’ll explain the story of the phrase. Since 1998, Wrocław city officials have used the phrase as an official promotional slogan. It’s a reference to the words of Pope John Paul II, who said in 1997: “Wrocław is a city on the border of three countries, tightly linked by history. It is a city of meetings, a city that unites. The spiritual traditions of the East and the West somehow meet here.” The last 20 years of history of the city and the whole country have proven that the subject is entirely current, even though we seem to be deviating from the path of meeting and unity. In its history, Poland used to comprise more minorities and cultures than it does nowadays. Through putting up the posters saying “Wrocław – the city of meetings” in Arabic, Marian wanted to test to what extent the phrase works in the way the city means it, and to what extent it remains a distant and mostly unfulfilled aspiration. How far do we want to be open? How much are we interested in it? Are we going forwards in this field, or rather moving back?

– It was one of the most emotional experiences in my career – he says. – Most of these posters didn’t remain in place for more than five minutes. We put some of them up, we walked two steps away and someone had already taken them down.

Even though Marian expected that the campaign would take a hostile turn, he was still surprised by the aggressive tone. One could say that the results of the campaign are an emanation of a fear of letters, and also the fear of what those letters may hide.

– I don’t think that people are so aggressive towards something they don’t know and understand that they want to get rid of it – adds Marian. – It’s rather

the question of how Arabic culture is described in the media, how information about Muslims and the Middle East is delivered.

I look at surveys and statistics. Poles have a negative attitude towards Muslims; they feel a sense of danger – both in a real as well as a symbolic sense.¹ Surveys show the radicalisation of attitudes: more fear, more prejudice, more hostility towards Islam, even though nearly 90% of those surveyed don't know any Muslim people. The media play a crucial role in shaping these attitudes and opinions.² They often present a message identifying all Muslims and Arabs with terrorists and Islamic fundamentalists. A “packet of negative thinking” emerges, which carries the image of a Muslim wave consuming everything in its path. It's the vision of a civilisational clash.³

The confrontation that Marian experienced helped him define his professional mission more precisely. Hence his attempt to find other methods to tell stories and share information, as well as the need to work between cultures.

– Who is supposed to shape these new methods, if not us designers? – wonders Marian.

He is interested in ways of building bridges between our local world and the local world in the Middle East.

– We can't influence the image we see in the media, even if it's not true – he explains. – That's why we need new channels of connection and information, new ways of cooperation between these cultures. As designers, we can create them.

He doesn't just mean confrontational, controversial actions. The posters were an experiment, not a method for resolving a problem. At the moment, Marian doesn't have ready answers. It's a moment for seeking, analysing and researching.

– I believe that one has to act in areas that are related to daily experience and ordinary things. This has the biggest potential of explaining the world, and maybe also problem-solving – he says.

He adds that even though sophisticated, intellectually advanced topics are interesting and necessary, they are simply more boring for a wider audience.

1 From: Anna Stefaniak, *Postrzeganie muzułmanów w Polsce. Raport z badania sondażowego* (Warsaw: Centrum Badań nad Uprzedzeniami, 2015).

2 *Uprzedzenia w Polsce 2017. Oblicza przemocy międzygrupowej*, eds. Anna Stefaniak and Mikołaj Winiewski (Warsaw: Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów, Wydawnictwo Liberi Libri, 2018).

3 From: Łukasz Bertram, Anna Puczejda and Karolina Wigura, *Negatywny obraz muzułmanów w polskiej prasie. Analiza wybranych przykładów z lat 2015–2016* (Warsaw: Raport Obserwatorium Debaty Publicznej Kultury Liberalnej, 2017).

When I pressure Marian and try to find out more about his current projects, he mentions only Arabic numbers.

– They should be called IndoArabic – explains Marian. – They were invented in India, adapted and developed by Arabic mathematicians, and in the late Middle Ages they arrived in Europe.

I feel that this is the perfect subject for him – it links typography, daily matters and intercultural relations. The way he'll present his research on numbers remains unknown. Maybe it will be a book or an exhibition; maybe something that will exist only on social media. The most important thing is that it should influence sensitivity, consciousness or simply awareness, which will develop into something more with time.

– I believe that my enthusiasm may lead to enthusiasm in others – he says.

Marian Misiak

Graphic designer, typographer and activist. Graduate in social studies from the University of Warsaw, and in font design from the Department of Typography & Graphic Communication at the University of Reading (Great Britain). He creates visual identities for institutions in the private and public sectors, and researches visual culture in the Middle East. Founder of the Threedotstye online platform.

We love Cyrillic script

an interview with Victoria Lopukhina and Vitalina Lopukhina

There's something about calligraphy and lettering which makes me think about a precious treasure. There's craft and the beauty of shapes, even if they're used in commercial advertising. That's the nature of the Lopukhina sisters' designs. Even though their professional career isn't very old, I'm interested in their thinking and working methods, especially now that I can catch the designers at an important moment in which they've intensified their search for the border between design and art.

Beata Bartecka: At the Wrocław Type Forum you mentioned that you are increasingly interested in the transition from commercial typography and calligraphy to artistic projects. How does your approach change when you work in the art field?

Victoria Lopukhina and Vitalina Lopukhina: If these are commercial orders for calligraphy, then the approach for commercial orders for typography is different only in the fact that we don't alter calligraphy "piecemeal". We invent and try to bring our idea to its conclusion. This means that the client cannot say "turn this line a bit to the right" or "make this letter a bit bigger". That's not correct, and what's more, the composition and idea of the artist may suffer because of it. If nothing suits the client, and you need to redo it, then we redo the whole composition, not just part of the project.

So it either catches or not.

Yes, this is the main difficulty of working with calligraphy for commerce. And why sometimes it doesn't catch anyone – none of the clients can explain it – although the artist needs to understand what's wrong. In order to understand what's wrong, some serious calligraphic practice and serious theoretical knowledge based on the rules of composition, colour, etc. aren't required. Well, it's not as easy as it seems to work with creative projects, without a customer, because you are your own creator and customer. In this sense, commercial orders are much easier. So enhanced self-discipline is needed while working on creative projects. That's probably why it's good that we work together – we push each other and criticise each other at the right moment.

Are commercial orders also more satisfying? Do you like designing for the actual need of clients and users, or does working in the art field give you fulfilment?

It can be completely different, but working on our own projects, of course, usually satisfies us more than commercial orders. We haven't been working on orders – which we don't like for various reasons – for a long time, so even commercial projects usually resemble "creative" ones. We also noticed that the more often we switch from one sphere of work to another, the better our productivity is and we don't get tired of the monotony. Therefore, teaching students, making logos and preparing for an exhibition at the same time is difficult, but it's still possible!

Do you prefer to see yourselves as designers or more as artists?

Now it's actually difficult for us to balance between calligraphy in design and calligraphy as art. It's difficult, energy-consuming, but it's hard to refuse graphic design. We love it; we love solving problems and communicating with customers. We love to see our lettering on the shelves in the store, on book covers. But of course it's better for the soul to do art projects. It's

exciting; it reminds us of what we did in childhood; such things inspire us much more than work only on commercial projects. Perhaps soon we'll have to decide and identify clearly who we are: graphic designers, calligraphers or artists. I feel that this should happen soon, but now we're at a crossroads.

I notice that you like different media for the calligraphy work; you've already gone beyond the computer and the flat wall of a building – I saw some mosaics. What other media are interesting for your calligraphy experiments?

We were bored with writing only on paper, on canvas, so we tried calligraphy on the walls, on clothes, in mosaics, in ceramics. Now we want to try with animation, in 3D. In general, we may say the obvious thing – it's important to be up to date, but at the same time not to lose yourself. You need to learn to collaborate with other people and look for those who can help you. After all, learning something new brings additional resources, and there's not enough time in the day.

How do you work as a duo? Is there a rigid division in the process, or is it rather fluid, depending on the project?

Yes, we often work as a duo if it's a big project that consists of different components. Often it looks like this: one of us begins correspondence with the customer, and then we all communicate together. At the sketch stage we generate ideas together – each of us draws sketches, and we discuss, analyse and then send everything to the customer. Then we distribute the work proportionally: if it's a package, label, book cover or corporate identity we divide the project into components – one of us draws lettering, one makes illustrations, someone works with colour. With an identity, one of us creates a logo, its variations in different media, and the other one creates patterns, posters, etc. We try to distribute responsibility honestly and fairly. If a project is the creation of one logo, then this is most often created not as a team, but individually.

Can you tell me more about your style and works?

We work in different styles. Of course we focus on mixing the Cyrillic alphabet with modern letterforms such as graffiti. In our works you can see not only the interpretation of strange Cyrillic forms in our design – we also combine Latin and Cyrillic; we focus on interesting compositions; we make experiments with various materials. We're very universal, as we've already said; we're working with covers and logos, as well as on canvas and walls. But we sincerely love Cyrillic, and hope that it's noticeable.

Can you tell me more about your research into the history of Cyrillic? Why is it so interesting for you, and what issues are most fascinating?

As soon as we became interested in calligraphy we began from Cyrillic. The fact is that in the 3rd year of our studies Vasil Yakovich Chebanik came to our

institute to teach – he’s learning Cyrillic deeply and approaches the graphemes of letters reformatively. We were attracted to the Cyrillic alphabet by the fact that it’s full of surprises, it’s alive and it’s developing right now – at this moment. In contrast to long-studied Latin, in Cyrillic you can experiment with forms, based on historical patterns, improving graphemes. We live in a period when we can change our Cyrillic alphabet, make it better, so we focused on what we’re interested in. Many Western font designers envy us to some extent in that we, Cyrillic designers and calligraphers, can take part in the evolution of the Cyrillic alphabet.

You told me that you’re fascinated to study the Ukrainian manuscript book.

Yes, we’re also fascinated to study the letters that were used there. Another favourite era in Ukrainian history is the development of the “Ukrainian style” by 20th-century artists. Covers and graphics by Heorhiy Narbut, Vladimir Krichevsky, Mark Kirnarsky, Robert Lisovsky, Jacques Hnizdovsky and Volodymyr Yurchyshyn. This is part of the history of graphic design that every Ukrainian student must study at every university – there is a lot of inspirational material.

Viktoriya Grabowska told me that you have some knowledge about the attempt to change the Polish language to the Cyrillic alphabet. Can you tell me more?

We’re talking about the typical Cyrillic handwriting of the 18th century – cursive [Ukrainian – *skoropys*] – that is often used in letters in Polish. Here we cited as an example the fact that many Germans, Cossack serfs, were excellent diplomats and wrote letters in different languages; therefore, the adaptation of Latin to Cyrillic handwriting is an interesting phenomenon – the graphemes of Latin letters acquire such “freedom” and even imperfection in rhythm, which means it isn’t similar to any European style.

Do you have scripts other than Latin and Cyrillic that you would like to work with?

Yes, it would be interesting to be taught by the masters of Japanese calligraphy, to plunge into that culture and tradition, but for now we need to master those two scripts to a good level!

Victoria Lopukhina and Vitalina Lopukhina

Ukrainian calligraphers, graphic designers and teachers. They work with letters, popularising the Cyrillic alphabet and traditional handwriting in today’s world. Separately and together they have painted more than 20 walls, some of which can be found in Kiev and the Netherlands. Vitalina also teaches calligraphy at Kiev’s Boichuk Art School. They participate in various international calligraphic conferences and exhibitions, and have conducted more than 80 lectures, courses and workshops.

Balancing on the borderline

an interview with Péter Bence Simon

Péter’s presentation at Wrocław Type Forum 2018 could have made you dizzy: his animations of the letter “A” looped into op-art, Rorschach-like images, which opened us to the contents of our heads rather than telling their own story. I was surprised by the total nature of his methods and projects, which was so close to the field of art. It seemed to me that finding out more about Péter’s way of thinking could be a starting point for a reflection on typography and letter design becoming art. I was also interested in his development from a designer to an artist.

Beata Bartecka: Tell me about your path in graphic design and typography.

Péter Bence Simon: I graduated with a poster series, *The Miraculous Mandarin* by Béla Bartók, at the Graphic Design Faculty of the Hungarian University of Fine Arts, Budapest. At the diploma exhibition, Attila Auth, one of my teachers, kindly admired the additional typographic part of the posters. He said these are the best typographic experiments he'd seen that mixed Latin and Chinese letters. I can interpret this as my first success in the field of typography. After university I started teaching and continued my independent graphic design career. I made many kinds of works for a diverse range of clients (from my friend's bicycle brand to a big insurance company).

And then, in 2012, you received one of the most prestigious professional prizes in Hungary, the Golden Drawing Pin.

Yes. This is how my work was described: "His artistic attitude reflects clean and loveable visual-communication elements, with the balanced use of both type-related and graphical parts". When I saw those appreciative words and looked back at my works, I realised that I always approached my visual tasks from the perspective of a typographer.

And in the same year you applied to the Doctoral School at the University of Pécs.

I was sure that I'd like to explore the field of experimental typography – the border territory between image and text. This school only does fine arts training. As a designer among many artists, I felt a little bit like an outsider, but I considered this situation as a challenge. My goal was to take a programme that could deliver results that artists and designers valued in the same way. I was searching for an autonomous visual language in the field of typography, and it resulted in something completely new for me. Maybe we could call it experimental typography; I'd rather name it crossing and stretching boundaries. I'm analysing the interaction between literature, science and imagery; I think of typography as an area where those disciplines meet. Researching this territory changed my attitude towards graphic design. Meanwhile, many posters and artworks were born, and I summarised my concepts in two 96-page art books: *TYPE_BREAK* and *LETTER RIPPLES*. Thanks to these I won the Grand Prize of the Hungarian National Graphic Design Biennial with my experimental typographic posters, and I was asked to hold a lecture presentation at the 26th International Biennial of Graphic Design Brno during the OFF Program.

Why is the letter so fascinating for you?

A letter is more than just a sign. For me, even the simplest letter is more than the sum of its lines. No matter how strongly distorted it is, or how hard it's altered, it remains recognisable for a long time. It's subconscious. If I had used any other sign instead of a letter, maybe it would have produced similar visual results, but not the same impact on the viewer. It would be "only" a picture. The boundary between picture and letter is what interests me the most! I'm building on the reading ability of the viewer, which also works when they are "scanning" a picture with their sensory organs, their brain. When can a letter be recognisable, and from when does it become a mere picture? My goal is to raise these questions in the viewer.

You're also interested in drawing attention to the medial situation we are all facing now.

We live in the time of "info-need", as Marshall McLuhan wrote, and of "new media", in the words of Manuel Castells. New technologies and networks rule our lives, where picture plays a more dominant role than text. W. J. T. Mitchell called it the "pictorial turn". I'm not aiming to justify this theory; my works are only reflections of the situation.

I'm looking at your art book *TYPE_BREAK* – analysis of letter fragmentation. Why is the letter "A" the only hero of the book?

The letter "A" is my basic component, because it is the most elemental linguistic unit.

Can you tell me how you have worked with the letter "A"?

I'm constructing my own variable system, based on the deformation and rebuilding of letterforms, something like letter recoding. In my analysis I'm methodically progressing forwards, with my system-building intentions, making predetermined programmatic steps built on one another. I'm documenting every step, I visually evaluate the results, and that's how my *TYPE_BREAK* letterform fragments come to life. These experiments led to never-seen letters, new signs and new texts that don't follow semantic or syntactic relations.

And you could also apply it to any letter.

Yes, from the time the visual system was assembled, it could be applied to any letter (A, B, C...). If I had enough patience, I could even create a font from it. But my basic concept was to examine the boundary between the letter and the image. With a functional font I would just cross that border, but I don't want that; I'd rather just balance on the borderline and leave it as an experiment.

So you've reached the point where you're even approaching your commissioned works as typographic experiments.

And it works well. Leaving your routine solutions and mainstream inspirations will more likely produce extraordinary results. It takes more time, but if you follow your own path, it's like going down a hill.

What are your frontiers when you think about experiments in typography?

The focus of my research is to analyse the discipline of legibility. I'm not aiming to produce a font that is hard to read; my purpose is not the fulfilment of readability in extreme situations, but the question of readability itself. Therefore, this is the aspect that I have no intention of limiting in my experiments. In addition, my letter distortion process is actually about building one visual algorithm, one mechanism that is a strict limitation for my activity. In this context I pre-plan many visual conditions, all inside a regular geometric system. I always progress in small steps; I analyse my results step by step. All these steps eventually come together in a looped sequence. That's how I build my concept. These experiments, even though they sometimes produce scattered images, are not spontaneous actions. Every step is conscious, with the complete elimination of chance. Although, when I start a "program", the result depends on the previous steps, so I can't say that the end result is planned in advance. I never see exactly where I'll reach in the middle or at the end. Close restrictions with the relationship of randomness lead to these almost abstract and surprisingly composed forms of letters.

Can you tell me a little bit about your next project?

Many interesting typographic visuals have been born, and I'm pleased with the results. I arrived at a resting point where I took stock of what had been done. I concluded that I only focused on the formal solutions and compositions so far and have completely ignored the materiality. I could even exploit the borderline between the two disciplines – picture and text – more clearly if I add spatiality as an additional element to the experiment. So I'm planning to move off the paper's surface, but not let my experimental attitude go. Based on my ideas, I'll mix together computerised milling and digital printing, while connecting glitched surfaces with my typographic experiments.

Can I, therefore, predict that your typographic experiments will more likely be seen in visual art galleries than design and typographic events?

My experimental typographic works, which I summarised in my art books, will certainly not be used for client work – in this sense they are

autonomous creations. I had already presented them in an exhibition at the Hungarian Polish Institute's highly recognised, fine-art-related gallery called Platán. It's located on the most prestigious street in Budapest, Andrásy Avenue. It was a contest for organising an exhibition, and my project won ahead of 40 other artists. Actually, these could justify your prediction. These experiments not only exist on the border between image and type, but also between design and art. It's hard to categorise these works. My intention was to shape the situation this way; my goal was to find the border of many disciplines, and to balance on that borderline. I was looking for something other than what I'd become used to. That's why my "letter-graphics" represent some kind of visual freshness or sense of newness. However, my typographic experiments build on many unique graphical solutions, such as methods of fragmenting letterforms. These are things that I'd already used successfully in many of my commissioned poster works from last year, which were shortlisted in the Cultural Poster category of the 2018 Golden Drawing Pin prize, thus exhibited at the Hungarian Graphifest event.

What are your plans for the future?

My future plans remain unchanged: balancing on this fine line and cross-fading disciplines like art and design, picture and type.

Péter Bence Simon

Hungarian independent graphic artist, designer; teaching at the Moholy-Nagy University of Art and Design in Budapest, Hungary. His artistic attitude reflects clean and loveable visual-communication elements, with the balanced use of both type-related and graphical parts. His doctoral research lead him to the border-territory of literature, visual art and design. He is experimenting with interaction between picture and type to release verbal elements from their syntactic and semantic relations

I'm still fascinated by the less obvious, the things that hide behind daily life

an interview with Agata Szydłowska

One cannot discuss typography and type design in post-2000 Poland without reference to Agata's books and activities. It's important that, thanks to her, the international promotion of Polish design has taken the form of interesting stories, not just tedious presentations. In the current stage of her life, typography, type design and even graphic design in general are becoming less important. This is why our conversation, in which I sensed reaching certain limits, was so important to me. I'm interested in grasping her personal world of experience, linked also to various forms of design.

Beata Bartecka: Can you remember the moment at which you learned to write?

Agata Szydłowska: My memory is mediated. I know from my mum that when I was three, I learned to write from television, from a programme hosted by Ewa Chotomska, known as Ciotka Klotka from the *Tik-Tak* show. I used uppercase letters; the forms were quite simple. I didn't understand what a space was, so I separated words with a connector. I was very enthusiastic about my new skill and I filled entire notebooks with my personal, but very legible style.

How did you manage at school?

When I went to zero class [preschool] I could read and write efficiently, but in my own style. It was difficult for me to fit into the normative school system. They put pressure on linking all the letters and of course neat handwriting. I was one of those children who were said to have ugly handwriting. Even today, my letters aren't very neat, I don't really like handwriting, even though when I prepare myself for writing an essay, I note down things on paper, I mark them with colours and I treat paper as a workspace.

As a child, were you interested in books?

Yes, it was quite natural in our house. Only as an adult I discovered that I'd had different preferences to my friends. Everyone talks about their childhood fascination with, for example, Bohdan Butenko – synthetic, easily readable drawings. I was bored with them. I liked classic images with a lot of detail. I was fascinated by realistic drawings that could absorb me. There were exceptions – I loved Zbigniew Lengren's drawings for children, though not so much Professor Filutek [a character created by Lengren]. I don't have particular memories related to letters – I got interested in them quite late.

Please elaborate.

I attended a high school with an extended arts programme, where I gained more awareness of graphic design. In 2001, the *2+3D* quarterly appeared, and I went crazy about it. I read it from cover to cover – every article was a revelation for me, even those boring specialist texts. What interested me was discovering the layers of meaning and content in things that are treated as non-representational and seemingly neutral. I began to study art history at the University of Warsaw, because it seemed to me to be a good place to develop those interests. Of course it turned out otherwise, as there wasn't much about design, but luckily *2+3D* was still being published, the STGU [Association of Applied Graphic Designers] was established, and many interesting design-related things began to happen. I tried to attend every event. I was fascinated by the fact that the things we don't usually pay attention to are a window through which you can see so much. I was

interested in hidden stories, systems and ideas. Now I know that when you work in design, it requires different competence and knowledge than when you work in art. You need to know more about the economy, society and technology. Searching for a place for myself, where I could develop my interests and study design in peace, I came across PhD studies at the Graduate School for Social Research at the Institute of Philosophy and Sociology, Polish Academy of Sciences. Eventually I made my PhD in ethnology. On the other hand, I'm glad that I have a certain resource of knowledge in art history and that I don't have to learn it from scratch. Art history teaches you to look, and to see the thing you're looking at. The skill is difficult to define – I only recently began to realise and appreciate it.

You admit that graphic design is disappearing from your field of interest now.

My PhD, which was released as a book – *Od solidarycy do TypoPolo*. *Typografia a tożsamości zbiorowe w Polsce po roku 1989* [From Solidaryca to TypoPolo: Typography and Collective Identities in Poland after 1989], published in 2018, closed a certain chapter. Many things are still interesting for me, but discussions in the designers' community ceased to absorb me. When I was still new to the subject of graphic design and typography, the very discussion on the subject, as well as the practice, was still fledgling. Of course I mean in Poland. I remember designers who emerged in the late 20th and early 21st centuries, and their ideas seemed otherworldly, for example Grzegorz Laszuk's design for *Magazyn Sztuki*, or the posters by Jakub Stępień, also known as Hakobo. Up to a certain time, I enjoyed participating in a pioneering moment. I talked to designers a lot, which was summed up in 2013 in the book *Milion rzeczy dookoła*. I learned a lot from them. Now, graphic design and typography are in their heyday – they have professionalised, but it seems like there aren't many interesting debates, at least for me. On the other hand, when someone matures, also intellectually, they cease to be an omnivore. Many things still interest me, like many objects from the Polish People's Republic era – the way design looked back then, how people talked about it, the way they worked, their relationships with the authorities, and how it all was organised. The present day interests me the least.

