

Katarzyna Wolny-Grządział

O doborze i interpretacji krojów pism

Opis pracy doktorskiej





Katarzyna Wolny-Grzędziel

O doborze i interpretacji krojów pism

Opis pracy doktorskiej

Katowice 2024

Spis treści

7 Geneza tematu

10 Odbiorca

11 Cele pracy

12 Pytania badawcze

13 Etapy procesu projektowego

13 Forma publikacji

15 Medium (nośnik)

15 Siatka publikacji

15 Forma publikacji

18 Struktura tekstu

18 Krój pisma

20 Ilustracje

Potrzeba przeanalizowania problemu doboru i interpretacji krojów pism jest wynikiem kilkunastu lat praktyki zawodowej w obszarze projektowania graficznego (w szczególności projektowania publikacji), oraz prowadzonej równolegle pracy naukowo-dydaktycznej w zakresie podstaw projektowania graficznego, podstaw typografii, grafiki edytorskiej i grafiki książki. W obydwu wymienionych dziedzinach autorka dysertacji ma na co dzień kontakt z osobami, które nie posiadają adekwatnej wiedzy na temat projektowania komunikacji wizualnej, ze szczególnym uwzględnieniem jej nieodłącznego elementu – krojów pism.

W przytoczonych przypadkach rozwiązanie problemów komunikacyjnych na linii projektant–odbiorca (klient), wykładowca–student, możliwe jest dzięki edukowaniu i dyskutowaniu na temat sposobów projektowania komunikatów typograficznych. Obydwa te działania wymagają zdobycia określonych zasobów wiedzy. W zależności od stopnia uświadczenia rozmówcy może być to operowanie pojęciami specjalistycznymi, przynależnymi teorii projektowania komunikacji wizualnej, lub próby opisywania krojów ze względu na funkcjonalny kontekst ich użycia, oraz – równie często – walory estetyczne i przypisane krojów do familiarnych dla obydwu stron kodów wizualnych. Istotnym czynnikiem jest również hierarchia interesariuszy, biorących udział w procesie komunikacji. O ile od studentów można (i należy) wymagać zdobycia i nieustającego pogłębiania wiedzy na temat dyscypliny, w przypadku klientów nastawionych na rezultat, z pominięciem szczegółów procesu projektowego, wykorzystywane słownictwo musi być przystępne dla obydwu stron aktu komunikacji.

Motywacją do ponownego opisanie kryteriów doboru pism i cech krojów było rozpoznanie ograniczeń zakresu funkcjonującego dookoła krojów pism słownictwa i jego hermetyczny, często trudny do szybkiego wyjaśnienia charakter. Typografia, rozumiana w ogólnym kontekście jako dyscyplina projektowa zajmująca się całą problematyką

związaną z projektowaniem i użyciem krojów pism, zarówno na poziomie makro- (layout) jak i mikrotypograficznym (detale litery, projektowanie krojów), pomimo bogatej literatury podmiotu nie posiada ukonstytuowanej, spójnej teorii naukowej. Doświadczenie w pracy projektowej oraz analiza rynku krojów pism pokazuje jego ciągle przeobrażenia i niespotykany wcześniej gwałtowny rozwój. Rodzi to pytania o stopień profesjonalizacji twórców i jakość setek tysięcy dostępnych krojów pism. Ocena ich technicznej przydatności przez projektantów graficznych, pośredniczących w procesie komunikacji między projektantami krojów i odbiorcą końcowym oraz decydujących o kształcie komunikatu typograficznego, wymaga zdobycia wiedzy fachowej.

Kryteria doboru krojów pism oparte na wiedzy od dawna opisane są w książkach dotyczących projektowania komunikacji wizualnej i projektowania krojów pism, a niniejsza praca stanowi próbę ich podsumowania. Jak zostało zaznaczone w treści pracy, utworzona lista kryteriów pozostaje otwarta, obejmuje jednak najważniejsze z punktu widzenia autorki problemy, zidentyfikowane w trakcie kwerendy dostępnej literatury przedmiotu, wskazanej w załączonej bibliografii. Uwzględnione zostały zarówno tematy bardzo ogólne, na stałe obecne w programach nauczania kierunków projektowych, jak również tematy specjalistyczne, ściśle związane z projektowaniem krojów, których znajomość pomaga otworzyć projektantom komunikacji wizualnej nowe drogi adekwatnego do celów komunikacyjnych doboru krojów pism. Przykładem takiej tematyki może być powiązanie cech kroju pisma ze skalą jego wdrożenia, wiążące się z tematyką projektowania inkluzywnego, wciąż w mniejszym stopniu opisywane w dostępnej literaturze. Każdy z poruszanych tematów zasługuje na odrębne opracowanie, którego nie sposób zawrzeć w niniejszej pracy; na rynku wydawniczym dostępne są pozycje rozwijające większość przywoływanych zagadnień. Ich skondensowane podsumowanie zawarte w części II umożliwia projektantom zidentyfikowanie nurtujących ich problemów i pogłębienie wiedzy dzięki odwołaniu do wskazanych źródeł.