Let's go back to your PhD, in which you showed how, in post-transformation Poland, social conflicts are mirrored in typography. Why did you choose this subject?

Originally I wanted to write about national identity from the perspective of graphic design in Poland, but it was difficult for me to problematise it – it seemed too obvious, there wasn't much to discover. At the same time I was interviewing people such as Łukasz Dziedzic or Artur and Magda

Frankowski. I was interested in the way they talked about Póttawski's typeface. Even though each of the people I spoke to emphasised its national nature, they talked about it in different terms. The subject definitely raised emotions, even though it was almost a hundred years old. I thought that I could approach national identity in a less obvious way, perhaps a more difficult one – by focusing on letters. Soon it turned out that the subject of nationality doesn't cover the entire topic of letters as mediators of identity – there are issues of class, worldview and other things. At the time, together with Marian Misiak, I decided to write a book about Polish type design – *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce* (2015). I wouldn't have come up with all of those ideas were it not for conversations with designers. I'm also very thankful to my supervisors, Professor Anna Wiczorkiewicz and Dr Ewa Klekot, for their open-mindedness and approval for such a peculiar subject, untypical for ethnology. In the Dean's Office at the Faculty of History, they mistook the title of my thesis and wrote "topography" instead of "typography", so I almost became an expert on the shape of terrain [laughs].

What does work on the history and analysis of type look like with a practitioner of the subject?

Very good – Marian is a researcher himself; he's also a social sciences graduate, so we didn't have a problem finding a common language. It's interesting that type designers are very interested in history and research. The research aspect appears among them more often than with graphic designers. They love referring to the language of science, to objective categories. It's probably caused by the need to emancipate the profession from the arts.

They prefer to be closer to a technical academy than an arts academy.

Possibly. For typographers and type designers, legibility is a very important category, and they refer to various research. Jacek Mrowczyk told me that the things we're used to are considered the most legible. Legibility cannot be measured objectively. Perhaps we should begin with research among kids who are learning to read – but how to design such tests? For me, very important questions in type design are the eye, experience, the feel. These things can't be learned from a book. Aspiring to science and using categories from different fields leads to the situation in which we're still lacking the language to talk about design. We have the language of the arts – pretty, ugly, balance, harmony – the language of business, and of science.

In your research you focus on history, but you also consider why something was developed, exploring the factor of chance and of relationships between people. Do you apply the same approach in work with students – future designers?

When I tell stories, I'm trying to show where certain forms came from and what their purpose was. Look – when we think about a modern typeface like Bodoni, we can mention flat and thin serifs, vertical stress and differences in thickness between strokes, but the more interesting issue is why these serifs look the way they do. We can point to how they become increasingly similar to machine production and move away from their origins in handwriting. These letters speak of the victory of reason, of belief in rationalism, science and calculation. The things that occurred in the Enlightenment are mirrored in the letters. As a historian of design, I'm aware that this field is a methodological hybrid. As in art history, there's also an interest in perfection in design: you train your eye in order to find exceptional things. But I'm interested in things that aren't perfect – in the ordinary, the mainstream. I'm interested in the biographies of objects, and the ideologies that shaped them, regardless of whether we're talking about a typeface or a fridge. It seems to me that talking about the discourses around things, the methods of their production and consumption, may protect us from becoming the uncritical tools of suspicious ideologies – it's very easy to fall prey to those when you're a designer. It's a great discipline, which wanted to make world better, but often it was, and still is, involved in unpleasant histories regarding the exploitation of people and the environment, or simply in tricking people into buying things they don't really need.

What are your predictions for the development of Polish research on design?

We'll surely keep filling in the gaps. Many designers and subjects from the Polish People's Republic era have been forgotten. To some extent we've explored typography, fonts, characters and visual communication, but there's still a lot ahead. I'm very happy that young designers go back to the roots, and they're great at it. There are more specialisations, more expert publications on narrower areas of design. In my case – I've said before that I'm more interested these days in phenomena that go beyond graphic design and typography. I'm not moving too far away from design though; I'm still fascinated in discovering the less obvious, the things that hide behind daily life. I'd like people to look at the TypoPolo style and think something more than "that's funny". I want to show that power relations are also present in design, and that it's important for us to decode this reality. It's important for us to consciously approach visual reality and the objects around us.

Agata Szydtowska

Doctor of Humanities in Ethnology, graduate in art history from the University of Warsaw and of the Graduate School for Social Research at the Institute of Philosophy and Sociology, Polish Academy of Sciences. Author of books and articles on the history of graphic design, typography and design in general. Curator and co-curator of several exhibitions on Polish design abroad, including at WantedDesign in New York, the XXII Triennale di Milano (Broken Nature: Design Takes on Human Survival) and at Tokyo Designers Week.

Typography – a treasure worth working with

an interview with Katarzyna Roj

I've worked with Katarzyna for many years. Our cooperation began when she took the managerial position at the Dizajn (back then – Design) BWA Wrocław gallery. From the beginning she invited designers, artists, activists and researchers who moved me, fascinated me or simply opened my eyes to many things, not just related to typography. Initially, I planned to approach her interview as if I didn't know her already, in order to avoid private themes and to omit subjects that may be interesting for us but not for readers. I soon realised that I know her approach to typography and letter design only through projects and exhibitions. We hadn't yet had the chance to focus on these areas in conversation – now we could make up for that.

Beata Bartecka: You're a programme curator and director of the Dizajn BWA Wrocław gallery, where you've dealt with typography in a variety of ways, through exhibitions, workshops and debates. That's a lot of experience. In which ways, in your opinion, should typography be presented and discussed?

Katarzyna Roj: Very clearly. After so many years I know that things that are clear and obvious for curators may not be the same for an audience. The Dizajn gallery is located in the city centre, near the Main Square, surrounded by shops and restaurants, and because of this many people visit us by accident. For some of them, this is their first contact with certain aspects of design. That is why we should be aware of the way we speak to them. The second thing that comes to mind is that cool presentation matters, showing interesting aspects and the stories behind typography. The third thing... do you know the Carrefour logo? I know stories from people who divide their lives into two stages: before noticing that letter "C" and after [laughs]. I like to imagine that, thanks to our activity, we influence such discoveries and spread awareness. Of course we have to remember the fundamental thing about typography: when it's well designed, it's usually invisible. When you begin to focus on typography while reading a book, it means something is wrong with it. This medium should be transparent, not interfering with the content. Yet we cannot let ourselves be fooled: the medium of typography has its own information and history. It's our job as a gallery to bring it closer to the audience.

How deep should we dive into the subject during exhibitions and typographic projects?

Designing typefaces is a niche of niches. Very few people do it, but their work affects all the recipients of messages. How deep should we go? It seems that there's no limit. If we can tell a story through typography, and use it to tell something more about ourselves – then there's no limit at all. When we think about the Dizajn gallery programme, we stick to the reflection that simply presenting things isn't enough. We try to break with the commercial edge of design; we rather use it as a pretext to tell something about our lives.

Please tell me more about the things that interest you about typography in the social context.

I'm interested in the stories behind it, and I'm not alone in my thinking. Let's take a look at our local phenomenon, Threedotstype. This small typographic house run by Marian Misiak was founded on the premise that letters tell stories. The classic sentence: *The medium is the message*. For a moment,

we stop thinking about the message that the letters carry, and we pay our attention to them, to what they say as themselves. This interests me a lot.

Typoactivism was certainly such a project – you dealt with the numbers of Wrocław's rolling stock vehicles, the identifying signs of city trams and buses.

At the gallery we've been working on the project *New Year's Resolutions*, with which we've begun our programme every new year. Our goal is to reflect on the activity of our institution, but also on the profession of the designer. We believe that, as a public gallery, we should give reasons to think about professional roles and ethics, as well as ways of development. In 2013, during one of the editions, we organised typographic workshops in public space, which we described as "detective workshops"; the word "typoactivism" appeared much later. Interestingly, a professional detective even came to the event, but eventually didn't join our group because he understood that we weren't detectives at all [laughs]. Other people who came weren't designers, but people interested in the history of Wrocław, its shape and resonance – people interested in researching the visual side of the city. From the beginning, Marian Misiak was present in the process – he made us aware of research as an important part of design. It wasn't discussed to that extent back then. We created an interdisciplinary research group that researched and redesigned Wrocław rolling stock vehicle numbers. We began by researching the history of their design and redesign, and ended up creating a new project. Today we can see Wrocław trams and buses with numbers corrected by us. After the whole project ended, we published a record of the system and a summary of our work.

What was your plan to organise and implement this project?

I'll say something that may not be popular with big cultural institutions, but when we were beginning we had a great researcher and designer, we had energy and ideas, but we lacked a solid idea for developing the project. We didn't yet know what might happen. In retrospect, I think it was a blessing. We opened ourselves up to adventure, we used all the tools the institution gave us, but we also engaged our craft and dedication.

Typoactivism doesn't always lead to effects as spectacular as the Wrocław rolling stock numbers.

We're not a typical gallery, because we began exhibiting with the concept of presenting shadows of objects and telling the objects' stories. This contained a fundamental thought: we're not a gallery of objects. We support experiment and don't always count on gallery success; our activity evades exhibition logic. Certain elements of our programme may not be clear to everybody, but it doesn't mean that we shouldn't develop such projects. We

have to consider how to explain what we do, how to make elements of the process available to the public, and how to present the eventual results when they're not so spectacular.

We talk a lot about the advantages of typoactivist projects, but what about the disadvantages? What difficulties have you come across?

Disadvantages appear slightly in the cooperation itself, in building relationships between people with similar competences. I think that groups should be created very thoughtfully, so that they comprise people with diverse skills and knowledge. When we have an outstanding typographer, it's better to add someone who is an expert on archival research. When we have two or more designers, it's important that they can work together and see the value in that. It's good to establish something like a "league of extraordinary gentlemen" – even though it doesn't sound exciting, gender-wise.

If we look at Alan Moore's *The League of Extraordinary Gentlemen* graphic novel, there won't be such a problem – in his narrative, the group is very gender-diverse.

So that's what I mean. I also see the role of the gallery here, as a host for team-building. The gallery should support the variety in a project, and select members of a group according to their skills and knowledge.

I'm wondering if typoactivism shouldn't appear in some form at academies that teach graphic design and typography.

There are two questions here. The first is the name typoactivism itself. Originally it was the name of a particular project that we developed in the gallery in a few stages – the rolling stock numbers in Wrocław was the most famous of them. On the other hand, the name conveys the actual process. It's a method of doing typography, but also of working with knowledge about the visual aspects of public space. It's an educational model that is very interesting, and I wish it was introduced into the Academy of Fine Arts or other schools where designers are taught.

I can hear some hesitation in your voice.

Typoactivism involves a certain contestation of a traditional model of teaching a designer, one that we know from the Polish experience. The thing that matters in typoactivism is not only design itself – it's also the teamwork in which the designer is a member of a group of people with various skills. For me a designer is a participant who has to link diverse issues, source knowledge from various people, coordinate their work and bring it to a conclusion. In official education systems, there's often no such element as developing empathy, communication skills or attention in order to learn something interesting and valuable from every team member. Typoactivism also breaks with hierarchical order: even though we're talking

about a charismatic leader, then the structure of such a team is – I'd like to emphasise – ahierarchical. It really breaks with authority, there's no omnipotent "knowledge giver". There's a will to collaborate, to share and to learn from each other – an alliance to build a project.

Viktoriya Grabowska stressed in an interview that a typographer can work with people from the whole world. She said it's incredible, and it would be stupid not to take the chance.

Very often, letter designers are seen as outsiders, working in a Benedictine way. This is changing. More often these days there's a tendency in designing professional letter systems to engage more people in the project. Additionally, it's worth thinking about the relationship with a programmer. I believe that in the future a typographer will manage the work of several people and lead it to a conclusion. When I think about what Viktoriya said, I have the feeling that multi-script typefaces and designing for various language families are the future. It would match our experience from the Polish streets, especially in Wrocław, where we hear that Ukrainian or Russian are becoming an increasingly stronger part of the urban audio-sphere. If we hear something as spoken word, then in the future it can also appear in public space as type. It will probably take a couple of generations, because for Poles Cyrillic is a historically loaded writing system.

Can you see any areas in typography that interest you in particular and that you'd like to take a closer look at?

Referring again to Viktoriya Grabowska and the Maria Theresia type, I'm interested in legibility in the context of visually impaired people. Our culture has completely fetishised the visual dimension, and everything depends on that. I'm increasingly interested in the haptic and the sonic. The sense of hearing is incredible. You cannot turn your ears off in the way you can close your eyes. It obviously has a darker side to it. I'm curious how typography will challenge the disappearance of certain images in favour of audio or the haptic dimension. I'm also interested in the history behind typography. I don't mean all of these fast-food fonts you can buy from corporate sellers – I mean typography made by passionate people, who have a good eye and create particular systems. We should use such typography as solid material that provides other advantages and carries something with it. I'll always see such typography as a treasure worth working with.

Katarzyna Roj

Creator of the exhibition programme at the Dizajn BWA Wrocław gallery, curator and editor. Graduate in philosophy and history of art from the University of Wrocław. Since 2009 she has developed events dedicated to interdisciplinary subjects in the field of design at the Dizajn BWA Wrocław gallery.

Articles

New details about the origins of Akzidenz-Grotesk

Dan Reynolds

In 1900, there were about 70 type foundries doing business in Germany. Half of those were divisions inside large printing houses, but that still left three dozen independent firms whose primary business was selling fonts. As I see it, the type founding industry changed at the beginning of the 20th century in many ways:

- typefaces were increasingly exclusive to the foundry that first made them;
- type foundries increasingly attempted to sell to the widest customer base possible – meaning not just local printers, but customers all over the world.
- new typefaces were likely to be marketed with distinctive names;
- typefaces were increasingly available in large families, which included multiple weights, widths and slants;
- a type “family” in the 2019 sense, however, would rarely have been released concurrently a century ago; it would have been more common for a foundry to add styles over time to a design that was already selling well;
- after 1900, new typefaces were often designed by freelance artists. Although some type foundries had already started to collaborate with external artists in the 1870s, this became increasingly common in the 20th century. By 1914, almost all independent German foundries did so.

The very first sans-serif typeface was published in England, around 1816, but it did not create waves in printing immediately. The first sans-serif typeface to come to German-speaking Europe was published in 1833.¹ It was sold by Eduard Haenel, from the in-house type foundry at his Magdeburg printing business.² He must have imported the matrices for the typeface

1 This was simply named *Neuste Titel-Versalien. Zehnte Sorte* [Newest Titling Capitals. Tenth Variety]. It appeared in an 1833 specimen pamphlet, as well as on a specimen sheet accompanying the 1 September, 1834 issue of *Journal für Buchdruckerkunst*; see Haenel 1833, sheet 53 and JfB 1834.

2 Eduard Haenel moved some of his printing operations to Berlin – including the type foundry – after a fire at his Magdeburg premises in 1837.

from London – like the other early British sans serifs, it was an all-caps design.³ The first book composed entirely with sans-serif type did not appear until 1900,⁴ and when Jan Tschichold's *Die neue Typographie* appeared 28 years later, it was still outré for whole books to be set with just sans serifs. Nevertheless, other German typographers were also beginning to consider sans serifs for long texts by then.

Introduction

As a typeface family, Akzidenz-Grotesk was always a work-in-progress. Even though it has been available for designers and printers continuously over the past 121 years, it was only in the 1950s that its use really began to take off (especially in Switzerland). Akzidenz-Grotesk's regular style was its first published weight. The H. Berthold AG type foundry in Berlin and their Stuttgart-based subsidiary Bauer & Co. brought it to market in 1898. Berthold's long-serving artistic director, Günter Gerhard Lange,⁵ designed some of Akzidenz-Grotesk's boldest foundry type styles in the 1950s and 60s.⁶ He also supervised the making of several new Akzidenz-Grotesk families for Berthold's phototypesetting machines. Whenever you use Akzidenz-Grotesk today, you should imagine Lange's ghost standing behind you: he's watching how you use what, in effect, was really his design.

During a lecture at TYPO Berlin 1998, Lange attributed Akzidenz-Grotesk's design to Ferdinand Theinhardt (1820–1906), a punchcutter and Berlin type foundry owner.⁷ Based on Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk's inclusion in a catalogue (ca. 1908) from the “Ferd. Theinhardt Schriftgießerei G.m.b.H., Berlin” foundry, Lange believed that the typefaces must originally have been produced by the firm's founder. Lange provided more details about his proposed attribution in a long interview about his life's work to *Typografische Monatsblätter* in 2003.⁸ There, he stated that Akzidenz-Grotesk had grown out of a typeface called Royal-Grotesk, which he alleged

3 The design must have come from Caslon & Livermore, who sold it as Great Primer Two-Line Condensed; see Caslon 1834.

4 This was Peter Behrens' *Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbols* [*Festival of Life and Art: A View of Theatre as the Highest Cultural Symbol*]; see Behrens 1900.

5 Günter Gerhard Lange: born 12 April, 1921 in Frankfurt an der Oder, died 2 December, 2008 in Munich.

6 In terms of styles manufactured as foundry type, Günter Gerhard Lange designed Akzidenz-Grotesk Bold Extended Italic, Akzidenz-Grotesk extra, Akzidenz-Grotesk extrafett and Akzidenz-Grotesk Kursiv fett; see Reynolds 2019a.

7 SchumacherGebler 2008, 245.

8 Lange/Schwemmer-Scheddin 2003, 24

had been cut by Theinhardt for the Royal Prussian Academy of Sciences in Berlin. Unfortunately, many of Lange's details in the interview regarding both Royal-Grotesk and Ferdinand Theinhardt were incorrect.⁹ Lange's recollection of Ferdinand Theinhardt's basic biographical information is inaccurate, and I have found no supporting evidence that either Akzidenz-Grotesk or Royal-Grotesk were created for the Royal Academy. I do not believe that they were cut by Ferdinand Theinhardt, just as I do not believe that the typefaces originated at his foundry after his departure from it in the mid-1880s.¹⁰

Stepping back a bit, I think it is safe to say that Akzidenz-Grotesk is one of the most significant typefaces in the history of 20th-century graphic design. While writing my dissertation, I initially spent relatively little time looking into its history.¹¹ In fact, since there was no indication that it could have been designed by a freelance designer, I almost did not include it in my work at all, as freelance designers were the focus of that history. When I did come to Akzidenz-Grotesk, I did not bring any preconceived notions about its origins to my investigation, although I was curious to see if I could find out where it came from. Was it an in-house product from the H. Berthold AG type foundry in Berlin, or was it fully developed by one of the foundries they eventually acquired? Did parts of it come from several different foundries? Might a portion of it have been designed and cut by Ferdinand Theinhardt, as Lange suggested? And when was Royal-Grotesk published? Was it already in-use in 1880, as I had read on the Internet and in several recent typographic publications?¹² I believed that I could find answers to at least some of these questions.

9 Reynolds 2019d, 138–140.

10 Reynolds 2019c.

11 My dissertation is entitled *Schriftkünstler: A historiographic examination of the relationship between handcraft and art regarding the design and making of printers' type in Germany between 1871 and 1914*. I submitted it to the Braunschweig University of Art in March 2018, and successfully defended it in January 2019.

12 An exhaustive list of all mentions of Theinhardt's supposed connections with Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk published in the last 21 years exceeds this paper's scope. Nevertheless, four high-profile instances are listed below: An Akzidenz-Grotesk-style typeface designed by François Rappo and published by Optimo in 2009 is named Theinhardt; see Optimo (no date). NB Akademie, a similar typeface designed by Stefan Gandl and published by Neubau in 2014, is advertised with the following text: “The typeface's influences and naming go way back to legendary German type designer Ferdinand Theinhardt and his revolutionary typeset ‘Royal Grotesk’ (1880) designed for the publications of the ‘Königlich-Preußischen Akademie der Wissenschaften zu Berlin’. After selling his own type foundry ‘Ferd. Theinhardt Schriftgiesserei Berlin’ Theinhardt's ‘Royal Grotesk’ later became internationally known and successful as Berthold's

My typographic historical methodology is historiographic: I spend most of my time reading trade journals published in Imperial Germany and looking at foundry specimens. There are few surviving day-to-day artefacts from German foundries active a century ago or more. When a firm was sold back then, or otherwise went out of business, it was not common for archives of drawings and correspondence to be donated to a library or museum – as would be the case for foundries that have closed since 1945. While type foundries did keep drawings for their typefaces, as well as correspondence and other documents relating to them, the companies that survived into the Hitler years became active in armaments manufacture. During the Second World War, many of them were hit in Allied bombing campaigns. Paper burns, and archives were lost. The great heat generated by the fires also destroyed foundry matrix collections in some instances. So, unlike 19th-century British foundries, for many of which the original punches and matrices are kept at the St Bride Library in London, printed type specimens are sometimes all historians have to go on for German firms. Yet the information held in the type specimen record is significant – for those who know how and where to look.

My own research into the typeface's history

Two-and-a-half years ago, I believed that my historiographic method could yield results when it came to Akzidenz-Grotesk's origins. At that point in my writing process, I had just identified the foundry that invented the first Midolline types, a popular blackletter style from the mid-19th century, whose origins had been forgotten by the 20th century.¹³ Indeed the Midolline types even had a potential connection to Ferdinand Theinhardt.¹⁴ What did I find? Firstly, H. Berthold AG in Berlin was granted a design patent for the

Akzidenz Grotesk (1896) – the godmother of all modern grotesque typefaces.” See Neubau 2016. The website of Erik Spiekermann's printing studio incorrectly implies that Royal-Grotesk is older than Akzidenz-Grotesk, and that Royal-Grotesk came from Theinhardt; see p98a 2016. Paul McNeil's book *The Visual History of Type* also incorrectly attributes Akzidenz-Grotesk to Theinhardt and implies that it was created in 1880; see McNeil 2017, 152–153.

13 See Reynolds 2018.

14 I do not know exactly when Eduard Haenel's type foundry published Midolline, but at the latest it would have been by the 1851 Great Exhibition at the Crystal Palace in London – the first of the World's Fairs. I have found the names of three punchcutters who worked for Haenel in Berlin slightly before that time: Heinrich Ehlert, Eduard Eisoldt and Ferdinand Theinhardt. However, Theinhardt left Haenel's foundry in 1849, and the Midolline punches could conceivably have been cut after his departure.

Akzidenz-Grotesk typeface on April 28th, 1898.¹⁵ This is important, because it implies that Akzidenz-Grotesk was a new design in 1898, and not a renamed product from the 1880s (although it does not entirely rule that out). After the introduction of the design patent law in 1876, a German type foundry could register the designs of their new typefaces, acquiring legal protection for them for a limited number of years. Akzidenz-Grotesk's initial period of protection was three years, but I suspect that Berthold may have applied for this to be extended.

After German type foundries were able to register for national design patents, if another German type foundry made a product that looked similar to one of theirs during its period of protection, a patent holder could file a suit against the infringing foundry in court, with the hope of success. Type foundries began to add notifications along the lines of “original creation” and “legally protected” to the type specimen pages that displayed the new typefaces they had produced in-house.