Dodatkowo na początku pracy została postawiona teza, zgodnie z którą typografia, będąca jednym z komponentów komunikatu wizualnego, jest jego najbardziej egalitarną częścią, ze względu na swoją wszechobecność i niemożliwą do zastąpienia przez jakiegokolwiek inne medium rolę w przekazywaniu informacji. Jej ranga wzrasta wraz

z redukowaniem w codziennym życiu funkcji tradycyjnie pełnionych przez pismo odręczne. Jednocześnie niedoceniana i niezrozumiana rola krojów pism w projektowaniu komunikacji wizualnej wymaga ciągłego edukowania i pogłębiania wiedzy. Kroje pisma często traktowane są jako element warstwy estetycznej komunikatu, podczas kiedy ich inherentną cechą jest czytelność (rozumiana zarówno na poziomie *legibility* jak i *readability*), decydująca o skuteczności procesu komunikacji, a możliwa do osiągnięcia jedynie dzięki świadomemu wykorzystaniu krojów pism.

Funkcja estetyczna nie może być pomijana w procesie projektowania, a jej wykorzystanie często okazuje się decydującym czynnikiem w oddziaływaniu przekazu typograficznego na odbiorcę i osiągnięciu zamierzonego celu komunikacyjnego. Nie powinna jednak być pierwszym i jednym rozpatrywanym kryterium.

Obszarem, który nie został do tej pory kompleksowo opracowany, jest podświadome, oderwane od wiedzy projektowej, nadawanie formie kroju pisma dodatkowych znaczeń i łączenie ich z ogólnym komunikatem, w sposób z założenia zgodny z intencjami autora, treścią komunikatu i kompetencjami odbiorcy. Autorka podjęła próbę wskazania dyscyplin i teorii spoza obszaru projektowania komunikacji wizualnej, które mogą stać się narzędziem do zbadania tego terytorium.

Dzięki rozwojowi technologicznemu nie ma znaczenia czy komunikaty typograficzne wdrażane są w formie druku, czy na ekranach urządzeń mobilnych i komputerów. Kroje pisma funkcjonują jako metanarzędzie komunikowania, przynależne do wszystkich dyscyplin projektowania graficznego, dlatego tak ważne jest położenie nacisku na przekazywanie wiedzy na ich temat i rozwój typografii jako dyscypliny naukowej.

Publikacja kierowana jest z założenia do projektantów graficznych, niezależnie od tego, czy łączą swoją rolę z pracą dydaktyczną. Ze względu na stopień uszczegółowienia problematyki praca nie stanowi podręcznika i nie kompiluje podstawowej wiedzy na temat typografii i jej standardów. Stara się wskazywać na źródła i badania, na podstawie których obowiązujące w projektowaniu komunikatów typograficznych normy zostały sformułowane. W kolejnych częściach porusza tematykę teorii językoznawczych (semiotyka w ujęciu Ferdinanda de Saussure’a – część I) szereg kwestii technicznych wkraczających na pole projektowania krojów pism (część II) oraz przedstawia interpretowane konotacje krojów pism (część III). Praca zawiera również opis przeprowadzonych wywiadów badawczych, dających pole do konfrontacji postaw i poglądów na temat projektowania komunikacji wizualnej i projektowania krojów pism (część IV). Obszerna i zróżnicowana bibliografia może stanowić dla odbiorców punkt odniesienia dla dalszych badań nurtujących ich zagadnień.

Celami przyświecającymi dysertacji są:

- otworzenie dyskursu na temat oddziaływania formy kroju pisma na odbiorcę końcowego,
- próba określenia relacji oddziaływania kroju na użytkownika z intencjami projektantów komunikacji wizualnej,
- oraz poszukiwanie sposobów komunikowania podświadomego oddziaływania krojów, zrozumiałego dla laików.

Do ich osiągnięcia konieczne jest zidentyfikowanie, zebranie i uporządkowanie opisanych w specjalistycznej literaturze kryteriów doboru i interpretacji krojów pism. Kolejnym celem jest wskazanie obszarów, w których teoria projektowania krojów pism i projektowania komunikatów wizualnych może zostać poszerzona, uszczegółowiona lub wymaga stworzenia nowych definicji i pojęć.

Dodatkowo, dzięki przeprowadzonym wywiadam, możliwe jest sondowanie postaw i poglądów projektantów związanych ze zróżnicowanymi dyscyplinami projektowymi. Rozmówcy są absolwentami większości znaczących ośrodków w Polsce i za granicą kształcących projektantów komunikacji wizualnej i projektantów krojów pism (Katowice, Kraków, Warszawa, Łódź, Gdańsk, Poznań, Wrocław, KABK Haga, University of Reading). Skonfrontowanie ich z postawionymi w pracy tezami z założenia miało wskazać nowe, nieoczywiste i wymagające dalszej analizy wątki związane z poruszaną problematyką.

Praca ma stać się narzędziem dla profesjonalnych projektantów, dzięki któremu rozpoznają oni problemy związane z projektowaniem komunikatów wizualnych, pogłębią swoją wiedzę na ich temat i będą mogli odwołać się do szczegółowych źródeł, wskazanych w literaturze przedmiotu.

Ostatnim celem pracy jest wskazanie teorii proponujących odmienne niż techniczne słownictwo, do wykorzystania przy opisywaniu krojów pism. Dzięki ich krytycznej analizie może wywiązać

się dyskusja na temat nowych zasobów terminologii, służącej do komunikowania cech i właściwości krojów na wielu płaszczyznach, nie tylko w profesjonalnym dyskursie.

Na potrzeby pracy zostały sformułowane szczegółowe pytania badawcze:

Pytania badawcze

- Czy w dotychczasowej praktyce można zaobserwować stałe i zmienne przesłanki stojące za wyborem kroju pisma?
- Czy istnieje hierarchia tych przesłanek i czy można określić, którymi przesłankami i w jakich sytuacjach kierują się projektanci?
- Które aspekty doboru krojów powinny dominować w projekcie?
- Jakie są relacje między krojem pisma a budowanym za jego pomocą komunikatem?
- Jakie są konsekwencje podejmowanych decyzji projektowych dotyczących doboru krojów pism?
- Czy projektanci są świadomi konsekwencji wyboru określonych krojów pisma i jaką wagę przypisują wyborowi kroju w stosunku do pozostałych decyzji projektowych?
- Czy odbiór komunikatu typograficznego opiera się tylko na poprawności wdrożenia dzięki prawidłowemu zidentyfikowaniu aspektów technicznych kroju, czy wynika również z kodów przynależnych innym dziedzinom naukowym?
- W jaki sposób komunikat typograficzny jest percypowany przez odbiorcę?
- Czy poprzez zastosowanie danego kroju pisma projektant jest w stanie jednoznacznie ukierunkować odczytywanie komunikatu przez odbiorcę?
- Jakie elementy analizowanego zagadnienia wymagają doprecyzowania lub zdefiniowania?

Proces projektowy

Poruszana tematyka jest nieodłącznym aspektem pracy dydaktyczno-naukowej, jak i projektowej, prowadzonej przez autorkę od kilkunastu lat. Przed podjęciem decyzji o wyborze tematu pracy doktorskiej autorka miała okazję odbycia wielu dyskusji z osobami związanymi z projektowaniem graficznym jako dziedziną naukową i reprezentantami innych dyscyplin, które potwierdziły zasadność przeanalizowania podnoszonych problemów w formie dysertacji, kierowanej do profesjonalnych projektantów, zajmujących się projektowaniem komunikacji wizualnej. Dzięki wyjściu poza swoją dyscyplinę naukową możliwe było sięgnięcie do teorii językoznawczych jako wsparcia przeprowadzanej analizy.