The second thing I found was evidence suggesting that it was Berthold, not Theinhardt, who had created Royal-Grotesk. Berthold published Royal-Grotesk in late 1902 or early 1903, five years before they acquired the foundry Theinhardt had once owned.¹⁶ By the 1950s, Royal-Grotesk would be merged into the larger Akzidenz-Grotesk family and renamed Akzidenz-Grotesk Light. If Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk had originated at a foundry other than Berthold – even under another name – and Berthold was distributing them illicitly, it is highly unlikely that trade journals would have discussed those typefaces at all, or they would have discussed them with an editorial mention of where they had actually originated.

The inaccuracy of Lange's attribution of Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk to Ferdinand Theinhardt had already been called out in 2007, in a paper given by the German printer and printing historian Eckehart SchumacherGebler at a conference in Düsseldorf.¹⁷ Although the paper was published in 2008, it was written in German, and unfortunately the broader typographic community did not take much notice of it. Because of the lack of readership

15 See Deutscher Reichsanzeiger 1898, 18.

16 Since notice of Royal-Grotesk's publication appeared in the January 1903 issue of *Archiv für Buchgewerbe*, which would have been prepared in late 1902, I suspect that the typeface was probably published then; see AfB 1903, 19. Berthold 1958 (no page numbers) provides the date of 1902 as well; however, the date in Wetzig 1926, 192, is 1903. A list of typeface names published by the Verein der Schriftgießereien [Organisation of Type Foundries] in 1950 also gives the 1903 date; see VDS 1905 (no page numbers).

17 See SchumacherGebler 2008.

the paper received, several type designers and authors have continued to inaccurately attribute Akzidenz-Grotesk and/or Royal-Grotesk to Theinhardt. It is important to remember that, in Akzidenz-Grotesk's 121-year history, that incorrect attribution was only current information for nine years, or about 1/13th of the time the fonts have been available. Yet we still see new typefaces in the style of Akzidenz-Grotesk advertised as being inspired by "Ferdinand Theinhardt's" Royal-Grotesk, such as François Rappo's Theinhardt, Erik Spiekermann's FF Real and Stefan Gandler's NB Akademie (in my opinion, these are all good choices for designers looking for a typeface that is like Akzidenz-Grotesk, but just a little different and a bit more contemporary).

Indra Kupferschmid, the professor for typography in Saarbrücken, helped organise the conference where SchumacherGebler read the abovementioned paper. In 2012, she published a post on her blog about the uncertainty regarding Akzidenz-Grotesk's origins.¹⁸ In the post, she wrote that she had initially wondered if the typeface might have come from Bauer & Co., before Berthold acquired the foundry, but then ruled the possibility out. I generally agree with Kupferschmid, but I wondered if there might not be something to this Bauer & Co. possibility. And so, in addition to tracking down all the surviving copies of Theinhardt's specimens in Berlin – including those from Berthold's own archive, which was donated to the city's technology museum – I also looked at Bauer & Co.'s specimens. This was where I had a research breakthrough.

The Bauer & Co. type foundry in Stuttgart was established in 1880. By buying Bauer & Co. in 1897 – the year before Akzidenz-Grotesk was published – Berthold was in effect purchasing all of Bauer & Co.'s customers. Not only did Bauer & Co. do lots of business in southern Germany, but they also did quite well in Switzerland (this was probably Berthold's "way into" that country). Bauer & Co. was established by the punchcutter Friedrich Wilhelm Bauer and his son-in-law, the salesman Karl Rupprecht; Bauer left his company around 1890, so he almost certainly played no role in the development of Akzidenz-Grotesk.

Although the base style of Akzidenz-Grotesk was published in 1898, the genesis of the design was slightly older. In 1895, when Bauer & Co. was still an independent type foundry, they published a drop-shadowed typeface called Schattierte Grotesk.¹⁹ Like Akzidenz-Grotesk, this was a generic name, which just meant "shaded sans". But clip the drop shadow from Schattierte Grotesk's letters and you get Akzidenz-Grotesk Regular. Where was Akzidenz-Grotesk Regular actually cut? Were the type's masters made at Berthold in

18 See Kupferschmid 2012.
19 Bauer & Co. 1895, 98–99.

Berlin, after they had bought Bauer & Co.? It is unfortunate that we do not know which employee at Bauer & Co. or Berthold had the idea, because – in retrospect – it turned out to have been one of the most important decisions ever made at either firm.

While Schattierte Grotesk and Akzidenz-Grotesk were new designs when they were published, they were not atypical products. Many of their letterforms bear resemblance to earlier sans serifs that had already been published in and outside Germany. Nevertheless, they seem to me to be more of a synthesis of then-current ideas of sans-serif letterform design, rather than copies of any specific products from other firms. The name Akzidenz-Grotesk means "jobbing sans". It came from the German-language term for everyday commercial printing, *Akzidenzen*. This was a loan word, rooted in the Latin *accidentia*, referring to chance or casual events. Jobbing encompassed things like business cards, invoices and letterheads. Berthold and Bauer & Co. must have intended Akzidenz-Grotesk to be used in jobbing typography from the first. Their specimen brochures for the typeface and its subsequent – or otherwise related – styles included pages of fictional "fonts in use" scenarios.²⁰ These range from advertisements for art galleries, interior decorators and piano-making companies to engagement announcements and change-of-address cards, as well as price lists for a baby carriage manufacturer and a vintner.

I know that Berthold and Bauer & Co. intended Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk to be used together. Ultimately, is that not the basic definition of what a typeface family is? In 1923, Berthold published a bibliography of the German type specimens that had been published to date.²¹ This is not as extensive a bibliography as later books like *Type Foundries of America and Their Catalogs* or *Dutch typefounders' specimens*.²² Nevertheless, it is the only bibliography of German type specimens ever published, although others were later attempted and then abandoned. Not all of the information in it seems accurate, and neither is it complete. However, since it was published by Berthold, and since Berthold had only been casting type for 30 years in 1923, the information in the bibliography regarding specimens from Berthold (and the companies that Berthold acquired) is probably more accurate than for non-Berthold firms. According to the list of Berthold specimens in the bibliography, a small specimen brochure for Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk was published in 1904.²³ This brochure is very hard to find. If you

20 See Berthold 1904 and Berthold 1911, 353a. See also Berthold 1912.
21 See Jolles 1923.
22 See Annenberg 1994 and Lane/Lommen/de Zoete 1998.
23 Jolles 1923, 181.

search for it on WorldCat.org, for instance, you will not find an entry for it in any library. Luckily, I found a copy by accident: I was looking through a collection of Berthold and Bauer & Co. specimens in the Staatsbibliothek zu Berlin, and there it was.²⁴ The contents of the larger volume that contain it are not catalogued, so you cannot search for this item alone. Other copies of the brochure may exist in public and private collections around the world, but there is currently no way to find them.

Ferdinand Theinhardt: the man vs. the company

Neither Kupferschmid nor I have found any evidence in the type specimen record prior to Berthold's acquisition of the Theinhardt foundry that could attribute Royal-Grotesk to Ferdinand Theinhardt – either the man or the business that continued to operate in his name after he sold it – instead of Berthold.²⁵ Neither have I found any secondary-source statements, prior to Lange's in 2003, that attribute Royal-Grotesk to anyone other than Berthold and Bauer & Co. In this text, I differentiate between Ferdinand Theinhardt “the man” and Ferdinand Theinhardt “the foundry”. It was common in the 19th century for type foundries to be named after the person who ran the business. Sometimes, after they died or had sold their companies, the new owners might change the business' name, but this did not happen with Ferdinand Theinhardt “the company”, which continued to be named after Ferdinand Theinhardt for the 25 years it existed after Ferdinand Theinhardt “the man” sold it.²⁶

In Theinhardt's own lifetime, he was most known for his “orientalist” fonts. In addition to Egyptian hieroglyphs and Roman inscriptional-style letters, Theinhardt also cut fonts of cuneiform, as well as Tibetan and other Indian scripts such as Devanagari.²⁷ He designed these for the printing of academic publications, including publications written by members of Berlin's Royal Prussian Academy of Sciences. A businessman named Hans Schweitzer eventually acquired Theinhardt's foundry from the families who had bought it from Ferdinand Theinhardt in 1885, and he sold it to Berthold in 1908. Berthold kept the company open as a subsidiary for about two years. During that brief time, the Theinhardt foundry sold both Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk, as well as several more Berthold and Bauer & Co. typefaces. Theinhardt himself, who died in 1906, had already retired from punchcutting

24 See Berthold 1904.

25 See Kupferschmid 2017.

26 Reynolds 2019c.

27 Reynolds 2019b.

decades before.²⁸ In 1907, the Theinhardt foundry had started printing loose specimen pages, to be bound into a new type specimen catalogue. After Berthold acquired the company, more pages for this catalogue, featuring Berthold's typefaces, were printed and added to the final product.²⁹

Ferdinand Theinhardt himself did not cut the punches for Royal-Grotesk or Akzidenz-Grotesk, and I am not sure he ever cut sans-serif letters at all. The only collection of type specimens from his foundry I have found that can definitely be dated to the time when he still owned the company includes just two sans serifs.³⁰ Theinhardt gave this folio to the German printer and author Theodor Goebel in January 1884, about a year before he sold the business. The first of the gift folio's two sans serifs was simply called Grotesque. This was a duplicate of the *Moderne Steinschriften* types created at the Benjamin Krebs Nachfolger type foundry in Frankfurt, published in 1865.³¹ The second was an italic named *Cursiv-Grotesque*, which probably came to Theinhardt from the J.H. Rust & Co. foundry of Offenbach and Vienna. Rust had imported the larger sizes of this typeface from America; they then created the three smallest sizes themselves, publishing them in 1875.³²

Navigating the type specimen record

Very often, type foundry specimens do not include any dating information; nevertheless, type specimens are usually datable, or one can determine a possible date range, based on information published in other sources, such as the 1923 type specimen bibliography mentioned above. There are also trade journals – several of which were published within the German printing industry each month. These often reported on new typefaces; therefore, if you establish the date on which a certain typeface was introduced, that can rule out a catalogue containing that typeface having been produced beforehand. Some business records also survive, recorded in trade journals or official government newspapers. For instance, one can sometimes – but not always – find a typeface's patent registration date, as I did for Akzidenz-Grotesk. One can also find notices of a type foundry's change of ownership and/or address.

The first proper, bound type specimen catalogue from the Theinhardt foundry dates from the late 1880s or the 1890s, after Ferdinand Theinhardt had already sold the business, and also after its new owners had moved it

28 Theinhardt 1920, 20.

29 Jolles 1923, 188.

30 Ferd. Theinhardt 1884 (no page numbers).

31 See AFB 1865.

32 See JfB 1875b.

from the northern part of Berlin to the city's southwestern district³³ The catalogue features six sans serifs, including the two previously mentioned (Grotesque and Cursiv-Grotesque). Of the four other designs, only one was actually created at the Theinhardt foundry, and even this was first published about a year after Ferdinand Theinhardt had sold the business. Named Enge fette Grotesque, the typeface was a straight-sided sans serif with rounded terminals.³⁴ It bears no relation to any styles of Akzidenz-Grotesk. If Ferdinand Theinhardt played an active role in this typeface's development – or even cut the punches for certain sizes himself – I am almost certain that it was not a project he would have completed with his own hands, due to the time that passed between his departure and its release.

The three remaining sans-serif designs in that undated, post-sale catalogue were called Schmale magere Grotesque, Breite Grotesque and Breite fette Grotesque. Where did these come from? Schmale magere Grotesque was a design sold under various names by at least seven other 19th-century German foundries. I do not know where it originated; the matrices may have come from Britain or the United States (the design includes a double-storey lowercase “g”, for example). Breite Grotesque probably came via the Benjamin Krebs Nachfolger foundry (Benjamin Krebs' successors). Krebs had produced the larger sizes for this design in-house; they called it Halbbreite Steinschrift.³⁵ This Breite Grotesque/Halbbreite Steinschrift type was different from the other Breite Grotesques sold by Ludwig & Mayer or Schelter & Giesecke. I have not found any mentions in primary or secondary sources that suggest who the authors of Halbbreite Steinschrift's smaller sizes might be; I think it is quite likely that Krebs also imported them from Britain or the United States. The visually unrelated typeface the Theinhardt foundry called Breite fette Grotesque was originally published in the mid-1870s as Zeitung-Grotesk. That came from the Francke foundry in Gdańsk.³⁶ Like most of the other sans serifs that the Theinhardt foundry featured in their catalogue, many German companies carried Zeitung-Grotesk during the 1880s and 90s.

After I submitted my dissertation, I began working on a new research project, which was generously funded in part by the Printing Historical Society in England. This research – which is still ongoing – is related to my dissertation,

33 See Ferd. Theinhardt A (no date).

34 “Enge fette Grotesk” is the typeface's name as it appears in *ibid.* (no page numbers). When the typeface was first published, the Ferd. Theinhardt type foundry marketed it under the longer name “Neuste schmale fette Zeitung-Grotesque”; see AfB 1886.

35 See Krebs (no date), 402 and 475.

36 See JfB 1875a.

in that I am still looking at 19th-century German type; however, this time I am looking specifically at sans serifs. As previously mentioned, it was common until about the 1890s for multiple type foundries to sell copies of the same design. By this, I do not mean new punches cut in the style of a pre-existing typeface, but rather type cast from duplicate matrices that were either made from the original punches or electrotyped from the cast type. I am slowly building a database listing which foundries sold designs in common. I mentioned that most of the sans serifs the Theinhardt foundry sold came from external sources, and this is also true for one style of Akzidenz-Grotesk.

A list inside a small book published by Berthold for their 1958 centenary suggests that the oldest weights of the Akzidenz-Grotesk family date from 1896.³⁷ These were not even named Akzidenz-Grotesk when they were initially published; they were renamed Akzidenz-Grotesk Condensed Heavy and Akzidenz-Grotesk Condensed Bold, from Enge Steinschrift and Halbfette Bücher-Grotesk. Like Akzidenz-Grotesk itself, they cannot be attributed to a specific designer or punchcutter. Despite the year “1896” being given in the centenary publication, Enge Steinschrift is not from that year. The typeface's design is older than that, and 1896 might perhaps have been when Berthold began distributing it, rather than when it was originally published elsewhere.³⁸ Both typefaces are included in Berthold and Bauer & Co.'s large 1911 catalogue,³⁹ but an undated, bound collection of loose Berthold specimen sheets in the collection of Berlin's Prussian State Library – attributed to ca. 1900 – includes only Enge Steinschrift.⁴⁰ Berthold's 1911 catalogue declares that Halbfette Bücher Grotesk was produced in-house, but neither it nor the ca. 1900 type specimen catalogue claims that for Enge Steinschrift (except for three of the 14 total sizes the company did actually produce).

Enge Steinschrift's underlying design, as an identical product but with unique names, was carried by a number of German type foundries during the late 19th century. For example, the Flinsch, Krebs and Ludwig & Mayer foundries – which were all located in Frankfurt – sold the design under the name Schmale Steinschrift. The Genzsch foundries (E.J. Genzsch in Munich

37 Berthold 1958 (no page numbers).

38 The same design was carried by other type foundries, for example Emil Berger of Leipzig sold it under the name Steinschrift, the Frankfurt-based type foundries Benjamin Krebs Nachfolger and Ludwig & Mayer sold it under the name Schmale Steinschrift, and the Genzsch & Heyse and E.J. Genzsch type foundries of Hamburg and Munich respectively sold it under the name Longina.

39 Berthold 1911, 342–344a. According to Bertheau 1995, 92, Bauer & Co. in Stuttgart created Halbfette Bücher-Grotesk in 1896.

40 Berthold 1900, 62.

and Genzsch & Heyse in Hamburg) sold the design as Longina. Berthold probably acquired the matrices for Enge Steinschrift as part of their purchase of the Emil Berger and Gustav Reinhard foundries in 1893. None of those foundries claimed the Enge Steinschrift design as an in-house product. The original punches for most of the types' sizes could have originated abroad, for example in Britain or the United States.

According to unclear information in the Berthold archives, which today are housed at the Deutsches Technikmuseum in Berlin, I believe it is possible that the smallest size of Enge Steinschrift featured in Berthold's 1911 catalogue could actually have been produced at the Theinhardt foundry – but not while Ferdinand Theinhardt still owned it.⁴¹ Here, I am referring specifically to the 6 point type size.

After Berthold acquired the Theinhardt foundry they adopted a number of typefaces from it into their range. The only sans serif with which Ferdinand Theinhardt himself might have played a role was the abovementioned Enge fette Grottesque. This was included in the sans-serif section of Berthold's 1911 catalogue, alongside Halbfette Bücher Grottesk and Enge Steinschrift.⁴² Unlike the latter typefaces, however, it would never be adopted into the Akzidenz-Grottesk family. If this style had been adopted into Akzidenz-Grottesk and given a new name along the lines of “Akzidenz-Grottesk Compressed Bold Rounded”, then there might have been one style within Akzidenz-Grottesk that could potentially have been cut by Ferdinand Theinhardt.

How did Lange's misattribution occur?

By 1998, Lange had been a type designer for almost half a century. From 1960 until his retirement in 1990, he worked as Berthold's artistic director. Although not trained as a historian, a 1986 promotional film about Berthold's type design office showed him making use of historical materials from the firm's library for the design of a new Bodoni typeface.⁴³ According to Erik Spiekermann, “Lange knew a lot about the history”,⁴⁴ Spiekermann made that statement as part of an interview in 2017, in which he recounted how well he had known Lange. Spiekermann also recounted that “[Lange's] library is incredible and now it is a museum”.⁴⁵ Nevertheless, in Lange's

41 See Ferd. Theinhardt B (no date, no page numbers), product number 831, Nonpareil enge Grottesk.

42 Berthold 1911, 334.

43 Berthold television 1986, 05:15–05:30.

44 See Spiekermann/Yukechev 2017.

45 Ibid. Like the Berthold company library and archives, Günter Gerhard Lange's archive was recently acquired by the Deutsches Technikmuseum in Berlin.

abovementioned interview with Yvonne Schwemmer-Scheddin in 2003 for *Typografische Monatsblätter*, his statements regarding Royal-Grottesk and Ferdinand Theinhardt were full of errors. In Lange's defence, the magazine article was based on an oral interview; it was not a peer-reviewed essay with footnotes, etc. Lange was already over 80 years old at the time; if I live to be 80, I hate to imagine all the things I will have forgotten by then.

Lange seems to me to have ignored common primary and secondary literature on German type foundries active at the end of the 19th and early 20th centuries, at least their passages about Ferdinand Theinhardt and the Theinhardt type foundry. These state, for example, that after Berthold bought the Theinhardt foundry, they continued to operate it as an independent subsidiary for two more years. During that time, the reorganised Theinhardt company became “Ferd. Theinhardt G.m.b.H., Berlin”. The letters “G.m.b.H.” indicate a limited liability company – a different business form than the foundry had used prior to 1908.⁴⁶ Lange also did not take into account sources stating that the post-acquisition Theinhardt catalogue in which he saw Akzidenz-Grottesk and Royal-Grottesk included many Berthold-made typefaces in it, such as Schmale Herold.⁴⁷ With his first-hand experience of Berthold's product portfolio, Lange should have been able to determine the number of real Berthold typefaces in the post-acquisition Theinhardt catalogue himself. Indeed, a handwritten note inside one of the post-acquisition catalogues from Berthold's own company library suggests that all fonts with product numbers higher than 3000 were Berthold fonts new to Theinhardt.⁴⁸ Akzidenz-Grottesk Regular's sizes in the catalogue had product numbers from 3760 to 3772; Royal-Grottesk was 4377–4386.

In his 2003 interview, Lange also stated, incorrectly, that bold and black weights of Royal-Grottesk had been produced.⁴⁹ While Berthold type specimen catalogues did include several sizes of Royal-Grottesk, none of them included additional weights. Neither are there any mentions of multiple Royal-Grottesk weights in standard secondary reference sources for German typefaces.⁵⁰ For whatever reason – consciously or otherwise – I believe that Lange made up a story. Since Berthold's own publications never attributed

46 Bauer 2011, 26. See also Jolles 1923, 188.

47 Ibid. See also Ferd. Theinhardt B (no date, no page numbers), product numbers 4647–4660.

48 See Ferd. Theinhardt B (no date, no page numbers).

49 Lange/Schwemmer-Scheddin 2003, 24.

50 Such as Wetzig 1926, or in periodicals like *Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftszweige*, *Archiv für Buchgewerbe*, *Deutscher Buch- und Stein drucker*, *Imprimatur*, *Journal für Buchdruckerkunst*, *Schriftgießerei und verwandte Fächer*, *Klimsch's Jahrbuch*, etc.

Akzidenz-Grotesk or Royal-Grotesk to any particular draughtsmen, engravers or punchcutters, a “story” surrounding their creation was never available – until Lange’s 1998 conference presentation and 2003 interview. Lange sought to fill the gaps in the historical record by extrapolating backwards from a specific event: the Akzidenz-Grotesk and Royal-Grotesk types’ appearances in a ca. 1908 Theinhardt foundry catalogue. Lange’s motivation to create a design history for Akzidenz-Grotesk is almost certainly because of the importance that the typeface came to have in graphic design from the 1950s onwards. Such a prominent typeface had to have a more impressive-sounding origin story than just being a number of anonymously created in-house products cobbled together over time into a haphazard family.

Conclusion

During the 1920s, Berthold published a number of typographic historical publications. The series included a history of the company itself,⁵¹ the previously mentioned bibliography, and even a new edition of Ferdinand Theinhardt’s 1899 autobiography.⁵² Around 1926, Berthold produced a type specimen brochure for a typeface that is definitively attributable to Ferdinand Theinhardt: Monumental, which at that time Berthold had just renamed Klassik.⁵³ An all-caps typeface, Monumental/Klassik’s letters were designed in the style of Ancient Roman inscriptional lettering. In the brochure, Berthold presented Theinhardt as a “type designer” – as the designer of Klassik. Theinhardt had originally cut Monumental/Klassik for Theodor Mommsen’s *Corpus inscriptionum latinarum* (published from 1863–1893). If Theinhardt had also designed Akzidenz-Grotesk or Royal-Grotesk, would that detail not have been included in this brochure? Following Berthold’s acquisition of Theinhardt’s foundry, they added the scholarly types that Theinhardt had cut, such as Monumental, into their general programme. Berthold would sell those Theinhardt products for a long time – all the way until 1978, when they stopped casting foundry type.

What are the differences between history as explained by Lange, and history as practiced by SchumacherGebler, Kupferschmid and myself? Every historian pulls events from the past together into something that he or she explains or analyses. My narrative of Akzidenz-Grotesk’s origins “shows its work” to a much higher degree than Lange’s did. Lange, at least in his old age, took too many shortcuts when it came to telling a history of Akzidenz-Grotesk. Perhaps, having designed so many new Akzidenz-Grotesk styles,

51 See Hoffmann 1921.

52 See Theinhardt 1920.

53 See Berthold (no date).

and having been responsible for converting the family into phototype (and probably to digital type as well), he thought he knew everything there was to know about the fonts and their history. Despite his access to Berthold’s large library, and his own, considerably large personal library, he did not consult secondary sources that were clearly relevant to these typefaces’ history and to Ferdinand Theinhardt’s. These books are not obscure publications; Lange must have known them. I want to believe that the younger Lange, when he was still in the prime of his career at Berthold, would not have made the same mistake.