Po sformułowaniu problemów badawczych, kolejnym etapem pracy nad dysertacją było zgromadzenie i przeanalizowanie dostępnej na polskim rynku literatury przedmiotu, ze szczególnym uwzględnieniem książek odwołujących się wprost do problematyki projektowania krojów pism i składu tekstu. Nie wszystkie przeanalizowane książki zostały wykorzystane do sformułowania tez zawartych w pracy lub zacytowane, jednak szerokie spojrzenie na publikacje fachowe pomogło w doborze najważniejszych, analizowanych w części II problemów. Poza literaturą dotyczącą projektowania graficznego autorka sięgnęła po sprawdzone, podstawowe źródła z zakresu semiotyki/semiologii, a zawarte w nich teorie zostały powiązane z problematyką projektową.

Po ustrukturyzowaniu rozpatrywanych projektów i napisaniu trzech pierwszych części dysertacji przeprowadzone zostały wywiady badawcze z projektantami krojów pism i projektantami graficznymi. Staranny dobór próby i przeprowadzenie pogłębionych wywiadów pozwoliło na uzupełnienie analizowanych wcześniej zagadnień o nowe aspekty i spostrzeżenia oraz skonfrontowanie postaw i poglądów projektantów reprezentujących bardzo zróżnicowane dyscypliny projektowe (wayfinding, branding, projektowanie publikacji,

projektowanie krojów pism, projektowanie produktów cyfrowych, plakat, ilustracja, projektowanie wystaw, tworzenie strategii marki).

Ostatnim etapem pracy było opracowanie formy i wdrożenie publikacji. Ważnym elementem na tym etapie pracy było zebranie i opracowanie ilustracji.

Forma publikacji

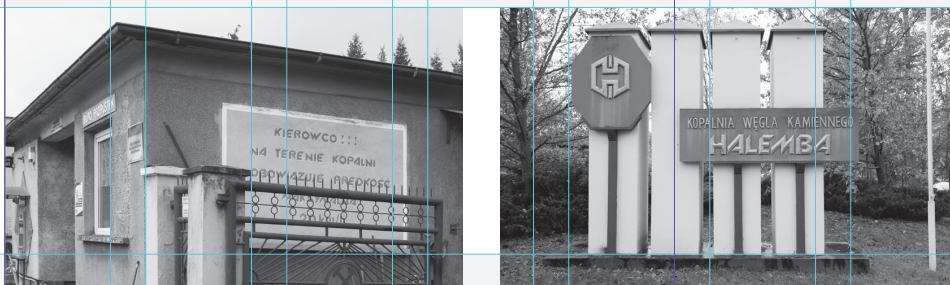
Medium (nośnik)

Sformułowana przez autorkę teoria zawarta została w kompleksowo zaprojektowanej książce o wymiarach 170×245 mm, co stanowi pomniejszony format B5, dzięki czemu możliwe jest jej wydrukowanie zarówno w druku cyfrowym, jak i offsetowym. Ze względu na dużą objętość publikacji (200 stron), jest ona oprawiona w oprawę twardą, szyto-klejoną, półpłócienną z otwartym grzbietem (szwajcarską). Na okładce wykorzystane zostało płótno introligatorskie połączone z zadrukowaną okleiną. Wyklejkę stanowi papier barwiony w masie. Książka wydrukowana została na niepowlekanym papierze Munken Lynx 130 g w odcieniu naturalnej bieli, dla zachowania najlepszej czytelności i optymalnego kontrastu między rysunkiem litery a podłożem.

Siatka publikacji

Strony publikacji zostały przeliczone na moduł o wielkości 15 pkt, stanowiący jednocześnie podstawową interlinię tekstu ciągłego i skok siatki linii bazowych. Wykorzystana została asymetryczna siatka podzielona na 7 szpalt i 5 modułów poziomych. Tekst ciągły zawiera się na zewnętrznych 5 szpaltach, dwie wewnętrzne zostały wykorzystane do umieszczenia śródtytułów i elementów ilustracji. Dzięki zastosowaniu oprawy szwajcarskiej, zapewniającej pełne rozwarcie rozkładówki, możliwe było zaprojektowanie wąskich marginesów wewnętrznych. Na marginesie dolnym umieszczona została paginacja i żywa pagina składająca się z dwóch elementów: oznaczenia części pracy (na wewnętrznych 2 szpaltach) oraz tytułu rozdziału (poniżej tekstu ciągłego). Na stronach tytułowych rozdziałów tekst główny opuszczony został o jeden moduł poziomy. Siatka modułowa reguluje również proporcje zamieszczanych ilustracji.

Część III			Elementy typografii podporządkowane znaczonemu (zmienne)	tytularium
KONOTACJA – szeroki zakres znaczeniowy danego znaku (wszystkie możliwe skojarzenia, które ów znak uruchamia, np. malec – młodość, niewinność, niesformość itp.) [Burzyńska: 264], poszerzone pole znaczeniowe znaku [Burzyńska: 265]. „Konotacja odnosi się do idei, że znaki mogą być przeniesione z jednego kontekstu (jednej epoki, jednej grupy społecznej, jednego kręgu kulturowego) do innego, aby oznaczać idee i wartości związane z tym innym kontekstem przez tych, którzy dokonują «przeniesienia»”⁴⁷. [van Leeuwen, 146]		Metafory wizualne (konotacje)	O wiele trudniejszym zadaniem od wskazania stałych, wynikających z uwarunkowań technicznych aspektów doboru pisma jest określenie czynników zmiennych, niosących w sobie element (lub elementy) znaczonego. Dla ich zdekodowania potrzebna jest choćby podstawowa znajomość historii rozwoju krojów, wiedza ta nie daje jednak rozwiązań dla wszystkich problemów, przed jakimi staje świadomy projektant. Jak zauważa Johanna Drucker, w przeciwieństwie do języka, w którym słowa, litery, fonemy i morfemy mają jasno określoną tożsamość, a zasady gramatyki i składni są możliwe do zidentyfikowania, domena wizualna nie ma ustalonych zasad definiowania, które elementy obrazu są „znakami”, a które nie, i jakie mogą być ich wzajemne relacje [Drucker 1996: 45]. Według Gerarda Ungera Czytanie jest formą rozpoznawania wzorców, a nasza zdolność do rozpoznawania wzorców pozwala na dużą zmienność form liter⁴⁸. [Unger 2007: 82] Afordancją krojów pism rozumianych przez pryzmat znaczonego jest opisywanie niesionych przez nie emocji, skojarzeń i metafor. Nie ma więc prostego odniesienia do cech funkcjonalnych komunikatu, a opisywana może być z poziomu intuicji⁴⁹, a nie wiedzy. Jak zauważa Cristóbal Henestrosa: 48 “Reading is a form of pattern recognition, and our ability to recognize patterns permits wide variation in letter forms.” 49 Intuicja inaczej rozumiana jest w przypadku projektanta a inaczej odbiorcy: intuicja projektanta wynika ze zdobytej wiedzy i doświadczenia, umożliwia mu wdrażanie zasad projektowych bez potrzeby ich przywoływania. W przypadku odbiorcy jest to adekwatne umieszczanie komunikatów w polach semantycznych/kodach wizualnych, bez odniesień do wcześniej zdobytej wiedzy.	tekst ciągły i śródtytuł długi cytat podkreślenie przypis rzeczowy
47 “Connotation refers to the idea that signs may be ‘imported’ from one context (one era, one social group, one culture) into another, in order to signify the ideas and values associated with that other context by those who do the ‘importing’.”		Część III	Metafory wizualne (konotacje) 97	paginacja i żywa pagina



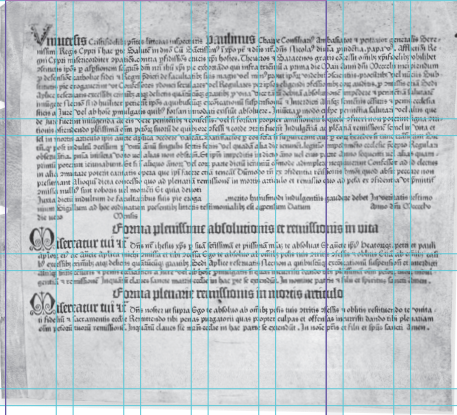
MICROSOFT

(il. 7a., 7b. 7c.) krój *New Zelek* wdrożony jako logo Kopalni Węgla Kamiennego Halemba (do dziś funkcjonującej, na zdjęciu budynki biurowe i sztyl w Rudzie Śląskiej)
(il. 8.) logo firmy Microsoft z lat 1980–82 wykorzystujące krój *New Zelek*