Bibliography

- [AFB 1865] Benjamin Krebs Schriftgiesserei Nachfolger, “Moderne Steinschriften”, in *Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftszweige*, ed. Alexander Waldow, supplement to vol. 2, no. 3 (March 1865) (Leipzig: Alexander Waldow, 1865).
- [AFB 1886] Ferd. Theinhardt Schriftgiesserei, “Neuste schmale fette Zeitungs-Grotesque”, in *Archiv für Buchdruckerkunst und verwandte Geschäftszweige*, ed. Alexander Waldow, supplement to vol. 23, no. 1 (January 1886) (Leipzig: Alexander Waldow, 1886).
- [AFB 1903] Anon., “Schriftprobenschau”, in *Archiv für Buchgewerbe*, ed. Deutscher Buchgewerbeverein, vol. 30, no. 1 (January 1903) (Leipzig: Deutscher Buchgewerbeverein, 1903), 17–20.
- [Annenberg 1994] Maurice Annenberg, *Type Foundries of America and their Catalogs, Second Edition* (New Castle, Delaware: Oak Knoll Press, 1994).
- [Bauer 2011] Friedrich Bauer, *Chronik der Schriftgießereien in Deutschland und den deutschsprachigen Nachbarländern. Bearbeitet von Friedrich Bauer, Offenbach am Main 1928. Mit Ergänzungen und Nachträgen von Hans Reichardt*, PDF file (Frankfurt am Main: Hans Reichardt, 2011), <http://www.klingspor-museum.de/ChronikSchriftgiessereien.html> (accessed 31 March, 2019).
- [Bauer & Co. 1895] Schriftgießerei Bauer & Comp., *Gesamt-Probe unserer Schriften, Initialen, Ornamenten, Einfassungen, Vignetten etc. etc.* (Stuttgart/Düsseldorf: Schriftgiesserei Bauer & Comp., 1895).
- [Behrens 1900] Peter Behrens, *Feste des Lebens und der Kunst – Eine Betrachtung des Theaters als höchsten Kultursymbols* (Leipzig: Eugen Diederichs, 1900).
- [Berthold 1900] H. Berthold-Messinglinienfabrik und Schriftgießerei, *H. Berthold, Messing-Linien-Fabrik, Schriftgiesserei A.G., Berlin S.W.* (Berlin: H. Berthold AG, no date [ca. 1900]). In the Staatsbibliothek zu Berlin, this catalogue’s call number is RLS Fp 2434.
- [Berthold 1904] H. Berthold-Messinglinienfabrik und Schriftgießerei, *Royal- und Accidenz-Grotesk* (Berlin: H. Berthold AG and Stuttgart: Bauer & Co., no date [ca. 1904]). In the Staatsbibliothek zu Berlin, this brochure is bound into a larger collection of Berthold and Bauer & Co. type specimens; the volume’s call number is An 12171-1.
- [Berthold 1911] H. Berthold-Messinglinienfabrik und Schriftgießerei: *Hauptprobe unserer Schriftgießerei- und Messing-Erzeugnisse der Aktiengesellschaft H. Berthold*,

- Berlin S.W., *Fabriken in Berlin S.W., Wien, St. Petersburg und Moskau* (Berlin: H. Berthold AG, no date [ca.1911]).
11. [Berthold 1912] H. Berthold-Messinglinienfabrik und Schriftgießerei, *Accidenz-Grotesk-Schriften* (Berlin: H. Berthold AG and Stuttgart: Bauer & Co., no date [ca. 1912]).
 12. [Berthold (no date)] H. Berthold-Messinglinienfabrik und Schriftgießerei, *Klassik. Berthold Probenheft 223* (Berlin: H. Berthold AG, no date [ca. 1926]). In the historical archive at the Deutsches Technikmuseum in Berlin, this brochure's call number is III.2-24398.
 13. [Berthold 1958] H. Berthold AG, *100 Jahre Berthold. Festschrift zum einhundert-jährigen Jubiläum der H. Berthold Messinglinienfabrik und Schriftgießerei A.G. Berlin/Stuttgart, am 1. Juli 1958* (Berlin/Stuttgart: H. Berthold AG, 1958).
 14. [Berthold television 1986] Berthold television, *Type design*, promotional video (Berlin: H. Berthold AG, no date [ca. 1986]), <https://www.youtube.com/watch?v=Noe7KQsePQo>, 24 March, 2014 (accessed 31 March, 2019).
 15. [Caslon 1834] *Specimen of printing types*, ed. Caslon, Son & Livermore (London: Caslon, Son & Livermore, 1834). At the St Bride library in London, this catalogue's call number is 82521.
 16. [Deutscher Reichsanzeiger 1898] Anon., *Deutscher Reichsanzeiger issue 1898/109*, *Universitätsbibliothek Mannheim* online, 2017, <https://digi.bib.uni-mannheim.de/periodika/reichsanzeiger/ausgaben/1898/5/109> (accessed 31 March, 2019).
 17. [Ferd. Theinhardt 1884] Ferd. Theinhardt Schriftgießerei, unnamed type specimen catalogue (Berlin: Büxenstein, no date [ca. 1884]). In the Staatsbibliothek zu Berlin, this catalogue's call number is 4ⁿ An 1807.
 18. [Ferd. Theinhardt A (no date)] Ferd. Theinhardt Schriftgießerei, *Musterbuch* (Berlin: Ferd. Theinhardt, no date [ca.1896]). In the Staatsbibliothek zu Berlin, this catalogue's call number is RLS Gm 7303.
 19. [Ferd. Theinhardt B (no date)] Ferd. Theinhardt Schriftgießerei GmbH, untitled type specimen catalogue (Berlin: Ferd. Theinhardt GmbH, no date [assembled between ca. 1907 and 1912]). In the historical archive at the Deutsches Technikmuseum in Berlin, this catalogue's call number is III.2-24541.
 20. [Haenel 1833] *Proben der Schriftgiesserey und Schriftschneiderey von Ed. Haenel in Magdeburg. Zweite Lieferung. Blatt 25chr*, ed. Eduard Haenel (Magdeburg: Eduard Haenel, 1833). At the Gutenberg Museum library in Mainz, this catalogue is one of three with the call number 18/5130.
 21. [Hoffmann 1921] *Das Haus Berthold 1851-1921. Zum 25jährigen Bestehen der Aktiengesellschaft*, ed. Heinrich Hoffmann (Berlin: H. Berthold AG, 1921).
 22. [JfB 1834] Schriftgießerei von Eduard Haenel, "Neueste Lettern aus der Schriftgießerey von E. Hänel in Magdeburg", in *Journal für Buchdruckerkunst, Schriftgießerei und verwandte Fächer*, ed. Johann Heinrich Meyer, supplement to vol. 1, no. 3 (1 September, 1834) (Braunschweig: Johann Heinrich Meyer, 1834).
 23. [JfB 1875a] J.G. Francke Nachflgr. A.W. Kafemann, "Zeitungs-Grotesk", in *Journal für Buchdruckerkunst, Schriftgießerei und verwandte Fächer*, ed. Theodor Goebel, supplement to vol. 42, no. 20 (26 May, 1875) (Braunschweig: Meyer, 1875).
 24. [JfB 1875b] Schrift- und Stereotypen-Giesserei und mechan. Werkstätte von J.H. Rust & Co., "Halbfette Cursiv-Grotesque", in *Journal für Buchdruckerkunst* Schriftgießerei und verwandte Fächer, ed. Theodor Goebel, supplement to vol. 42, no. 21 (2 June, 1875) (Braunschweig: Meyer, 1875).
 25. [Jolles 1923] *Die deutsche Schriftgießerei – Eine gewerbliche Bibliographie. Unter Mitwirkung von Friedrich Bauer, Gustav Mori und Heinrich Schwarz. Bearbeitet von Dr. Lothar Freiherrn von Biedermann*, ed. Oscar Jolles (Berlin: H. Berthold AG, 1923).
 26. [Krebs (no date)] Schriftgießerei Benjamin Krebs Nachfolger, *Grosse Probenausgabe der Schriftgiesserei von Benjamin Krebs Nachfolger in Frankfurt am Main* (Frankfurt am Main: Benjamin Krebs Nachfolger, no date). At the Kunstbibliothek in the Staatliche Museen zu Berlin, this catalogue's call number is H 1237 mtl.
 27. [Kupferschmid 2012] Indra Kupferschmid, "Some notes on the history of Akzidenz-Grotesk", *Kupferschrift.de*, 12 April, 2012, <http://kupferschrift.de/cms/2012/04/ag/> (accessed 31 March, 2019).
 28. [Kupferschmid 2017] Indra Kupferschmid, "Some notes on the history of Akzidenz-Grotesk Part 2", *Kupferschrift.de*, 11 October, 2017, <http://kupferschrift.de/cms/2017/10/ag-2/> (accessed 31 March, 2019).
 29. [Lane/Lommen/De Zoete 1998] John A. Lane, Mathieu Lommen and Johan de Zoete, Dutch typefounders' specimens. From the Library of the KVB and other collections in the Amsterdam University Library, with histories of the firms represented (Amsterdam: De Buitenkant, 1998).
 30. [Lange/Schwemmer-Scheddin 2003] Günter Gerhard Lange and Yvonne Schwemmer-Scheddin, "GGL – Schrift, die spröde Geliebte. Ein mäanderndes Gespräch", in *Typografische Monatsblätter, Sonderheft Günter Gerhard Lange*, ed. Jean-Pierre Graber (Zürich: Comedia, 2003).
 31. [McNeil 2017] Paul McNeil, *The Visual History of Type* (London: Laurence King Publishing, 2017).
 32. [Neubau 2016] Neubau, "NB Akademie", *Neubauberlin.com*, May 2016, <http://neubauberlin.com/project/nb-akademie-otf-stdpro/> (accessed 31 March, 2019).
 33. [Optimo (no date)] Optimo, "Theinhardt", *Optimo.ch*, https://www.optimo.ch/typefaces_Theinhardt.html/ (accessed 31 March, 2019).
 34. [p98a 2016] Anon., "Typeface: Akzidenz Grotesk", *p98a.com*, 15 June, 2016, <https://www.p98a.com/collection/typefaces-akzidenz-grotesk/> (accessed 31 March, 2019).
 35. [Reynolds 2018] Dan Reynolds, "Midolline: How a Frenchman became Germany's first type designer", *TypeOff.de*, 23 September, 2018, <http://www.typeoff.de/2018/09/how-a-frenchman-became-germanys-first-type-designer/> (accessed 31 March, 2019).
 36. [Reynolds 2019a] Dan Reynolds, "German, Swiss, and Austrian typefaces named Royal or Akzidenz", *TypeOff.de*, 12 February, 2019, <http://www.typeoff.de/2019/02/typefaces-with-royal-accidenz-or-akzidenz-in-their-names/> (accessed 31 March, 2019).
 37. [Reynolds 2019b] Dan Reynolds, "The Academy of Sciences of the USSR's hieroglyphs font (1928)", *TypeOff.de*, 22 February, 2019, <http://www.typeoff.de/2019/02/the-academy-of-sciences-of-the-ussrs-hieroglyphs-font-1928/> (accessed 31 March, 2019).
 38. [Reynolds 2019c] Dan Reynolds, "Berlin locations of the old Ferd. Theinhardt foundry", *TypeOff.de*, 25 February, 2019, <http://www.typeoff.de/2019/02/>

berlin-locations-of-the-old-ferd-theinhardt-foundry/ (accessed 31 March, 2019).

39. [Reynolds 2019d] Dan Reynolds, "The godfather – Retracing the origins of Akzidenz-Grotesk", in *Footnotes*, ed. Mathieu Christe, issue C (Geneva: La Police, 2019), 134–143.
40. [SchumacherGebler 2008] Eckehart SchumacherGebler, "Ferdinand Theinhardt, die Akzidenz-Grotesk und die sächsische Großmutter der Helvetica", in *Schriftgestalten – Über Schrift und Gestaltung*, ed. Tino Graß (Sulgen: Niggli, 2008), 242–256.
41. [Spiekermann/Yukechev 2017] Eugene Yukechev, "Erik Spiekermann", online interview, *TypeJournal.ru*, 18 September, 2017, <https://typejournal.ru/en/articles/An-Interview-with-Erik-Spiekermann-at-p98a> (accessed 31 March, 2019).
42. [Theinhardt 1920] Ferdinand Theinhardt, *Erinnerungsblätter aus meinem Leben*, Second Edition (Berlin: H. Berthold AG, 1920).
43. [VDS 1950] *Verzeichnis der Schriftnamen vom 1. Juli 1950. Abgeschlossen am 30. Juni 1950*, ed. Franz Gerhardinger, typescript (Offenbach am Main: Verein der Schriftgießereien, 1950). At the Gutenberg Museum in Mainz, this document's call number is GM D/80.
44. [Wetzig 1926] *Handbuch der Schriftarten*, ed. Emil Wetzig (Leipzig: Albrecht Seemann Verlag, 1926).

Fit for purpose

Maciej Majchrzak

The Academy of Art and Design in Wrocław

We can distinguish three separate areas related to creating letters: writing (or calligraphy), lettering and typography. Fred Smeijers (a type designer, researcher and teacher working at the Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig) states that there are three kinds of letters: written, drawn or "lettered", and typographic. All of these are defined by the method of their creation: writing, drawing, lettering and typographic production. Written letters are made through the activity of writing alone, and the moment of their creation and their use is one and the same. When we write, we create elements significant to the construction of a sign with one stroke. It's not yet typography, even though it also uses letters. When I take a picture of the written letters – cut something, move from one letter to another – I'm leaving writing behind: the lettering stage begins. Here, elements that are meaningful for the construction of a sign are made with more than one stroke. Typography is distinguished by the introduction of mechanisation.¹ Typefaces are the material that typography is built from.

Type design is currently a commonly available kind of knowledge. It takes training and education, but there are many sources of information. Type design has become part of the graphic design education curriculum in Europe. Behind new typefaces there are specific motivations. "The emergence of a typeface [...] is the result of creative spirit, interest or a need".²

Robert Bringhurst mentions good practices instead of rules: "The principles of typography as I understand them are not a set of dead conventions but the tribal customs of the magic forest, where ancient voices speak from all

¹ Fred Smeijers, *Counterpunch: making type in the sixteenth century, designing typefaces now* (London: Hyphen Press, 1997), 19–20.

² Cristóbal Henestroza, Laura Meseguer and José Scaglione, *Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu* (Kraków: d2d, 2013), 10.

directions and new ones move to unremembered forms”.³ This essay is based on an analysis of the examples and opinions of designers published in professional literature, on blogs and in online magazines. At its conclusion I present a short summary of my own work with custom-designed type for particular clients – typefaces *fit for purpose*. Dedicated typefaces don’t have their own separate chapters in typography textbooks; they are usually considered as part of a period in history or a designer’s oeuvre. Still, there are critical articles in professional magazines and blogs, thanks to which discussion about the quality and purpose of various designs can continue.

Historical context

Throughout the majority of the 20th century, corporations bought licenses for typefaces from type foundries. The technology behind typography kept changing, and many new typefaces emerged, but typography dedicated to a particular company remained rare. In the second half of the century, it turned out that typefaces created before the digital era don’t display well (rendering shapes on the screen’s pixel grid) on computer monitors. Additionally, the analogue technology of production influenced the shape of writing. For example, the Linotype process required designing italic and bold versions in the same width as Antiqua, which imposed a compromise and led to unnatural shapes. Digital editions can fix these problems.⁴ One could also begin a discussion on an entirely different issue called “revival” in English,⁵ but that is not the subject of our essay.

Thanks to computers, everyone can become a type designer now. A common practice (due to the simplicity and quality of fonts) is designing a dedicated typeface as a broader typography-based brand communication strategy. One of the most renowned typographers and type designers, Erik Spiekermann (co-founder of FontShop, FontFont, MetaDesign and Edenspiekermann; creator of typefaces such as Meta and Officina, which have changed the typographic landscape for good), believes that the personal computer was the factor behind creating exclusive-licence corporate type.

Technological development prompted the emergence of many new typefaces; another change occurred in the scope of design. Designers now deal

- 3 Robert Bringhurst, *The Elements of Typographic Style 4.0* (Vancouver, Seattle: Hartley & Marks Publishers, 2012), 9.
- 4 Veronika Burian, “Why Do We Need More Typefaces?”, <http://www.alphabettes.org/why-do-we-need-more-typefaces/> (accessed 08 April, 2019).
- 5 In Polish, we can talk about the reconstruction, revitalisation or digital edition of a typeface. A digital edition can be true to the analogue original, or it can also be an entirely new concept, for which the original is only a starting point.

with larger font families containing more characters. New body typefaces are used for longer passages of text, but they also have display potential. There are also different contexts of reproduction: print (also in large scale, such as for billboards) and displays (dozens of kinds of displays with various qualities). The presentation of Apple’s systemic type San Francisco⁶ summarised the complexity of technical issues (the specificity of digital display and print). It is also worth recalling Tim Ahrens’ outstanding publication on the optical adjustment of typeface styles to the stage of reproduction.⁷

Currently, project studios hire several people (usually less than 20), and work on one’s own is even possible too. Łukasz Dzedzic (one of the most important Polish designers working in the field of typography; one of few Polish type designers to have enjoyed international success) said in conversation with the authors of the book *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*: “One can design, produce and publish a font family on their own. Even several dozen thousand glyphs. But I don’t want to do it [...] a larger team requires more intensive communication and cooperation. A small group of people is probably the golden balance”.⁸ The level of complexity and scope of a project also influence a lot.

When we talk about corporate type, we should notice that it is not only logos which define it, but the larger number of elements and experiences stemming from dealing with a brand. Typography is one of them. It is increasingly present in our highly digitalised world – user interfaces in applications or on websites mostly consist of text.

What is type *fit for purpose*?⁹

In literature dedicated to typography and graphic design, as well as on type foundry or design studio websites, we can come across two names for “fit-for-purpose” type: *custom* and *bespoke*. These names can be used interchangeably, depending on the nature of a project.

The scope of services is limited, and repeats in the offers of many type foundries and design studios: commissioned typefaces can be modifications

- 6 <https://developer.apple.com/videos/play/wwdc2015/804/> (accessed 08 April, 2019).
- 7 Tim Ahrens and Shoko Mugikura, *Size-specific adjustments to type designs: An investigation of the principles guiding the design of optical sizes* (Garching: Just Another Foundry, 2014).
- 8 Agata Szydłowska and Marian Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce* (Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2015), 177.
- 9 I write this term in italics, because it doesn’t appear in any dictionary known to me. It’s a general term, from outside the typographic field, so it’s difficult to consider me as the author of a new term.

of catalogue fonts (expanding the character set, modifying the original project) or entirely new projects developed from scratch. Fit-for-purpose type is licensed differently. It may be an exclusive licence (not sold to anyone else), non-exclusive, a temporary licence or a licence for third parties. Such projects are called *custom* (from *customise* – make to order or rework according to the client's individual request) or *bespoke* (fit for purpose or designed for an individual user).

The contemporary context

The contemporary typographic landscape, as well as the physical one around us, is somewhat crowded. When I ask whether we need new fonts, two renowned designers provide answers – Peter Bilak (Typotheque) and Veronika Burian (TypeTogether). Peter Bilak notices that we're living in a golden age of typography: there are more type foundries than there have ever been; the distribution of fonts is simpler and more direct; designing typefaces is a hot topic on professional blogs and in magazines; and even the general media express an interest. Emerging designers are being taught on new courses.¹⁰ In a text from 2011, Bilak mentions the existence of 150,000 fonts online, which can be downloaded onto a computer at any time; in the last eight years this number has certainly expanded. Bilak asks whether there is any other reason for designing new typefaces if we already have so many, but despite such favourable conditions for the development of this area of typography, most new fonts lack originality. Many designers utilise successful past projects instead of looking for new solutions. This state of affairs can be explained by the ability to produce and publish fonts on one's computer, as well as the lack of effort towards contributing to the profession's development. There is no need to create a typeface that is not original or innovative enough, but there is still a demand for originality.¹¹ One year later, Veronika Burian wrote her observations in an article published in the book *TYPO9010*, which presented digital typefaces made by Czech designers between 1990 and 2010. We can still say that typography has more importance than ever before, including its own visibility, communication channels, the various media in which typography matters, user interfaces and visual identification. The author makes an important observation that many typefaces emerged as the result of creative attempts by amateurs, and that they should be approached differently to those made by professional typographers. In the area of professional typography, small, emerging type foundries must build their own unique font portfolio, ideally with a particular purpose, for example for setting bodies of text or for

10 Peter Bilak, "We don't need new fonts...", https://www.typotheque.com/articles/we_dont_need_new_fonts (accessed 08 April, 2019).

11 *Ibid.*

historical reconstructions. The foundations for new projects should be quality control and working on original solutions instead of plagiarising. Some of the best solutions merge one's own research with the understanding of historical context and with abstract ideas. Among the reasons for developing new typefaces we can mention private interests, technological development, clients' demands and commercial decisions.¹²

The advisability of fit-for-purpose typefaces

Typography has become an important aspect of creating contemporary brand images. Erik Spiekermann says that "Corporations and brands speak to their customers, employees, the press. To the public, in public. They do so mainly in writing, regardless of the medium. Even a TV spot cannot exist without showing the brand name or the claim: both are writing."¹³ The market offers thousands of fonts and font families. Apart from construction and glyph drawing, these differ in terms of the character set, the number of programmed OpenType features, the kind of licencing, the price, legibility, added aesthetic value and the level of perfection. Despite such richness, many companies still decide to commission a custom typeface. One may ask a justified question about the advisability of doing so. There are three areas in which custom typefaces have advantages over those purchased from font libraries offered by type foundries: 1. the uniqueness and coherence of visual identification, 2. the price, 3. the possibility of adjusting the project to individual needs. With regard to the first, we may mention the typeface created for Samsung. Aside from the commonly recognised advantages offered by coherent and unique brand communication, it's worth noting that mobile devices made by this producer work on the Android system, which utilises the Roboto typeface (a Google-developed corporate typeface).¹⁴ An example in support of the second point may be Netflix Sans. According to its design director Noah Nathan, the company decided to commission a custom typeface for two basic reasons: the growing cost of licensing the Gotham typeface that they used previously, and developing a more "ownable" image.¹⁵ The first two of the aforementioned

12 Burian, "Why Do We Need More Typefaces?".

13 Creative Bloq Staff, "Erik Spiekermann on why type is brand", Creative Bloq online, <https://www.creativebloq.com/branding/erik-spiekermann-why-type-brand-41411187> (accessed 08 April, 2019).

14 Miriam Harris, "8 digital brands that designed custom typefaces to save millions", Digital Arts online, <https://www.digitalartsonline.co.uk/news/typography/8-digital-companies-that-designed-custom-typefaces-to-save-millions/> (accessed 08 April, 2019).

15 Jenny Brewer, "Netflix unveils Netflix Sans, a new custom typeface developed with Dalton Maag", *It's Nice That* online, <https://www.itsnicethat.com/>

points usually lead to a product developed from scratch; the third refers to the expansion or modification of a typeface pre-existing in the library of a type foundry. Such was the case with the Cyrillic version of the Karmina type from the TypeTogether library.¹⁶ Another case is Bree Perú. The Bree typeface from the library of the same type foundry was modified in order to be connected to a new Perú brand logotype.¹⁷ Another kind of demand from a client (a global brand) is adjustment to various scripts – for example, the Dalton Maag studio has designed a multi-script font family for ABB Voice.¹⁸ An additional aspect, often emphasised, is the release of a typeface across various media – it's a sign of the times. An interesting example is a design for Sandoll designed by TypeTogether¹⁹ – the oldest type foundry in Korea commissioned a typeface in order to increase its marketing position and improve relations with global clients. These aren't unique examples – I have mentioned just one from each category in order not to expand my essay.

It's worth mentioning that Christian Schwartz (Commercial Type), a renowned type designer, said in an interview with *Eye* magazine that he initially tries to discourage a client from commissioning a new typeface. The goal is for the team to find out whether the client actually requires a new project, or whether there's a pre-existing one that already meets their needs. Reworking that which is already functioning would be a loss of time and resources.²⁰

Uniqueness

We can come across opinions that new typefaces look similar to many others, or that they aren't polished enough. These accusations are partly justified. Typefaces such as Roboto (for Google),²¹ or YouTube Sans²² have often been

[news/netflix-sans-typeface-dalton-maag-graphic-design-210318](https://www.type-together.com/news/netflix-sans-typeface-dalton-maag-graphic-design-210318) (accessed 08 April, 2019).

16 <https://www.type-together.com/karmina-cyrillic> (accessed 08 April, 2019).

17 <https://www.type-together.com/bree-peru-font-family> (accessed 08 April, 2019).

18 <https://www.daltonmaag.com/work/abb-voice> (accessed 08 April, 2019).

19 <https://www.type-together.com/sandoll> (accessed 08 April, 2019).

20 "Reputations: Commercial Type", *Eye* online, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-commercial-type> (accessed 08 April, 2019).

21 Stephen Coles, "Roboto Is Was a Four-headed Frankenfont", *Typographica* online, <https://typographica.org/on-typography/roboto-typeface-is-a-four-headed-frankenfont/> (accessed 08 April, 2019). We must note that the Roboto typeface was corrected following the critical voices.

22 Nina Stössinger, "Of Branded Voices and Funny Hats: A Closer Look at YouTube Sans", *Typographica* online, <https://typographica.org/on-typography/of-branded-voices-and-funny-hats-a-closer-look-at-youtube-sans/> (accessed 08 April, 2019).

criticised. A project for a typeface responds to particular demands from a client (media communication, supported languages) and belongs to a wider strategy of brand communication. Let's look at the introduction of the textbook *How to create typefaces*. One of its authors, Cristóbal Henestrosa, writes: "Every new project naturally affirms or contests something that was invented before. Many people think that the most original typeface, the one that stands out the most, is the best. Sometimes this is so: like when I want to draw attention, as if I was crying in despair. I believe that the best typefaces were the ones that could see themselves in the mirror of tradition and propose solutions similar to canonical ones without breaking with them".²³ With dozens of corporate typefaces designed in recent decades, someone who is not engaged with the subject might find it difficult to discern the subtle differences between them. It seems that large corporations (especially from the tech industry – negative accusations are mostly addressed at them) speak in a similar tone of voice. The branch of dedicated typefaces is vast and one can find diverse projects there. A counter-example might be, for example, the typeface designed for the Asics Tiger brand,²⁴ or, with another sport shoe example – for the Nike shop in Oslo.²⁵

Typography is an art of balanced decisions and of linking means with message. Gerard Unger, the renowned typographer, wrote in his canonical book *While You're Reading*: "It turns out to be difficult for readers, typographers and type designers to shrug off the labels of conservatism that history seems to have given them. In reality, however, there are few wholly progressive or completely conservative people: combinations of conservatism and progressiveness are common and varied."²⁶ We have a number of attributes to use: distinguishing characters,²⁷ thicknesses, widths, the structure of the family, and supported languages. In many cases, the space for manoeuvring is very limited, and eventually details are decisive. We also have to note that we're living in a world of globalised aesthetics.

Typefaces fit for purpose in Poland

Without getting too deep into the reasons for this state of affairs, we can say that the typographic tradition is not very rich in Poland when compared to

23 Henestrosa, Meseguer and Scaglione, *Jak projektować kroje pisma*, 15.

24 <https://www.kontrapunkt.com/work/asics-tiger/> (accessed 08 April, 2019).

25 <http://www.ohyeahstudio.no/project/nike-custom-typeface-oslo/> (accessed 08 April, 2019).

26 Gerard Unger, *While You're Reading* (New York: Mark Batty Publisher, 2007), 40–41.

27 I refer to the Latin script.

the West, or even to our southern neighbours. Currently, we don't have type foundries, aside from small companies. There are few type designers for whom the activity is their sole source of income – but regardless, typography is developing and constantly gaining more attention. There are courses, workshops, symposiums and conferences, and meetings with designers. Type design and typography are an important part of the curriculum at graphic design-related studies. The situation is changing, but the subject still remains niche to a wider audience in comparison to, for example, illustration.

In our recent history we have examples of fit-for-purpose, commissioned typefaces. We couldn't omit the typefaces designed by Łukasz Dziedzic (for companies such as Empik and Reserved). One of the most popular fonts on the Google Fonts platform is Lato, originally commissioned by a Polish bank. The client rejected the project and it was eventually shared on Google Fonts.²⁸ Lato is a great example of a “global”²⁹ aesthetic, but very distinct at the same time.

In the last few years I have had the pleasure of designing four typefaces as part of my professional work, three of them commissioned by the PBD design studio. In each case, typography played an important part in the visual identification. The most recent was a commission from the Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design in Wrocław.

In the context of the Polish market, typography-based identification is still rare, and it's a success if a client can be convinced of such an idea. The studio always takes the weight of negotiation. The studio's competence in terms of typography (negotiation with the designer) and finding fitting arguments (negotiation with the client) deserve appreciation. Thanks to thorough work, we have succeeded in creating the typefaces Rainbow, Accen and Koedu. I will describe the typefaces themselves, but they should also be considered as part of the entire concept of visual identification. In the footnotes I add links that enable viewing the projects.

The Rainbow typeface completes the new Rainbow brand image. The typeface project was based on the new signet of the brand. It's a rounded, sans-serif font with a mild, friendly profile and solid letterforms with rounded ascenders. The Rainbow font family includes three styles: an attention-grabbing display style, which is the base of the Rainbow logotype and can be used for short captions, as well as body styles – regular and bold for larger text

28 More on the project in: Szydłowska and Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel*, 176–179. Łukasz Dziedzic discusses the project at <https://www.youtube.com/watch?v=r4lRwdkafzM> from 30 minute onwards, but the entire recording is worth watching.

29 Szydłowska and Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel*, 176–179.

passages. Each style contains almost 400 glyphs and covers most languages within the Latin script. The font also contains a signet, and the company logotype can be typed from the keyboard level. A similar functionality was also included in the subsequent typefaces.³⁰

The Accen typeface is solid and distinct. Italics, numbers and special characters were designed in one width. The letter construction is simplified; the bowls are short and broken – the font refers to the technical nature of Accen's activity. The typeface is also distinguished by precise details and a stencil-like character. The vertical strokes for letters such as “E”, “H”, “D” or “R” were shaped to break the monotonous nature of vertical and horizontal elements in italics while maintaining the solid construction of the letterforms.³¹

The Koedu typeface completes the new Żak brand image. The typeface is harmonious with the previous brand image and creates a new logotype. The typeface is a sans-serif font – a hybrid of humanistic typefaces and grotesques of a technical nature. Thanks to such a solution, we managed to achieve a friendly typeface that answers the needs of visual communication of various means (flyers, a website, outdoor campaigns). A bolder style of the font was equipped with a set of pictograms used in the brand's promotional campaigns. The pictograms were harmonised with the typeface and implemented into the font.³²

The most recent project, gradually being realised, is the Geppert Sans font family designed for the Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design in Wrocław. In this case, the academy knows very well what good typography is like, and is aware of the power of a coherent image. The typeface was designed for promotional (outdoor) materials and the internal publications of the academy. The academy releases a lot of visually diverse materials and publications, so the initial assumption was to design a “neutral” typeface. Apart from that, the typeface has a warm quality. We can classify it as a sans-serif humanistic Antiqua. A second assumption was an attempt to add a local touch – the “Wrocław” letter “W”, or the “local” letter “Ł”, inspired by Polish lettering, with a distinct bar (a balance between the global and the local). The third assumption was to use a construction of letterforms simple enough to add variations but without changing the coherence of the project (contemporary technology allows the development of fonts made of layers, with parameterisation and interpolation), for example during classes and workshops. As part of the font family, we have developed an Antiqua and an italic (the italic not being an italicised Antiqua) in styles of thickness: book for

30 <https://pbd.pl/projekty/rainbowtour/> (accessed 08 April, 2019).

31 <https://pbd.pl/projekty/accen/> (accessed 08 April, 2019).

32 <https://pbd.pl/projekty/zak/> (accessed 08 April, 2019).

longer text, and medium and bold for headings. The typeface is very legible in small sizes, so it can be used in print as well as on displays.

Summary

Thanks to the dynamic development of new technologies, designing typefaces became more accessible. Along with these changes, the concept of the visual identification of companies and corporations, in which typography and its building material (dedicated, fit-to-purpose fonts) play an important role, became more common. The results of popularising typography (the Internet, user interfaces) also include the increase of commonly available typefaces. Emerging projects can be divided into two tendencies: 1. fonts that are the result of creative attempts by amateurs, 2. fonts made by professional designers. In my essay, I have focused on the latter. There are a large number of products that are valuable, original and functional, but there is also a side-effect – a sizeable number of those aren't sufficiently original or developed enough. The typographic market keeps developing in Poland, and good practices are worth presenting in order to contribute to a quality, diverse visual culture. Designing corporate type is only a small stone in this large garden, one of many. It is advisable to the extent in which the created projects are functional, original or innovative. Typography still plays a vital role in communication; the development of technologies may yet again prompt typography to adjust to new potential media and to changing aesthetics.

The legibility of informational typefaces

Robert Jarzec

University of the Arts in Poznań

Orientation systems are designed to facilitate navigation in particular areas, to point the routes to chosen locations. Signage can also notify of potential health hazards. Regardless of whether noticing information is obligatory or just optional, such messages have to compete for our attention with others whose form goes beyond the purely visual, and which often carry an extensive persuasive function (like ads, for example).

Distortions

Even if a recipient can correctly decode a received signal, noise accompanying a communicational situation may be disturbing or misrepresent the information. In Shannon and Weaver's well-known model, developed originally for telecommunication technologies and later expanded into a general model, a signal running from a sender, after entering a communication circuit, travels through a channel that links the transmitter and the receiver. The signal, passing through the channel, may be distorted by communication noise. In extreme cases, the noise can significantly hinder the reception of information or lower its legibility.

The level of legibility of text-mediated information in space is shaped by the relationships between a number of factors, such as image sharpness in relation to the distance from the eye and the centre of the visual field; perspective distortions; lighting conditions; the size of the text objects; colour contrast and sensitivity to various lengths of light waves; eye movement; the duration and frequency of eye fixations; elements of the reading process related to character and word recognition; and text reproduction techniques and media parameters, determining, for example, light emission or reflectance. Being aware of these mechanisms and their varied relationships can be useful in the precise definition of requirements that a typeface should meet in a particular environment. The very precise definition of reading

important, as there is no typeface, nor a universal set of qualities, which can potentially work in all conditions.

Character and word recognition

“The order of letters in a word doesn't matter. Only the first and last letters should be in place; the rest can be completely chaotic and we should still be able to read the text without problems” – such an example was often brought up by Jerzy Vetulani during his lectures on the processes that take place in our brains when we read.¹ At the same time, it can happen that we misread the shape of a letter and confuse a correctly spelled word with one that looks similar (for example, if we confuse “r” with “n”, we will read “nose” instead of “rose”). This fact, the scourge of proofreaders, editors and typesetters, is based on the mechanism of processing the image that falls onto the retina into the form that is then sent to particular brain areas.

The images of the letters that create a word are separated into individual components. In the superior colliculus, each letter is analysed according to its basic characteristics – whether it is composed of horizontal, vertical or diagonal lines or bows. Later, information is sent to the visual cortex via the parvocellular pathway (which has high spatial resolution and transmits information about colour, for example, but has lower sensitivity to contrast than the magnocellular pathway). In the model described by Keith Rayner and Alexander Pollatsek,² based on the activation-verification model,³ this information is used to distinguish a given character from a group of similar characters. Also, the image of a word (even if the order of letters doesn't match the pattern encoded in memory) is recognised on the basis of the analysis of similarities and differences with images of familiar words. As we can see in the aforementioned example, it is important that the first and last letters match the memorised pattern. In such cases, recognition of a word on the basis of its edges is also easier in the peripheral view, due to lower sharpness and the crowding effect, which increases as the word shifts from the centre of the visual field.

If the order of most of the letters in a word is correct, and a mistake appears only locally (for example, one of the letters is replaced with a letter not

- 1 Jerzy Vetulani, “Błogostawiona mutacja genu FoxP2”, *Gazeta Wyborcza*, 17 June, 2011, http://wyborcza.pl/1,75400,9801332,Blogostawiona_mutacja_genu_FoxP2.html (accessed 02 April, 2019).
- 2 Keith Rayner and Alexander Pollatsek, *The Psychology of Reading* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall International, 1989).
- 3 Kenneth R. Paap, Sandra L. Newsome, James E. McDonald and Roger W. Schvaneveldt, “An Activation-Verification Model for Letter and Word Recognition: The Word-Superiority Effect”, *Psychological Review* vol. 89, no. 5 (1982).

appearing in the original word), we will usually succeed in reading the word. The brain corrects mistakes, skipping the components of information that don't match the shaped pattern. The reading process is also co-determined by the context and text anticipation – thus the wider the reader's vocabulary, the better.

Character similarity and polarisation

The study by Nadine Chahine and a team of researchers from the Massachusetts Institute of Technology⁴ shows that the average time necessary for the reception of information set with a typeface comprising a less-differentiated structure of letterforms belonging to various shape groups extends by about 6.7%. Participants of the experiment were asked to decide whether a displayed line of characters was a word or not. In the test materials, Frutiger (humanist sans serif) and Eurostile (geometric grotesque) typefaces were used, modified in order to unify the optical size of both. The Eurostile typeface is characterised by a smaller apertures in letters like “a”, “c” and “e”, and a larger curve tension than in Frutiger (bows in the round letters are significantly flattened – for example, the letter “o” is more similar in shape to a rectangle than an ellipsis). In the case of the same text samples set in negative polarisation, the average reaction time for the Eurostile typeface was extended by 9.1% compared to Frutiger. In the following part of the experiment, the average reaction time for positive and negative polarisation was compared, while the text samples were set with only one typeface (Frutiger, performing better in previous tests). The average reaction time for negative polarisation was higher by 38.6%. Considering these results, dark text on a light background will be more legible if we use reaction time as the criterion. Still, the context in which the information arrives may change a lot. In the case of road signage, negative polarity (bright letters on a dark background) is usually selected due to the amount of light reflected by a board. At night, a large amount of light reflected by a light signboard would become blinding.

The contrast between the text and background colour is equally important. “The most important colour contrast to people with impaired vision is contrast in brightness defined as colour reflectance. It is more important than difference in hue and contrast in chromaticness. The ADAAG [Americans with Disabilities

- 4 Jonathan Dobres, Nadine Chahine, Bryan Reimer, Bruce Mehler and Joseph Coughlin, *Revealing Differences in Legibility Between Typefaces Using Psychophysical Techniques: Implications for Glance Time and Cognitive Processing* (Cambridge, MA: MIT AgeLab, 2014).

Act Accessibility Guidelines] recommends a 70% difference in colour reflectance for a signboard and its background.”⁵

Visual acuity

Visual acuity is dependent, to a large extent, on the distance from the eye and the shift of an object relative to the centre of our visual field. In the case of type, depending on the point size and eye distance typical for continuous reading, 3–5 letters are usually seen in the centre of the gaze. The remaining characters are seen with less precision – lowering the further they move towards the area of peripheral vision. It’s a result of the anatomy of the human eye – the greatest density of cone cells (responsible for acute vision and seeing colours) is located in the fovea, in the centre of the macula lutea of the retina; this makes it the place of the most acute vision. The further we move from the middle of the eye, the more rod cells there are, which enable shape recognition (also in poor light), black and white vision and motion detection. We have ten times more rods than cones, which translates into the ability to recognise shapes, but with the omission of much detail. An image is also analysed only at the moment of eyeball fixation. While reading continuous text – but also long, single words – the eye makes saccadic movements, stopping for ca. 200–400 milliseconds on the text. The fixation points do not necessarily appear within a word or at its edges. The length of progressive saccades and the number of regressive ones (when the eye moves backwards and returns to part of the text followed earlier) may depend on the quality of typesetting, the complexity of the content or reading agility.

Each character can potentially be found at any distance from the centre of the foveal vision area. Due to this, images of particular letters are seen simultaneously on various levels of sharpness. We can measure this more precisely by defining the point of the desired centre of the visual field, and by knowing the visual angle and the shift of characters in relation to the centre of the gaze.

Spatial frequency

The sharpness of an image is also limited in the centre of the visual field, because the density of cones and rods conditions the maximum and minimum resolution of an image projected onto the retina, depending on the distance between the lens and the observed object (yet another issue is posed by visual impairments caused by deformations of the eye lens). In a situation in which distance cannot be precisely estimated, the visual angle of an observed object is defined. In connection with spatial frequency, this provides a method of

estimating the perceptive capabilities of the human eye. Spatial frequency describes two-dimensional images in a similar way to sound- or radio-wave imaging. Each cycle of the change of brightness within the pattern (for example, from black to white, and the reverse), with reference to a unit of length measured by horizontal orientation, can be depicted as a sinusoid. The maximum spatial frequency enabling noticing a particular object is 60 cycles per degree.⁶ In comparison, the majority of the distinguishing letter features can be described in frequencies between 4–8 cycles per degree (with the point size and eye distance average for continuous reading).⁷ For two objects to be perceived separately, with a distance of 40 cm from the eye, they should be separated by a distance of at least 0.1 mm (it is more or less the average thickness of the line dividing the counters in a lowercase, 5-point “e”).⁸

With the use of spatial frequencies we can describe monochromatic images in a similar way to those in colour – using three channels. In the case of colour images, the channels match the wavelengths interpreted by the human brain as red, green and blue (received by three kinds of cones). For monochromatic images, these would be channels covering the selected range of spatial frequencies that build a composite image (the frequencies for each of these channels are closed within an octave, so the upper limit of the scale is twice the lower limit).⁹ At the moment of shape recognition, depending on the distance from the eye and the size of the object, particular frequency ranges are perceived as dominant. Large-sized letters are identified on the basis of analysing their edges (covered by high frequencies); letters that are small or at a distance from the eye – by the main strokes and general shape (covered by low frequencies). Hence, it is easier to notice proportions, contrast and mass allocation in smaller sizes, while details and outlines – in close-up.¹⁰

5 Per Mollerup, *Wayshowing > Wayfinding* (Amsterdam: BIS Publishers, 2013).

- 6 Charles Bigelow and Donald Day, “Digital Typography”, *Scientific American* vol. 249, no.2 (1983).
- 7 Tim Ahrens and Shoko Mugikura, *Size-specific adjustments to type designs: An investigation of the principles guiding the design of optical sizes*, Second Edition (Munich: Just Another Foundry, 2014).
- 8 Ibid.; Peter Karow, *Font Technology: Methods and Tools* (Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1994).
- 9 Robert A. Morris, Kathy Aquilante, Dean Yager and Charles Bigelow, “P-13: Serifs Slow RSVP Reading at Very Small Sizes, but Don’t Matter at Larger Size”, *SID Symposium Digest of Technical Papers* vol. 33, no.1 (2002).
- 10 Najib J. Majaj, Denis G. Pelli, Peri Kurshan and Melanie Palomares, “The role of spatial frequency channels in letter identification”, *Vision Research* vol. 42 (2002); Ahrens and Mugikura, *Size-specific adjustments to type designs*.

Character width and spacing

Sofie Beier and Mary Dyson¹¹ point out, that when text is located in the centre of the visual field, the use of wide letters extends the average time of reaction to a stimulus (also in this case, participants were asked to decide whether a displayed line of characters was a word or a pseudoword). At the same time, they note that letters with wider proportions are easier to read when a displayed word is located above or below the centre of the visual field, or on the right side of it – even though the right edge of a word is located much further away from the central area of the gaze than in the case of using a typeface with narrower proportions (due to this, it becomes more blurred or even located outside the visual field).

The further from the centre of the visual field, the more crowded letters appear. This fact makes words that are off the foveal vision area harder to recognise than freestanding characters. The spacing appears to be smaller than when the word is located in the centre of the visual field, and the letter shapes become deteriorated by blurring. Letters are more often misread when the features determining their construction and facilitating recognition are on the side neighbouring with another character (for example, the letter “E” has more distinguishing features on the right side, so it’s easier to identify when it’s at the end of a word than at the beginning). Tim Ahrens notices that the factor determining the minimum point size we can read, and our maximum reading rate, may be crowding in the peripheral view, resulting in character misinterpretation, rather than diminishing acuity at a greater distance from the foveal vision area.¹²

Denis Pelli and the team¹³ describe in detail the relation between the distance from the centre of the gaze and the occurrence of the crowding effect. They even propose a method of calculating the minimum spacing level in order to avoid the impression of letters melting together (the formula is based on the use of monospaced fonts, where distances between the centres of letter

counters are calculated). Manuel Perea and Pablo Gomez¹⁴ point out that, in the case of constant reading, the average time of eye fixation is shorter when the text is set with larger spacing.

Nevertheless, larger spacing may decrease the number of characters perceived in the fixation point and in the peripheral view. Enhancing letter spacing while narrowing letters may be a solution to some extent. Both of these changes should be proportional to text size and eye distance.

Increasing letter spacing in order to prevent crowding is possible only up to the point at which the word falls apart, and the letters themselves begin to be interpreted not as elements of a word but as individual characters (however, large spacing is used in typesetting directed at readers with dyslexia).

Character misrecognition

James E. Sheedy, Manoj V. Subbaram, Aaron B. Zimmerman and John R. Hayes point out that the recognition of letters is related more to their size than to exposure time; in their research, in order to gain the same recognition level, letters placed within words had to be larger by 10–20% than when they were perceived individually.¹⁵

Matthew Carter and Kevin Larson, while working on the Sitka typeface, conducted a number of tests related to the legibility of letters. Characters seen individually in the centre of the visual field were recognised correctly, on average, 58% of the time, while when they were displayed in three-character sequences (in the middle, with one flanking letter on the left and one on the right) – 45% of the time.¹⁶ Additionally, misrecognitions of the middle character were more frequently a result of its melting with the letter on the left (26%) than on the right (10%). Further research may verify the connection between this phenomenon and the direction of reading. Specific misreadings were also examined: for example, when the letter “f” was presented individually or in the sequence “efo” it was read correctly; in the sequence “aft” it was often mistaken for “k” (in “ife” even more so, and also confused with “h”). The largest margin of error appeared in the case of narrow letters (“ijlt”), the most

- 11 Sofie Beier, “The legibility of letters and words”, ATypI 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=xAzFiyqNO4w&list=PLUBQbSzek5Ch7WwVxwO5n8VBEMqUgpoYf&index=33&t=892s&frags=pl%2Cwn> (accessed 02 April, 2019); idem, “The relationship between stroke weight and letter width”, ATypI 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=2-i7EBgTphw&list=PLUBQbSzek5Ch7WwVxwO5n8VBEMqUgpoYf&index=43> (accessed 02 April, 2019); Sofie Beier and Mary Clare Dyson, “The influence of serifs on ‘h’ and ‘i’: useful knowledge from design-led scientific research”, *Visible Language* vol. 47, no. 3 (2014).
- 12 Ahrens and Mugikura, *Size-specific adjustments to type designs*.
- 13 Denis G. Pelli, Katharine A. Tillman, Jeremy Freeman, Michael Su, Tracey D. Berger and Najib J. Majaj, “Crowding and eccentricity determine reading rate”, *Journal of Vision* vol. 7, no. 2 (2007).

- 14 Manuel Perea and Pablo Gomez, “Subtle Increases in Interletter Spacing Facilitate the Encoding of Words during Normal Reading”, *PLoS One* vol. 7, no.10 (2012).
- 15 James E. Sheedy, Manoj V. Subbaram, Aaron B. Zimmerman and John R. Hayes, “Text Legibility and the Letter Superiority Effect”, *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society* vol. 47, no. 4 (2005).
- 16 Matthew Carter and Kevin Larson, “Sitka: a collaboration between type design and science”, in: *Digital fonts and reading*, eds. Mary Clare Dyson and Ching Y. Suen (Singapore: World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2016).

successful readings – with wide letters (“m”) and ones appearing commonly in English (“e”) (the research was conducted with native English readers).

The freestanding letter “i” was almost always confused with “l”, and often with “j”, but in a sequence of letters it was usually read correctly. The letter “j” was mostly confused with “f” or “t”, and sometimes also with “g” or “h” when it was flanked by other letters. In similar situations, “t” was confused with “k”, and “l” with “h” or “k”. These results correlate with research conducted by Sofie Beier and Kevin Larson.¹⁷ There, the widening of narrow letters that appear separately benefits their legibility. But still, when surrounded by other characters, they had to be significantly narrower, otherwise they were more often confused with wider letters (for example, “t” with “c”).

Stroke weight and font size

Barbara Elisabeth Roethlein¹⁸ noticed that typefaces with a more solid construction – bolder and with lower contrast, but also having wider proportions – achieved better results in distant reading tests. This has been confirmed by newer research, examining the relationship between the font size, weight and eye distance. In this case, while keeping the same distance, text set with the book weight of Franklin Gothic had to be larger than in the case of medium and bold in order to achieve similar results with character recognition. At the same time, no difference in results was observed between medium and bold weights.¹⁹ Further observations confirm that, despite similar results for the light and bold styles at larger sizes, the greater stroke weight becomes more important when the text object’s visual angle becomes smaller. Analysis on the basis of high spatial frequencies gives poorer results if the outlines are too close to each other – hairlines achieve the lowest rates, even seen at large scales.²⁰

The principle according to which the greater eye distance or the smaller text size, the wider, bolder and more loosely spaced letters should be, applies to text reproduced in positive as well as negative polarisation. In the latter case, it should be considered that bright strokes on a dark background will always appear bolder. Bright colours have a higher colour reflectance; this is also connected to the irradiation phenomenon, when a beam of reflected light is dispersed across the surface from which it is reflected. Dark colours absorb

17 Sofie Beier and Kevin Larson, “Design Improvements for Frequently Misrecognized Letters”, *Information Design Journal* vol. 18, no. 2 (2010).

18 Barbara Elisabeth Roethlein, “The relative legibility of different faces of printing types”, *American Journal of Psychology* vol. 23, no. 1 (1912), 1–36.

19 Sheedy, Subbaram, Zimmerman and Hayes, “Text Legibility and the Letter Superiority Effect”.

20 Beier, “The relationship between stroke weight and letter width”.

a wider range of the wavelengths comprising the white light spectrum, while a larger amount of light reflected from a brighter surface becomes dispersed in a respectively larger area, which leads to the impression of a bolder stroke. For the same reason, dark letters on a bright background appear lighter, and very thin strokes may even start to disappear.

Bolder weights also increase the legibility of the blurred text to some extent. Yet when the blurring becomes stronger, especially in negative polarisation, the text should be a bit lighter than in the case of acute vision.

Vertical proportions

For text objects with a small visual angle (long distance from the eye or small scale), vertical proportions are an important factor – along with weight and width, as well as word and letter spacing. The tall x-height facilitates lowercase recognition, increasing the optical size. Ascenders and descenders shouldn’t be too short though, in order not to disappear at smaller sizes, or in case of text blurring or perspective distortion. Due to these factors, letters with more open counters and balanced proportions between the eye and counter size (“a” and “e”, for example) may also be easier to recognise.

Matthew Carter and Kevin Larson noticed that design variants of the same characters with more-open apertures were more legible when flanked by other letters, but, seen separately, variants with more-closed apertures succeeded more often. Several versions of a typeface with slightly different vertical proportions were also tested. It turned out that, after a slight increase of the length of descenders, the accuracy of reading increased a bit, not only for the aforementioned group (from 33% to 37%), but also for neutral-height letters (from 48% to 50%) and ascending letters (from 38% to 39%).

Character’s distinct features

Making the distinct features of characters more pronounced may help distinguish them more easily. The letter “B” is slightly easier to tell from the letter “H” or the numeral “8” when the top counter is noticeably smaller than the bottom one, and the lining figures are a bit lower than the uppercase (the difference may only matter when the characters are set together). A diagonal leg in the letter “R” increases the distinction between “R” and “B”; similarly, the horizontal serif (or serif and a spur) helps to distinguish “G” and “C”. The tail of the letter “Q” extends a bit when it partly crosses the counter – especially in the case of short descenders or an all-caps setting. The lowercase “l” is often misread as the uppercase “I”. Apart from lowering the cap height in proportion to the lowercase ascenders, another solution may be adding a serif to the lowercase “l”, as well as upper and lower serifs to the uppercase “I” (which also allows

for widening). Adding a serif and accenting the diagonal top stroke in the numeral “1” may also facilitate distinction from “l”. It is important (as in the case of letters) not to widen it too much if it appears in character sequences. Double-storey “a” and “g” are easier to recognise, as well as to distinguish from “o” and “q”. The asymmetrical shape of the counters in “bdpq” slightly increases the differences between these letters. The letters “rn” are often misread as “m” – to prevent this, adding serifs to the “r” may also be an option here.

Serifs strengthening lowercase ascenders facilitate character recognition when they are seen separately. A similar result is achieved by adding some of the serifs on the x-height of certain characters (for example, to the left stem of the letter “u”). Yet bottom serifs, by closing the counters, increase the risk of misreading certain letters (for example, confusing “h” with “b”).²¹ Tests of the legibility of words seen from a distance and in small sizes resulted in better legibility of text without serifs (the serif and sans-serif styles of the Lucida typeface were compared).²²

Theory and practice

Not exhausting the subject, this text may only facilitate an introduction to the current state of knowledge about the basics of legibility and information processing, and to the results of some of the research conducted by scientists in cooperation with designers. It doesn’t answer many questions, as it doesn’t attempt to suggest particular solutions to design problems. Yet the observations sketched and cited here may serve as a starting point when looking for more information on the subject, as well as help in the formal analysis of letter shapes, both from the type designer’s and typographer’s perspective.

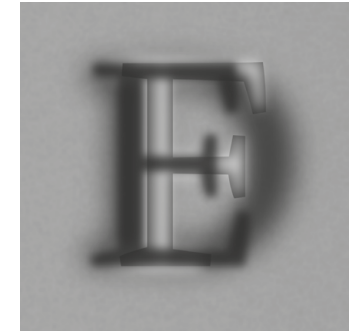
21 Beier and Dyson, “The influence of serifs on ‘h’ and ‘i’”.

22 Morris, Aquilante, Yager and Bigelow, “P-13: Serifs Slow RSVP Reading at Very Small Sizes”.

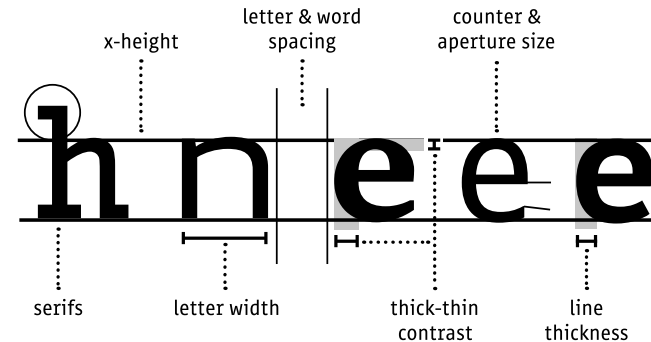
1.



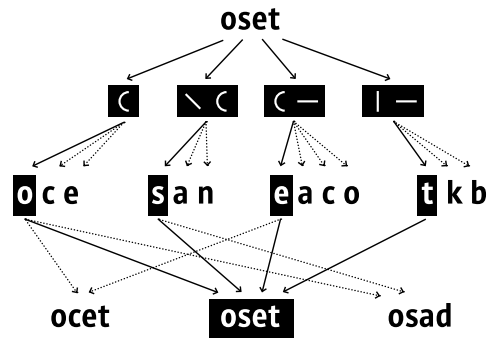
2.



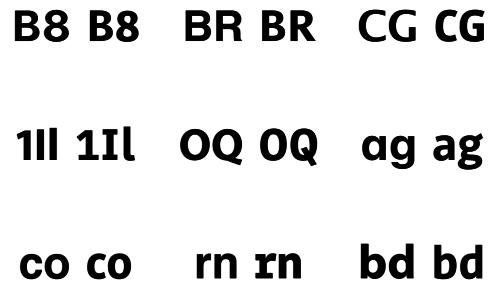
3.



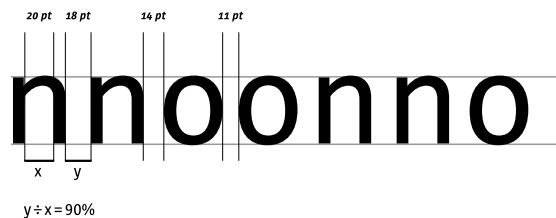
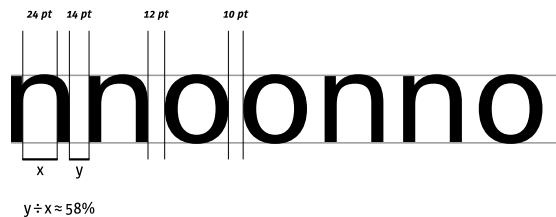
4.



5.



6.



1. Simulation of character distortion in case of low visual acuity: in distant reading and high irradiation. With much blurring, e.g. when text is out of the area of gaze, thin strokes may disappear (typeface used: Search).
2. Characters seen in large scale are identified on the basis of analysing their edges (covered by high spatial frequencies). Characters of smaller sizes – by general shape (covered by low frequencies). (Based on: N. Majaj, D.G. Pelli, P. Kurshan, M. Palomares, 2002; T. Ahrens, S. Mugikura, 2014).
3. Parameters with impact on letter recognition (based on: S. Beier, 2016).
4. The Parallel Letter Recognition (PLR) model (based on: J. L. McClelland, J. C. Johnston, 1977; K. Rayner, A. Pollatsek, 1989; K. Larson 2004; K. Rayner 2012).
5. Similarities and differences in character construction (typefaces used: San Francisco, Helvetica, Lucida Sans, Myriad Pro, Search).
6. In case of small visual angle, perspective distortions and image blurring, the space between two lowercase “n” letters may be even 80–95% of the width of the counter of that letter (typefaces used: Univers, Search).

The typography of the contemporary book (20th- and 21st-century) from a bibliological perspective

Ewa Repucho
University of Wrocław

Aim, subject and area of the research; research methods; problems
Book design is a subject of interest for an interdisciplinary circle of researchers today – both for representatives of graphic design as well as scholars from many fields, including art history, literary studies, journalism, cultural studies and bibliology. From a methodological point of view, bibliological studies on typography are located within the context of studies on editing. This approach is distinguished by its functional perspective, and its basic assumption – according to Krzysztof Migoń – is perceiving and describing the world of books not only as a fact, but also as an act – a constant (potential and actual) process of interpersonal and social communication. Aesthetic categories provide an important context for research such as this, and are distinct for research on book design, as Małgorzata Komza has pointed out.¹ Certainly, this research is of an interdisciplinary nature, located on the border between bibliology and graphic design.

Even though the graphic design of books, also called book architecture, has long been a subject of interest for bibliologists (as reflected in theoretical

¹ Małgorzata Komza, “Estetyka i sztuka książki w badaniach bibliologicznych”, in: *Teoretyczne zagadnienia bibliologii oraz informatologii: studia i szkice*, ed. Elżbieta Gondek (Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2015), 31–42; Małgorzata Komza, “Estetyka książki w badaniach bibliologicznych”, in: *Bibliologia i informatologii*, ed. Dariusz Kuźmina (Warsaw: PTB OW, 2011), 57–64; Małgorzata Komza, “Bibliolog wobec nowych zjawisk w sztuce książki”, *Studia Bibliologiczne* vol. 17 (2008), 29–41.

Robert Jarzec

Works in the fields of letter design and information design. Graduate in cultural studies from Adam Mickiewicz University in Poznań, and of the Letter Design Workshop at the University of the Arts Poznań, where he is currently employed.

books dedicated to book studies – texts by, among others, Jan Muszkowski, Karol Głombowski, Krzysztof Migoń and Janusz Dunin), scholars, as Małgorzata Komza has noted, still dedicate relatively little space to it, especially in the contemporary context. This subject has been neglected for a long time, but a holistic overview of the book also requires considering those areas related to design. Thus, the typography of contemporary books definitely deserves the attention of researchers, and requires thoughtful insight.

Area of research

The bibliologist's interest in the typography of the 20th- and 21st-century book, considered as a combination of text (the written work) and its material form (the materialised content of the work), raises many questions regarding the functional perspective of research. Bibliologists are primarily interested in the book itself as a material object – its graphic space. The subject of research is its form – a collection of perfectly integrated elements. It's worth taking a look at particular areas that require deepened reflection from the researcher.

Among them, we can distinguish five main categories:

- tendencies in book design;
- the graphic space of the book;
- designers and their visual languages;
- the technology of book production;
- book legibility and readers' needs.

This division is of course arbitrary; limits are not always strongly defined, and particular categories often intertwine. It serves as an attempt to put the subject in order, and as a starting point for further consideration.

Tendencies in book design

Contrary to Western European countries such as Germany, Great Britain and the Czech Republic, where the culture of typography is more strongly developed, Poland still lacks adequate academic reflection on contemporary book design. For a researcher, the most interesting areas are the awareness and social necessity of making books with quality typography; the circumstances of editing; the people and institutions responsible for the graphic form (publishing houses, print shops, societies, competitions, etc.); and finally, the book itself. It is important to search for and promote outstanding editions – model examples of typography, in which content, form and function build an inseparable entirety, as well as the processes that lead to this effect. But, as Małgorzata Komza points out, the bibliologist is also interested in editions that are ugly, kitschy or badly published, because they serve as witnesses of their times, and have a particular role to play.

The period most studied by researchers is the vibrant inter-war era. The typography of the time was the subject of books written by Janusz Sowiński, linked for a long time to the Institute of Information and Library Science at the University of Wrocław. They're worth recalling – *Sztuka typograficzna Młodej Polski* [*The Typographic Art of Young Poland*] (1982) and *Typografia wytworna w Polsce 1919–1939* [*Sophisticated Typography in Poland, 1919–1939*] (1995) provide a monograph on the aesthetic of the Polish printed book from the 1890s until 1939. Both were published by Ossolineum in the *Books about Books* series, and humbly designed, in keeping with the possibilities of the time. It would be worth republishing them, this time with quality illustrations. Another particularly valuable publication is Piotr Rypson's *Against All Odds: Polish Graphic Design 1919–1949*, first published in 2011. There, the text is sparser, and the rich visual material is favoured.

The post-war period requires similar attention, with particular focus on the 1960s and 1970s, which were a good time for beautiful book editions made by outstanding graphic designers. Another angle would be to analyse the achievements of publishing houses active during the PRL era: Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik, Ossolineum, Państwowy Instytut Wydawniczy, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe and Wydawnictwo Arkady, among others, and to prepare a monograph of the Polish Society of Book Publishers, an institution that significantly contributed to the high quality of typography in Polish books. Periodicals have long been a platform for the exchange of thoughts and opinions between typographers. The forthcoming *Littera Romana* anthology of texts published by *Litera* (a magazine edited between 1966–1978 by Roman Tomaszewski), edited by Andrzej Tomaszewski and Monika Marek-Łucka, rescues the valuable contents of the magazine from being forgotten. Aside from *Litera*, other periodicals that have dealt with typography include *Poligrafika*, *Projekt*, *Editor*, and later *Wydawca and Książki* (an extra to *Gazeta Wyborcza*), among others, some of which have been thoroughly analysed by Małgorzata Komza's MA students (unfortunately, their work has not been published).

Because the Polish book market is witnessing dynamic changes, it seems essential to follow the most recent innovations from the world of publishing design and from tendencies in editing. An example of such insights can be found in *PGR. Graphic design in Poland*, a book published in 2010 at the instigation of Jacek Mrowczyk and Michał Warda. Yet book design is the concern of only one of the book's chapters; the decade that has passed since the book was published also deserves critical reflection.

It is worth emphasising the specific nature of various kinds of editing, with regard to, for example, belles-lettres, scientific editions, textbooks, specialist books, children's books, facsimiles and others, as well as the possible impact

of a book and the efficiency of applied solutions in comparison to intended functions. Even badly designed books containing a lot of typographic mistakes, which prove a lack of skill, are worthwhile as subjects of research – a thorough assessment of particular problems can serve as a strategy for preventing further mistakes.

In 2018, Tomasz Bierkowski and the author of this article published *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych* [*Typography for Humanists: About the Complex Issues of Scientific Book Design*],² bringing attention to the necessity of perfecting the art of scientific editing in Poland. Scientific books are often carelessly published, and sometimes even contain basic typographic mistakes. According to a common opinion, such publications are bought not due to their form but to their content, and investing in reader-friendly typographic solutions would be a luxury. The mission of *Typografia dla humanistów* is to spread the awareness that scientific publications require professional design, as the quality of communication between author and reader depends on it. Its conclusions are supported by a thorough typographic analysis of over 400 Polish scientific publications from the last ten years. It also contains examples of and references to the Polish design of the 1960s and 1970s, the period in which scientific editing thrived thanks to excellent graphic designers (Tadeusz Pietrzyk, Leon Urbański, Krzysztof Racinowski and others). Similar reflection should be applied to other types of publishing.

The graphic space of the book

The researcher also examines the book itself – or more precisely the graphic space, comprising elements that shape its form: the writing, typographic setting, illustrations and cover.

Type design – the basic, key element of a book's legibility – is enjoying a revival of sorts in Poland these days, thanks to, among others, the art academies. From a bibliologist's perspective, an especially interesting phenomenon are the revivals – the development of digital versions of typefaces important to Polish culture, which previously existed as physical fonts. Recently, three projects of this sort have been implemented – *Karakter*, *Brygada* and *Bona Nova*. Due to their unprecedented nature, we will discuss them further.

The first typeface to be digitised was *Bona*, created by Andrzej Heidrich, an outstanding Polish graphic designer, responsible for many books and several editions of Polish banknotes. *Bona*, a Renaissance Antiqua with Italian roots

2 Ewa Repucho and Tomasz Bierkowski, *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych* (Warsaw: Wydawnictwo SBP, 2018).

and a distinctive, subtle contrast was designed in 1971 and existed only in the form of a lead font. The idea of revitalisation was first raised in 2011 by Mateusz Machalski, who, in cooperation with Andrzej Heidrich, developed a digital version of the font.³ Work was finished in 2016 – the typeface gained a digital version, enriched by many styles (including regular, vertical and semibold) and alternative letter variants (nine altogether); some were available royalty-free.⁴ The typeface was accompanied by a publication presenting the design process in detail, and a website: <http://bonanova.wtf/>⁵

Another revitalisation project involved the *Brygada* typeface, implemented by a team of designers including Mateusz Machalski, Borys Kosmyńka, Przemysław Hoffer and Anna Wieluńska, to commemorate the centennial of Polish independence. *Brygada* was created during the Second Polish Republic era at the Idzikowski I Spółka type foundry in Warsaw. In 2016 the original design was discovered by Janusz Tryzno at the Łódź Book Art Museum during inventory work. As we read in the publication accompanying the project, “The value of this discovery should be appreciated mainly due to its unique nature”. Further, “The history of typography in our country rarely includes original projects made in Poland, rather than a reworked French or German font. An essential part of this project is the idea behind it, explained by the name *Brygada* – an obvious reference to Józef Piłsudski's Polish Legions”.⁶ Typographic analysis enabled the design and programming of fonts in six styles. The importance of the event was emphasised by the fact that, on 29 May 2018, it was presented during an official gala at the Presidential Palace.

Another project relates to one of the first achievements of Polish typography, *Nowy charakter polski* (16th-century). The typeface was digitised by Anna Wieluńska from the Academy of Fine Arts in Warsaw.⁷ Letterforms were cleared of irregularities, and original cuts were recreated.⁸ *Nowy charakter polski* was digitised in four styles. Wieluńska stresses that through her work she aims at popularising and commemorating important works of Polish typography. The font was published online in a royalty-free version, and a paid, extended one named *Lazarus*.

3 The project was also contributed to by Leszek Bielski, Anna Wieluńska and Michał Jarociński.

4 These fonts are available at: <http://bonanova.wtf/>.

5 Mateusz Machalski, *Bona Nova* (Warsaw, 2017).

6 Mateusz Machalski, Przemysław Hoffer and Anna Wieluńska, *Brygada 1918. Projekt rewitalizacji kroju pisma* (Warsaw: Machalski.wtf, 2018), 14.

7 Theoretical reflection on the subject was provided by Wieluńska's diploma, under the supervision of Professor Dorota Folga-Januszewska (Academy of Fine Arts in Warsaw, 2017).

8 Ani Wieluńska, *Lazarus, Nowy charakter polski. Proces digitalizacji i specimen Ani Wieluńskiej* (Warsaw: Capitalics Warsaw Type Foundry, 2018), 21.

The digitisation of historical typefaces with common use in mind is a new phenomenon in Poland. It doesn't just involve the direct transfer of characters to a digital format, but also includes the addition of a personal dimension. Graphic designers add new styles to pre-existing typefaces, making them more usable in contemporary conditions. For a researcher, the circumstances of the digitisation and popularisation of fonts are as interesting as the digitisation process itself. The discussed projects were initiated by young people, which provides an optimistic perspective.

Designers and their visual languages

Bibliologists are interested in the designer or typographer as the creator of the graphic form of a book, their attitude towards work, their awareness and their rooting in book culture. Collecting and revisiting the work of renowned typographers, along with getting to know their methods and principles, seem to be important tasks now.

The bibliologist's goal is, in the first place, to learn about the specific visual language the designer uses in order to communicate the message intended by the author. This is possible through thorough analysis of the works. Another interesting consideration is the presentation of a benchmark book that the designer considers beautiful, something that mirrors their principles and philosophy of design, which is usually reflected in the designed form. Questions that require answering refer to the editing process and levels of development – of the material and the intellectual kinds.

Interest in particular designers can be a reason for optimism. Individual books have recently been devoted to artists and designers such as Władysław Strzemiński,⁹ Henryk Berlewi,¹⁰ Leon Urbański¹¹ and Krzysztof Lenk.¹² We must not forget the monumental *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy* [*The Beautiful Ones of the 20th-Century: Polish Graphic Designers*] (2017),¹³ edited by Jacek Mrowczyk, which contains multi-page biographies of more than 60 of the most important Polish designers of the 20th and 21st centuries, and *Artyści polskiej książki. 50 lat konkursu PTWK* [*Polish Book Artists: 50 Years of the*

- 9 Such as: *Powidoki życia. Władysław Strzemiński i prawa dla sztuki* (Łódź: Muzeum Sztuki w Łodzi, 2012); Janusz Zagrodzki, *Władysław Strzemiński. Obrazy słów* (Łódź: Wydawnictwo Szkoły Filmowej w Łodzi, 2014).
- 10 Magdalena Frankowska and Artur Frankowski, *Henryk Berlewi* (Gdańsk: Czysty Warsztat, 2009).
- 11 Ewa Repucho, *Typografia kompletna. Kultura książki w twórczości Leona Urbańskiego* (Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut, 2016).
- 12 Krzysztof Lenk, *Podaj dalej. Dizajn, nauczanie, życie. Krzysztof Lenk w rozmowie z Ewą Satalecką* (Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2018).
- 13 *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, ed. Jacek Mrowczyk (Kraków: 2+3D, 2017).

Polish Society of Book Publishers Competition],¹⁴ published in 2009 by PTWK and edited by Katarzyna Iwanicka, consisting of biographies of over 50 artists. Recent years have also seen a number of valuable books featuring interviews with contemporary designers of various generations,¹⁵ such as Jan Bokiewicz, Maciej Buszewicz, Przemek Dębowski, Janusz Górski, Andrzej Heidrich, Lech Majewski, Kuba Sowiński and Andrzej Tomaszewski. Interviews are also published in magazines, and on professional web portals and blogs.¹⁶

Yet there is still much left to do. Katarzyna Krzak-Weiss is working on a book dedicated to Jan Kuglin, an outstanding printer, and Monika Pest – on a book about Zygfryd Gardzielewski. There are also calls from readers for a book about Roman Tomaszewski. Other designers, printers and typographers who lack thorough summaries of their work are Jan Młodożeniec, Stefan Nargiełto, Tadeusz Pietrzyk and Krzysztof Racinowski.¹⁷ Last but not least, we still require commentary on the work of contemporary graphic designers such as Andrzej Barecki, Jan Bokiewicz, Maciej Buszewicz, Janusz Górski, Lech Majewski, Władysław Pluta and Andrzej Tomaszewski.

The technology of book production in the 20th and 21st centuries

The technology and tools of book production is another field of research. The form of a book is a kind of a mirror reflecting the technological possibilities of its era. The 20th and 21st centuries have been revolutionary in terms of editing, due to the evolution from hand and machine setting through phototypesetting to digital typesetting. Editions from the 1980s and 1990s, made in the time of a technological shift, offer a distinct example. Their form perfectly illustrates the problems of Polish typography of the era, such as astonishment with new technologies and decreasing awareness of design.

New technologies and their influence on the form of a book existing in digital space is still a fresh and important subject of research. Interesting questions are posed by the possibilities and limitations of shaping the digital

- 14 *Artyści polskiej książki. 50 lat konkursu PTWK*, ed. Katarzyna Iwanicka (Warsaw: Polskie Towarzystwo Wydawców Książek, 2009).
- 15 Such as: *Sto lat!* (Warsaw: Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej, 2018); Agata Szydtowska, *Miliard rzeczy dookoła. Agata Szydtowska rozmawia z polskimi projektantami graficznymi* (Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2013); Elżbieta Dzikowska, *Artyści mówią. Wywiady z mistrzami grafiki* (Warsaw: Rosikon Press, 2011).
- 16 We recommend an extensive conversation between Rafał Świątek and Andrzej Tomaszewski, published in three parts on the website *Typografia polska. Rafał Sylwester Świątek o sprawach*.
- 17 In 1995, only a small post-exhibition booklet was published: *Książka i typografia Krzysztofa Racinowskiego*, ex. cat. (Wrocław: Muzeum Narodowe w Wrocławiu; Warsaw: Biblioteka Narodowa w Warszawie, 1995).

format of a book, and by relations between a traditional book and a digital one – which solutions are transferred from traditional to digital, what are the limitations, and what are new possibilities of a digital book compared to its paper predecessor? We may also try to find an answer to the question of how the digital form influences readers' behaviour. Research linking the issues of innovative book form and production technology to book use is certainly worth paying attention to.

Book legibility and readers' needs

Research on legibility and the needs of readers is unfortunately rare in Poland. In this context, we should appreciate Ewa Stopa-Pielesz's *Estetyka w typografii wobec postulatów czytelności* [*Aesthetics in Typography in the Context of Legibility*], published in 2009.¹⁸ The work is dedicated to relationships between aesthetics, legibility and functionality in typography, and the theses proposed by the author are supported by thorough research on the aesthetic and functional aspects of the use of the Scala Sans font in an academic textbook. The research was intended to provide answers about the aesthetic preferences of the target group – students of art academies – and gather knowledge about the legibility of texts that differ in their typesetting parameters.

Research on the legibility and ergonomics of publishing seems to be both valuable and necessary. Perhaps conditions are becoming more favourable due to the popularity of eye trackers, which enable eye movements to be recorded. One such device, a wall-mounted eye tracker, can be found in Wrocław at the Digital Humanities Workshop of the Institute of Information and Library Science.

Research methods

The typography of contemporary books is researched using various methods, the most popular of which we will discuss below. The research materials are mostly books themselves, for example designed by the same person or published by the same institution. The next step is the structural and typological (form and content) analysis of the books, which involves distinguishing particular types of publications – the editorial form of a work depends on its goal and nature. This step is followed by typographic analysis – a systematic, ordered description of graphical elements. Research methods based on typographic analysis (known as typographic methods) were first used in bibliography by Joachim Lelewel (1786–1861) and followed by Kazimierz Piekarski (1893–1944), who, during his research on incunabula, carefully analysed the typographic

18 Ewa Stopa-Pielesz, *Estetyka w typografii wobec postulatów czytelności* (Katowice: Wydawnictwa ASP w Katowicach, 2009).

materials used in the books (fonts, initials, woodblock prints, etc.), usually in search of their origins. Similar research was conducted by Józef Szczepaniec (1928–2003), an expert on 18th-century books. In both of the latter cases, interest was focused on typography as a technology of letterpress printing. These methods were applied to research on contemporary books by Janusz Sowiński (1939–2015), who paid special attention to the typographic style of books and their aesthetic.

Typographic analysis should be conducted on both the micro- and macrotypographic levels. It is based on examining the distinct elements of the project: the format and proportion of the publication; the typeface used and its size; leadings and letter spacing; the width of a column; the quality of typesetting; ways of shaping the headings; other distinguishing elements that build the hierarchy of the text; methods of locating illustrations; decorative typography; the design of the title pages, cover and overlay; the colours used in print; the paper used, etc. An important factor is the coherence of content, form and function. Analysis of this kind allows for discovering distinct typographic solutions, and provides a starting point for understanding the role of typography in communication and the visual language of a designer.

Comparative analysis of books and their design points to the differences that appear in a project during its production, and enables finding the cause of these differences. In the PRL era, such discrepancies were often caused by the state of the printing industry, the lack of adequate fonts, poor-quality printing ink or outdated machinery, as well as by plain sloppiness.

When we research the work of a particular designer, a starting point may be the biographical method – an analysis of source documents (interviews, notes, articles, personal documents, mail, private notes, etc.), in order to learn details of the typographer's life. Interviews with the typographer themselves (if possible), their family, friends and co-workers enable discovering the secrets of the designer's workshop, their motivation and their attitude towards their job.

Problems

Typographic research on the 20th-century book also poses many problems. The first difficulties appear on the level of collecting source material. Many problems also occur when trying to gather editions designed by a particular typographer – this arduous process doesn't necessarily lead to success.

Things happen this way because library catalogues don't usually note the names of designers. Ideally, their achievements should be registered in the national bibliography – the *Przewodnik Bibliograficzny* [*Bibliographic Guide*], on the condition that the name of the designer is placed by the publisher in the editorial index. Not all publishers took that into consideration, and often they

still don't. While gathering together the oeuvre of Leon Urbański, it turned out that the *Przewodnik Bibliograficzny* only records a small amount of the books designed by him, and does so in quite a chaotic way – the index includes smaller projects and omits the main ones.

The printed version of the *Przewodnik Bibliograficzny* for 1944–2008 can be researched using the collective annual indexes, arranged in alphabetical order. Between 1950–1984 there even existed a separate “Illustrators” section in the indexes, which proves a certain interest in the form of books. The index included names of “creators of drawings, illustrations, etchings and photographs in text publications, as well as names of cover and book designers and illustrators cooperating in the preparation of illustrated publications”. Even though the index's title didn't match its contents, it still provided a valuable research tool, because it indicated an environment of people interested in book design in Poland. Unfortunately, it was discontinued after 1984. We must emphasise that the inadequate title of the index (all of those responsible for the graphic design of books were named “illustrators”), as well as the discontinuation, are a sign of the times – a lack of awareness and ignorance of the significance of book design, marginalising and omitting the subject even in the circles of artists and bibliologists.

In the case of deceased designers, it is crucial to seek contact with the family or heirs who preserve their works and any other documentation. This isn't easy; not every designer maintained an archive. Housing issues often posed problems: works became dispersed, often given away to family, friends and institutions. The latter aren't often interested in adopting the whole collection, but rather the fragments that match their profiles, which makes research more difficult and leads to further fragmentation.

Leon Urbański postulated that every book – not only collector's editions – should include a colophon informing readers about the book's co-creators: the typography designer, the typeface used, the printing location and paper used. Such information would make work much easier for researchers; unfortunately, this idea is rarely applied. An absolute minimum is to place basic information on the title pages so that it can be recorded by bibliographers. Unfortunately, a recent phenomenon is the creation of one's own arrangement for title pages, using individual design solutions for each book, and sometimes – deliberately – skipping important information, such as the year of publication (hoping that this will keep the book eternally fresh for readers). Such thinking is naturally very short-sighted.

Another problem is caused by the way libraries store books. Librarians, following norms, usually treat contemporary books as containers for text. Most are not aware that a book can also be valuable due to its design. A common

practice is to glue the covers over with large stickers containing signatures and barcodes – which weakens the impact of the design – as well as placing stamps in locations that distort the harmony of a project. Older books are often stored in stiff library bindings that replace the previous, original designs, which are treated as unimportant. This leads to the loss of many covers made by outstanding designers. Obviously, books stored in libraries should be adequately marked, but these signatures should be placed discreetly, so that they don't disturb the design.

The presented research areas and methods don't exhaust the possibilities of researching the typography of contemporary books; they are a summary, an overview of the problem through the lens of editorial research among Wrocław bibliologists. The subject still doesn't enjoy sufficient interest. We should keep hoping that the growing popularity of typography will also influence the popularity of researching the typography of contemporary books.

Ewa Repucho

Doctor Habilitatus of Humanities in the field of bibliology, assistant professor at the Department of the Modern Book and Editing at the Institute of Information and Library Science at the University of Wrocław. Her research interests focus on typography, book design and broadly understood print aesthetics, from both historical and contemporary perspectives. Author of books and articles on typography and design for publication. She lectures on typography, book design, contemporary editing technologies and the art of books.

What use does a book historian have for a designer?

Klaudia Socha

Jagiellonian University in Kraków

“Perfect typography is more a science than an art”.¹ These words of Jan Tschichold, the greatest typographer of the 20th century, seem to sound strange in the context of thinking about design. Despite certain changes in the perception of the designer’s work, thinking about it in terms of service, or even craft, is accepted only reluctantly. A designer is, after all, an artist – someone who feels beauty, works according to inspiration, and expresses their personality. Textbooks and guides contain mentions – even in passing – of the “intuitive work on a book project”² practiced by art school students. According to another genius typographer, Robert Bringhurst, “intuition is camouflaged memory capacity”³ – that is why solid scientific preparation will always remain the base. Perhaps it is worth projecting the situation of designing a book – a simple object, familiar to everyone, “everyone knows what a book looks like” after all – onto designing a complex medical device or a vehicle. Nobody in their right mind would approach such a task “intuitively”; they would rather precede their creative activity with deep technical studies. A book then is a perfect machine for reading.⁴ An interesting fact is that the great typographers and font designers were often fascinated by calligraphy, training in the handwriting of a character even though they had more advanced techniques

1 Jan Tschichold, *The Form of the Book: Essays on the Morality of Good Design* (Washington: Hartley & Marks Publishers, 1991), 3.

2 Ewa Repucho and Tomasz Bierkowski, *Typografia dla humanistów. O złożonych problemach projektowania edycji naukowych* (Warsaw: Wydawnictwo SBP, 2018), 83.

3 Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii* [*Elements of Style in Typography*], trans. Dorota Dziewońska (Kraków: Design Plus, 2007), 157.

4 According to Roland Reuß, author of the book *The Perfect Reading Machine*.

book and of writing. Adrian Frutiger, in his anthropological studies, reached back to the roots of the awareness of signs among our species – this research seems pointless only superficially. Connecting sensitivity to the sign, the signal and finally the symbol with manual and technical development helped the designer discover the sources of our need and ability to emit a message and express content, emotion and impressions through it. Linking this very natural communication process to other areas of human activity enables a special perspective that presents the ways in which the culture and aesthetics of a particular human group, defined by geographical, political and social conditions, is mirrored in forms of writing.⁵ Frutiger's remarks on the perception of the forms of characters in their deep dependency with other artistic activities allows for a different evaluation of them. It is also confirmed by psychological research proving that some human groups didn't develop the skill to create particular forms of thought and perception because they didn't need them in their living conditions.⁶ For Frutiger, the connections between architecture, art and the letter explain its form, shaped by the aesthetic of a particular place and time.⁷ His research also headed towards the connection of handwriting with the act of writing – the writing materials, and the tools and techniques of use, influenced the shape of a character, the way the lines were drawn and connected. The same conclusions were drawn by Gerrit Noordzij in his theoretical research and practical exercises – he closely linked the method of guiding the writing tool not only with the shape of a line, but also with the evolution of different types of writing.⁸

Knowledge about the culture of writing runs in two basic currents. The first of them points to the influence of the evolution of writing on ways of thinking – for example, a shift from pictographic systems of writing to phonetic ones

was a milestone for the process of abstraction in the human mind.⁹ Moving onto a higher level of reading a sign – not directly linked to designation but with its vocal representation – facilitated reasoning and condensed the communication process, which led to further simplifications: syllabic writing and eventually alphabetic writing. On the other hand, the influence of the aesthetics of the era and the conscious use of tools led to the creation of the most efficient system of communication – writing. The evolution of our contemporary set of characters from two types of writing – uppercase from Roman square capitals and lowercase from the Carolingian minuscule reworked by Italian humanists – shaped a very practical set of distinguishing marks, which allowed for the quick recognition of particular characters and for linking them into words. If we stop at Latin, without digging deeper into other types of writing, which have also undergone their own processes of evolution, we can see that habit is a very powerful factor. This is proven by the vast research on legibility conducted in recent years by Sofie Beier.¹⁰ Interestingly, the author also decided to show – using period examples – that most typefaces treated as canonical and classic today were originally rejected by a wide audience. Her observations are confirmed by other researchers, such as Frank E. Blokland,¹¹ who says that even if the great typographers, like Pierre Simon Fournier, believed in the “highest judge”¹² – a mythical eye that could objectively assess the correctness and aesthetics of a typeface – it still seems that they always referred to particular applied models. The basic patterns of these models are the result of evolution, changes in taste (as well as moments in history) and technical innovation. Whatever is considered harmonious, rhythmical and aesthetic is only the result of conditioning, of cultural adaptation from creators (type designers), their “performers” (typographers) and their users (readers). If harmony and rhythm were absolutes, there wouldn't be so many

- 5 Adrian Frutiger, *Człowiek i jego znaki [A Man and His Signs]*, trans. Czesława Tomaszewska (Warsaw: d2d.pl, 2005), 115, 137–138.
- 6 Such as the ability to read very small ideograms (independent from visual acuity), which is distinctive for Japanese people, and not present among Westerners, whose visual memory doesn't contain kanji letters. See: Rudolf Arnheim, *Myślenie wzrokowe [Visual Thinking]*, trans. Marek Chojnacki (Gdańsk: słowo/obraz terytoria, 2011), 113–114.
- 7 A similar approach was shared by the renowned Polish typographer Leon Urbański, which was reflected in his projects, especially his editions of translations of Oriental books. See: Ewa Repucho, “Projektowanie książki orientalnej według Leona Urbańskiego”, *Acta Universitatis Wratislaviensis. Bibliotekoznawstwo* no. 30 (2011), 19–38.
- 8 Gerrit Noordzij, *Kreska. Teoria pisma [Stroke: Theory of Writing]*, trans. Magdalena Komorowska (Kraków: d2d.pl, 2014), 50–71.

- 9 Barbara Bieńkowska and Halina Chamera, *Zarys dziejów książki* (Warsaw: Wydawnictwo Spółdzielcze, 1987), 13; David Diringer, *Alfabet, czyli klucz do dziejów ludzkości [The Alphabet: A Key to the History of Mankind]*, trans. Wojciech Hensl (Warsaw: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1972), 38–39; Martin Kuckenburg, *Pierwsze słowo*, trans. Bartosz Nowacki (Warsaw: Państwowy Instytut Wydawniczy, 2006), 132–133.
- 10 Sofie Beier, *Typeface Legibility: Towards defining familiarity* (2009) [PhD thesis defended at the Royal College of Art], http://researchonline.rca.ac.uk/957/1/Sofie_Beier_Typeface_Legibility_2009.pdf (accessed 11 April, 2019).
- 11 Frank E. Blokland, *On the origin of patterning in movable Latin type: Renaissance standardisation, systematisation, and unitisation of textura and roman type* (2016) [PhD thesis defended at the University of Leiden], <https://openaccess.leidenuniv.nl/handle/1887/43556> (accessed 14 March, 2019).
- 12 Name following Fournier in *Manuel typographique* (1764–1766).

differences between types of writing.¹³ A scientific approach to completed projects – namely to preserved books – enables discovering the birth and development of solutions still used today in typesetting programs. Peter Burnhill's research¹⁴ proves that the perfect density of the most beautiful Renaissance prints was worked out and precisely measured. Metaphors of an all-seeing eye or the typesetter's intuition turn out to be myths. In this context, Bringhurst's opinion about hidden memory resonates powerfully. Theoretical research is fully confirmed by a trend related to experimental archaeology – the reconstruction of old techniques and working methods. In the field of historical typography, Fred Smeijers is a specialist in the analysis and description of the workshops of punchcutters during the Renaissance and Baroque eras. Basing his work on original source texts (such as Fournier's *Manuel typographique*), the analysis of historical material (the collection of punches and matrices at the Plantin-Moretus Museum in Antwerp) and his own attempts to recreate the 16th-century punchcutter's work process, Smeijers has discovered the working methods of the era, and also presented how the technology of making punches influenced the shape of a character, its counter, and the method of setting a row of text. In his substantial book, Smeijers wrote that the longer he worked with metal, the greater his respect for the old masters grew.¹⁵ It's difficult to disagree, especially with the awareness that 6-point typefaces, very fine even by today's standards, were probably first cast before 1557. These were made by Pierre Haultin and used by Christophe Plantin for *Libri regum*.¹⁶ It is worth remembering that the experiences of early printers are also applied in contemporary printing. Every experienced typesetter knows that most of the settings available in DTP software use algorithms carefully developed on the basis of those invented by our predecessors, who painstakingly measured the body and set metal type. Ground-breaking research was provided by Hermann Zapf and Donald E. Knuth, who applied to computer games the same methods that the first punchcutter and typesetter Johannes Gutenberg (or his unknown associates) – unmatched at the time and still considered by some to be unsurpassed today – used manually. Gutenberg's ideas of designing what today we would call "alternative glyphs" and the optical alignment of the right margin give the impression of uniform density to the typesetting of the *42-line Bible*.¹⁷

13 <https://www.exquisitefonts.com/1280.html> (accessed 9 April, 2019).

14 Peter Burnhill, *Type spaces: in-house norms in the typography of Aldus Manutius* (London: Hyphen, 2003).

15 Fred Smeijers, *Counterpunch: Making Type in the Sixteenth Century, Designing Typefaces Now* (London: Hyphen, 2011), 14.

16 Nonpareille Romaine – see: *ibid.*, 68.

17 Robert Chwatowski, "Gutenberg, Zapf, Knuth", 2+3D no. 11 (2004), <http://www.2plus3d.pl/artykuly/gutenberg-zapf-knuth> (accessed 1 March, 2019).

From the point of view of a contemporary designer, the very process (still alive) of shaping the printing letter also seems interesting. The models the designers followed weren't accidental; even today, researchers wonder which kinds of writing inspired Gutenberg and what the role model for his first font was. Even though we know that the German printer was an inventor and experimenter, book historians claim that he had an episode of working as a scribe at a Benedictine scriptorium in Erfurt.¹⁸ A comparison between books from the scriptorium with the *42-line Bible* doesn't show a direct link, and neither do comparisons with other models, such as the handwritten *Bible* from Mainz, made at a similar time. The closest inspiration probably lies in liturgical books, such as the *Missal of Eberhard von Greiffenklau* of Mainz¹⁹ from the second quarter of the 15th century, but the shapes of the characters are not identical. Is the search for a handwritten model a blind alley? Similar research was also conducted in order to discover the sources of the Italian Antiquas from the earliest days of printing. Some researchers have gone so far as to suggest they were derived from one scribe, the famous Gian Francesco Poggio Bracciolini,²⁰ but newer discoveries show that there may have been many more sources, as comparisons between numerous manuscripts, many made by anonymous scribes, enable the discovery of interesting traces of their transmittance into print. The most famous Antiqua of the period, cut by Nicolas Jenson, adapted asymmetrical, truncated serifs, which followed the natural movement of a pen, emphasising the stem of a letter without having to lift the writing tool – and thus cross an existing line.²¹ This early period of the development of print, so strongly linked to calligraphy, can be understood properly only when we reach for a pen and try to make appropriate gestures. This enables finding many answers to questions about the shapes of particular characters. Researchers constantly argue while searching for the concrete sources of early typefaces, but Riccardo Olocco agrees with Jonathan Alexander and Albinia Catherine de la Mare in doubting that the creators of Antiquas from Speyer and those made by Nicolas Jenson followed a particular manuscript. Instead, they were

18 Jan Pirożyński quotes the information after Albert Kaper, see: *Johannes Gutenberg i początki ery druku* (Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2002), 39.

19 *The Missal of Eberhard von Greiffenklau*, held at the Walters Art Museum, Baltimore, Ms. W.174, <https://issuu.com/the-walters-art-museum/docs/w174> (accessed 9 April, 2019).

20 Berthold Ullman and Stanley Morison – see: Riccardo Olocco, *The Venetian origins of roman type: Why Jenson's and Spira's model has to be found in the 'Paduan style' rather than in the script of Poggio or other Florentine humanists*, <https://articles.c-a-s-t.com/the-venetian-origins-of-roman-type-a856eb3f0cb> (accessed 9 April, 2019).

21 *Ibid.*

probably inspired by the general culture of writing in their respective regions, referring to the most popular calligraphic solutions.²²

Even though it seems that print killed the individualism and invention of the scribe, practical research indicates that the phenomenon is much more complex. Print certainly strives towards a certain standardisation; Gutenberg even began to adjust his letters to specific adopted principles. Blokland's research points out that maintaining proportion – related naturally to the aesthetic of the times and the general image of Gothic writing (based on the thickness of the pen, which, multiplied, usually gives the height of a letter and decides other dimensions) – also had a more important practical application: it facilitated the standardisation of the height and width of typefaces, which increased the efficiency of typesetting.²³ On the other hand, we know that Gutenberg used many variants of the same types, usually differing in width,²⁴ which allowed him to achieve perfect density and the ideal look of a column (even by today's standards). When we look at his work and compare it to other prints from the same era – for example with the xylographic (block) books that preceded movable type – we cannot deny that it was made by a great master. In this light, opinions about the imperfection of his print seem surprising.²⁵ Among the materials that enable the recreation of the working methods of the first printer are prints that predate the *Bible*, but also unique proofs found in the Jagiellonian Library, as well as the trace of a typeface in the Pelplin copy of the *Bible*, which throws into question the newest theories, according to which Gutenberg used types cast in sand. This concept was presented by the American researchers Paul Needham and Blaise Agüera y Arcas, who decided that metal matrices must have been made much later. Still, the unquestionable trace of a punch indicates that it could not have been cast in sand, as this would be very difficult technically and completely unsatisfying in terms of the clarity of the edges of the face. Types cast in sand were usually flat, and used in the Far East for alphabets completely different to the Latin one.²⁶ Test prints indicate that work on Gutenberg's book required similar editorial efforts as in

- 22 Jonathan James Graham Alexander and Albinia Catherine de la Mare, *The Italian Manuscripts in the Library of Major J. R. Abbey* (London: Faber and Faber, 1969), xxviii. See: Olocco, *The Venetian origins of roman type*.
- 23 Blokland, *On the origin of patterning*, 173–182.
- 24 A set consisted of 290 characters – see: Jan Pirożyński, *Johannes Gutenberg*, 85–86; Jan Pirożyński, Tadeusz Serocki and Janusz Tondel, *Biblia Gutenberga i jej polskie faksymile* (Pelplin: Diecezji Pelplińskiej, 2004), 46. In these publications we can also see a set of typefaces used in the printing of the 36-line Bible.
- 25 For example, the opinion of Maria Juda (*Pismo drukowane w Polsce XV–XVIII wieku* [Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2001], 57).
- 26 Pirożyński, *Johannes Gutenberg*, 56–57.

later times, and a detailed comparison between various editions undertaken by Mari Agata has proven that proofreading work continued uninterrupted, also during the printing process, because in subsequent examples we can find variants of settings, which result from corrections of interpunction, spelling, word division and word spacing, or from changing a typeface for a different form of the same letter in order to improve the density of a column.²⁷

The *42-line Bible* is sometimes accused of having a “font not unified enough”.²⁸ This points to a certain schematic way of thinking about print type, which should be “machine-like”, repetitive and uniform. This is a very interesting issue, which also appears in historical reflection on the unifying formal qualities of type. As previously mentioned, Gutenberg deliberately resigned from the uniformity of all characters, because their variance became for him a means to achieve the perfect density of a column. The fact that the entirety of the print appears consistent stems from the nature of textualis, which is a very rhythmic kind of writing with quite extreme contrasts – very thick stems of letters and hairline connections. Antiqua is a different case – its calligraphic origin is visible in the first Renaissance Antiquas, and also in the form of the free flow of lines that carried the duct of a quill pen. In subsequent epochs, attempts were made to escape the calligraphic provenance of the letter, eventually achieving a construction free from the traces of the writing tool. We can see this in the change of approach represented by Fournier, who in the *Manuel typographique* described his way of using punches (patrices) of the same shape for the letters “b”, “d”, “p” and “q”, as well as “h”, “n” and “u”,²⁹ which was unacceptable for Renaissance writing. A perfect example of abandoning the “natural” shape of a letter can be found in the first typeface mapped from beginning to end on a grid (although in the light of the previously mentioned research it may transpire that its design has always been more mathematical than we thought) – Romain du Roi. But that's not everything – subsequent designs eliminated the “incoherent” or simply impractical elements of letters, such as overhanging kerns, which were prone to mechanical damage. For example, “f” had become straighter, narrower and somewhat condensed by the time of John Baskerville – before then, it posed problems with kerning.³⁰ Unifying processes were also applied by Giambattista Bodoni and Firmin Didot, who strove towards the visual coherence of their letters, which was met with the criticism of their contemporaries, even though both used very

- 27 Pirożyński, Serocki and Tondel, *Biblia Gutenberga*, 25.
- 28 Juda, *Pismo drukowane*, 57.
- 29 Beier, *Typeface Legibility*, 70.
- 30 It had to be cut and manually moved onto the adjacent font. A protruding, polished, thin kern must have broken easily in a type case – see *ibid.*, 75–76.

different design solutions. Bodoni emphasised the differentiating elements of characters in order to increase legibility, while Didot attempted to stress common parts for different letters.³¹ In the era of variable fonts, it would seem that we have moved beyond the process of crystallising design solutions, but the experiences of young Polish designer Mateusz Machalski, who described his struggle with a digital adaptation of Andrzej Heidrich's Bona typeface,³² indicate that certain phenomena resulting from the nature of human perception are timeless. In his publication, Machalski only mentions his attempt to unify serifs, which proved to be unsuccessful [il. 10], but he has elaborated on this reflection in many lectures and talks, where he presents various sketches leading to his decision. The original attempt to unify serifs caused the font to lose its originality, made it less aesthetic and quite heavy. Anyone who has ever tried to map and unify at least one set of characters knows well that an apparent similarity works better than the exact same shape. There are also limits due to kerning, such as in the lowercase "w", whose first serif must be much shorter – otherwise it cannot be set against any other character. This is yet another example of the constant vitality of letterforms, which continuously evolve and yet remain in a balance determined by the "archetypal" forms of letters written in our memory, and also of their deeply humanistic (anthropological) roots. A human being finds it difficult to come to terms with perfect regularity; a too-perfect form causes discomfort, as proven in vast amounts of psychological research, especially studies on ornament.³³

An issue that appears in relation to Gutenberg is his special ability to imitate the handwritten books of his era. Thanks to Tschichold's research, we know that the 42-line Bible reproduces the most beautiful typographic sets of its time, based on the classic aesthetic canon. The proportions of a page match a quint (2:3), while a column is determined by the golden ratio, mirrored in a grid dividing the page vertically and horizontally by nine. The 36-line Bible was equally sophisticated. Unfortunately, a printer's intention is sometimes difficult to ascertain, due to the fact that, throughout their years of use, books were bound more than once, and bookbinders cut them, thus irretrievably destroying the proportions intended by the designers. Still, the columns remain, often based on proportions stemming from a regular pentagon, the golden ratio or musical intervals.

31 Ibid., 72.

32 It was actually a process of revitalisation, also related to redesigning the characters – see: Mateusz Machalski, *Bona Nova* (Warsaw, 2017), 40; idem, "Bona Nova – Nulle dies sine linea", *Acta Poligraphica* no. 10 (2017), 14.

33 Ernst H. Gombrich, *Zmysł porządku. O psychologii sztuki dekoracyjnej* [The Sense of Order: A Study in the Psychology of Decorative Art], trans. Dorota Folga-Januszewska (Kraków: Universitas, 2009), 129, 146.

Fidelity to the aesthetic canon was also a principle for the printers who followed Gutenberg. It is very rare that a book from the period was set without reference to proportions considered as aesthetic. Certain regions and eras are even recognised via their typographic solutions, which still delight us today. Beautiful Venetian prints can serve as examples for today's printers – not just as beautiful models (which couldn't be copied faithfully by a modern publishing house), but primarily as an inspiration to reach towards the wisdom of the old masters, who used different proportions to achieve results that are the most harmonious for the eye. Type designers who discover the golden ratio in Roman square capitals, and designers creating websites and the interfaces of mobile apps – they're all aware of this. The finesse of the old masters doesn't have to be copied thoughtlessly – it can serve as a starting point for new, creative solutions. The Fibonacci sequence of the golden ratio can beautifully compose the space of a website, book page or any kind of print. It is equally satisfying to reach towards the proportions hidden in musical divisions or regular geometrical figures, as was shown some time ago by Robert Bringhurst or Kimberly Elam.³⁴

Among many of the technical discoveries that we owe to pioneer printers, optical varieties play an important role. Naturally used in the first age of print, they were all but forgotten in the era of machine type, and returned only recently as part of the new technology related to computer typesetting. All typographic templates from the 16th–18th centuries show various applications of type patterns. Closer analysis allows for the observation of definite adjustment of the shape of characters to type size. Perhaps this was obvious for the punchcutters and printers of the time – letters didn't function in sizes different from those that were cast in metal, so certain qualities of a letterform were inseparable from a specific size of writing. This sounds simple, but why not make one's work easier by copying the same pattern in a different scale? We are aware that the art of scaling patterns was known and practiced at the time, by craftsmen as much as by artists. Seemingly, such a solution was unacceptable, which is confirmed by the accounts of printers and designers from the period. They mention, for example, adjusting the shape of a letterform to the size in order to improve legibility (Fournier, for example). It is true that the first test comparing legibility between typefaces was conducted in the early 19th century in France,³⁵ but all the material resources (for example the

34 Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, 164–167; Kimberly Elam, *Geometry of Design: Studies in Proportion and Composition* (New York: Princeton Architectural Press, 2001).

35 Tests comparing the legibility of typefaces by Claude Garamond and Firmin Didot were conducted by the director of the Imprimerie royale, Étienne-Alexandre-Jacques Anisson-Dupéron – see: Beier, *Typeface Legibility*, 118.

preserved type templates) suggest a high awareness of the subject among designers. Differences in proportion, the thickness of lines and the distance between characters are still the basic determinants of designing a typeface in four sizes: title, subtitle, body and notes.³⁶ Old punchcutters knew and utilised these rules very well. Today, good type houses offer typefaces in several optical varieties, for example Neacademia, whose name refers to a society established by Aldo Manuzio.

Diacritical signs pose another challenge for today's designers.³⁷ This is not a new issue: the adaptation of the Latin alphabet, limited by its nature to 24 signs, wasn't easy for nations who used more-complex phonetic systems than Latin. Studies on language development and subsequent source materials show how treatises on spelling, normative publications or other prints enable seeing the process of printers adjusting alphabets to local languages. Research also allows for understanding the nature and origins of diacritical signs, and their links to history. For example, the Czech diacritical system stems from the era of the uprising inspired by the reforms of Jan Hus. This is probably the reason why Polish writers decided to use digraphs, in order to avoid expressing approval for the movement by copying the Czech diacritic system. The need for such research has recently been expressed in an initiative to define the rules of creating diacritics in the Czech, Hungarian, Polish and Slovak languages in the context of their history.³⁸

The issue of multiscript typefaces seems linked to this topic, and is also very pressing in the era of globalisation.³⁹ Again, many questions arise here, and only historical research can help with them. Frutiger made an important observation that a writing tool, the way it's held, and the direction of writing influence the visual form of characters.⁴⁰ That is why the cultural aspect cannot be omitted when we design fonts in various alphabets. Bringhurst emphasised

- 36 Jose Scaglione, Laura Meseguer and Cristóbal Henestrosa, *Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu*, trans. Nina Pluta (Kraków: d2d.pl, 2013), 102.
- 37 In Polish, the rules of using diacritics were developed by Adam Twardoch – see, for example: Adam Twardoch, "Pickled herring and strawberry ice cream: Designing Polish diacritics", in: *Language Culture Type: International Type Design in the Age of Unicode*, ed. John D. Berry (New York: Graphis Press, 2002), 148–157.
- 38 *The Insects Project: Problems of Diacritic Design for Central European Languages*, eds. Agnieszka Matecka-Kwiatkowska and Zofia Oslislo-Piekarska (Katowice, 2016).
- 39 See: *Bi-Scriptual: Typography and Graphic Design with Multiple Script Systems*, eds. Ben Wittner, Sascha Thoma and Timm Hartmann (Salenstein: Niggli Verlag, 2018).
- 40 Frutiger, *Człowiek i jego znaki*.

that when connecting various scripts, attention must be paid to the unified density of both fonts.⁴¹ The methods of achieving this require serious reflection if both fonts stem from different cultures and have different, sometimes "reverse" systems of stroke contrast. Even such elements of the character as serifs have a completely different tradition (sometimes also an origin and goal) depending on the culture. A designer who works in this field should look into the history of books – after all, the same problems were shared by the printers who were trying to set the *Bible* in a harmonious manner. Greek typefaces were successfully used by Aldo Manuzio (Aldus Manutius),⁴² who specialised in prints in this language. At the turn of the 15th and 16th centuries, two styles of Greek typeface emerged – a calligraphic one based on lowercase letters, represented by Demetrios Damilas, Alexandros and Laonikos (Jenson's and Wendelin von Speyer's Greek styles referred to them), and the style known as Greco-Latin.⁴³ Manuzio decided to develop his own style, which followed the Greek italics cut by Francesco Griffo. Later, Greek type appeared regularly in the resources of both great and minor printers: Estienne, Plantin, Caslon and Didot. The first Hebrew prints⁴⁴ were made at least 35 years after the invention of print – the earliest known are Rashi's commentary to the Torah and Jacob ben Asher's *Arba'ah Turim* of 1475. Later, Hebrew printing houses began to emerge across Europe. Many Christian printers also used Hebrew typefaces, mainly for Biblical prints. The Arabic book emerged relatively late. The oldest known book in this language⁴⁵ was made in Venice by Christian printers. The oldest preserved print in Arabic contains the text of the Hours of the Virgin Mary, and was made in 1514 in Fano, Italy. For a long time, Arabic print was not tolerated in the Ottoman state, which is why Arabic books were usually printed in Europe. In contrast to this, Cyrillic print seems to have appeared fairly early. The first version was cut and cast in Kraków in the 1490s by Ludolf Borsdorf (Borchdorp) from Braunschweig, in the print shop established by Schweipolt

- 41 Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, 118.
- 42 Mieczysław Rokosz, *Wenecka oficyna Alda Manucjusza i Polska w orbicie jej wpływów* (Wrocław: Ossolineum, 1982), 132–140.
- 43 Gerry Leonidas, "A primer on Greek type design", in: *Language Culture Type*.
- 44 <https://www.jewishvirtuallibrary.org/hebrew-printing> (accessed 12 April, 2019). See also: Stephen Lubell, *Sixteenth-century Hebrew typography: A typographical and historical analysis based on the Guillaume I Le Bé documents in the Bibliothèque nationale de France* (2014) [PhD thesis defended at the University of London], <https://core.ac.uk/download/pdf/33336796.pdf> (accessed 9 April, 2019).
- 45 Roderick Cave and Sara Ayad, *Historia książki. Od glinianych tabliczek po e-booki [A History of the Book in 100 Books]*, trans. Ewa Romkowska (Warsaw: pierwsze, 2015), 110–111.

Fiol of Franconia.⁴⁶ A newer, improved version was made in 1515 in Prague by the Belarusian Francysk Skaryna. Italics were created much later, in 1583.⁴⁷ Old printers used other scripts as well. A perfect example is the Vatican printing house and its template, which contained the many alphabets necessary for printing Biblical texts and commentaries – among them not only Latin, Hebrew and Greek, but also Arabic, Illyrian, Cyrillic, Syrian, Coptic, Gothic, Etruscan, Iguvine and Indian. Plantin⁴⁸ used the Greek, Hebrew and Syrian alphabets, prepared especially for printing the Antwerp *Biblia Polyglotta*. In Bodoni's great *Manuale Tipografico*, published in 1818, after his death,⁴⁹ we can find many examples of Antiqua, Greek and Cyrillic italics, the Hebrew alphabet, and "exotic" alphabets such as Arabic and others. Foreign typefaces could even be found in smaller printing houses, as proven, for example, by a sample of the treatise of Paulus Pater published in Leipzig.⁵⁰

It is also worth mentioning the research on technology and old materials, which not only enables the dating of prints and their assignation to individual printers, but also helps resolve more complex questions. Discovering the technology of making vellum, especially paper production and the standardisation of formats, enabled understanding the methods of dividing printing sheets, and how the process we now call imposition developed. Knowledge about the construction of printing presses provides answers to many questions regarding the reproduction of letters. The invention of Gutenberg's press was key in this field: earlier, woodblock prints and xylographic books were made by pressing a special tool (like a brush) or on a simple press. Such presses were used for many centuries after Gutenberg, for obtaining proof prints (galley proofs). Gutenberg's press itself was an improved version of devices that had been used earlier, and even though it was an important invention for the history of printing, it was still relatively simple. Its evolution took several centuries, even though the basic principle of printing didn't really change. For a long time, printing presses were made of wood, and allowed for a single print of half a sheet only, due to low pressure (five tonnes per column).⁵¹ The knowledge of the level of pressure is interesting due to the change it causes to letterforms.

46 Agata Szydłowska and Marian Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce* (Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2015), 12–15.

47 Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, 307.

48 Barbara Górka, *Krzysztof Plantin i Officina Plantiniana* (Wrocław: Ossolineum, 1989), 190.

49 Giambattista Bodoni, *Manuale Tipografico* (Parma, 1818), <http://www.rarebookroom.org/Control/bodtip/index.html> (accessed 12 April, 2019).

50 Paulus Pater, *De Germaniae miraculo optimo, maximo typis literarum, earumque differentiis, dissertatio* (Leipzig, 1710).

51 Marian Drabczyński, "Papier w pracy drukarza. Normalizacja formatów. Gramatury papieru", *Poliografia* no. 7–8 (1960), 34.

Thick oil ink, whose ingredients we know today, pressed onto paper made of old rags, led to creating completely different forms than those we know today. This awareness highlights certain aspects of design, especially in the case of the digitisation of typefaces – for example, removing the ink traps present in older typefaces, or the adjustment of the thickness of lines to contemporary printing methods, in which pressure doesn't lead to the "squashing" of the ink and, as a result, the emboldening of its shape. Research on the ingredients of printing ink allows researchers not only to recreate it, but also to calculate the printing time of old prints. Modern methods such as cyclotron analysis facilitate this research. Such calculations have been carried out primarily for Gutenberg's Bible, where the number of working days and the team size (six typesetters, six pressers working on the press, one proofreader), as well as the technical limits of the pace of typesetting were considered. Primary proof turned out to be the research on ink ingredients, which often changed. Because the ink had to be made from scratch every day, the number of working days could be established. This led to the discovery of how many days it took to print one of the most important monuments of world culture.⁵²

We could continue reflecting on the influence of the old techniques of design and printing forever. We don't have enough space for the subject of colour, which carries a lot of issues – not only in technical terms (for example the methods of making printing ink, or the technologies of printing in colour), but also in cultural terms, related to the symbolic dimension of colour, or even the shaping of language, which reflected the human way of interacting with the world (for example, the colour blue was not important in culture for a long time because it was difficult to access).⁵³ Sometimes a designer doesn't realise the depth of symbolic attachments, and how important it is to take them into account, especially in the dimension of cultural difference. Ignoring them may lead to misunderstandings, or even to total communication failure.

In the same way, we can approach the role of ornament in culture (and its dependency on a given culture, such as in the case of cultures that avoid imaging due to religion, for example Jewish or Arabic), illustration, particular elements of a project or applied means of expression. Each time, a fascinating vision of contrasting currents emerges, of solutions that develop and evolve, and of incredible projects whose authors have been forgotten. This is why the history of design seems to be unfair – as many art historians begin telling the story with modernism, cutting it off with "a thick line" from the preceding eras of

52 Pirożyński, *Johannes Gutenberg*, 92–95.

53 Michel Pastoureau, *Blue: The History of a Color* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2001).

“darkness and bad taste”. This is especially shocking when we look at old books and realise that the old masters had forgotten more than we will ever learn.

Most of these observations seem banal – everyone seems to have known all of this for a long time. The development of writing is part of the learning process, and many artists and designers also have courses in lettering or calligraphy behind them. The canon of obligatory reading includes publications by Tschichold, Frutiger and Noordzij. But to know doesn’t always mean to see – some phenomena have to be discovered for oneself, introduced into one’s own system of learning and feeling, like a child learning to see contour, depth or perspective.⁵⁴ Understanding the paths of artists and designers who uncovered certain truths for the first time enables the conscious use of this tradition, either its acceptance or refusal. Regardless of any future decisions, ignorance is the worst mistake – it makes an artist or designer ridiculous if they claim to have discovered some truth for the first time. On the other hand, even a humble position towards tradition, sometimes leading to the limiting belief that “everything has already happened”, cannot make a designer’s or artist’s work inauthentic; quite the contrary – it places them in a long line of predecessors, whose great resources of experience and discovery can be drawn from.

54 Rudolf Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka* [Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye], trans. Jolanta Mach (Łódź: Oficyna, 2013), 176–234.

Klaudia Socha

Doctor Habilitatus of Humanities at the Department of Literary Studies, and assistant professor at the Department of Editing and Auxiliary Sciences at the Jagiellonian University. She focuses on the history of books, print, book graphics, readership and publishing aesthetics. She is currently interested in the development of the layout of printed books, and the history of the typographic resources of old print shops.