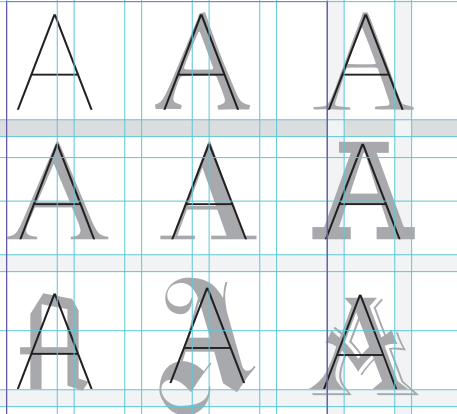
II wojny światowej. Ze względu na wykorzystanie przez propagandę niemieckiego socjalizmu narodowego i w oficjalnych dokumentach Rzeszy, po wojnie została wyparta przez inne kroje pisma. Z użycia fraktury, paradoksalnie, wycofali się sami naziści, wskazując na jej formalne podobieństwa do alfabetu hebrajskiego¹⁵. Dziś kojarzona jest z głównie z subkulturami i używana ze względu na swoje cechy formalne. Z uwagi na ozdobny charakter (oprócz podstawowych elementów litery pojawiają się w niej również ich powtórzenia) zyskała dużą popularność w środowisku osób specjalizujących się w sztuce tatuażu. Pomimo swojego bagażu kulturowego czcionki gotyckie mogą mieć również osobisty wydźwięk – na Śląsku są ściśle związane z dokumentami rodzinnymi (sztambuchami), przez wiele lat skrzętnie ukrywanymi, a dziś pozwalającymi na dokumentowanie (i odzyskiwanie) tożsamości regionalnej.

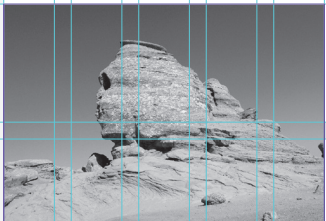
Podobnym przykładem może być krój pisma *New Zelek* zaprojektowany przez Bronisława Zelka¹⁶, plakacistę związanego ze środowiskiem warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, który po emigracji do Austrii na początku lat 70. wziął udział w konkursie francuskiej firmy Mecnorma na krój pisma roku *Supertype*. Zaproponowany przez niego projekt alfabetu, w którym zakończenia i niektóre elementy litery pochylone są pod kątem 45 stopni, dzięki swojej geometrycznej, dynamicznej formie wygrał konkurs w 1973 roku i został dołączony do oferty produkowanych przez Mecnormę lettrasetów (czyli arkuszy do suchego transferu). *New Zelek* zyskał natychmiastową popularność na zachodzie Europy i był szeroko stosowany w projektach związanych z różnorodną

- 15 <https://www.typeroom.eu/a-nazi-font-banned-by-nazis-fraktur-legacy-must-listen-design-podcast>; <https://99percentinvisible.org/episode/fraktur/>; <http://blog.ocad.ca/wordpress/visd2004-fw2020-002-m/sample-page/futurablackletter-and-their-links-to-nazi-germany/#:~:text=Nazis%20used%20blackletter%20as%20their,use%20in%20all%20of%20Germany.>; <https://www.wired.com/2017/05/how-fonts-are-fueling-the-culture-wars/>; https://en.wikipedia.org/wiki/Antiqua%E2%80%93Fraktur_dispute [dostęp: 13.11.2023].
- 16 <https://threedotstyp.com/product/new-zelek-pro/> [dostęp: 13.11.2023].

		i wprowadzanie do technik drukarskich innowacji pozwalające np. na umieszczanie tekstu po diagonalu i łączenie ze sobą krojów i ich odmian w różnej punktacji. Według stanowiska prezentowanego przez Drucker napewniej nie ma bardziej przezwrotnej (i udułej) transformacji formalnej radykalizmu wczesnego modernizmu (wyrażonego przez <i>marked typography</i>) w kapitalistyczne, korporacyjne standardy, niż przejście od radykalnej estetyki ruchu w awangardowych do nowoczesnego designu w szwajcarskim stylu. W tym procesie te same elementy które charakteryzowały wczesne prace awangardowe, zostały uporządkowane i skodyfikowane do stylu międzynarodowego [Drucker 1996: 248]. Według Johnny Drucker każdy rodzaj tekstu (oznaczony i nieoznaczony) zakłada istnienie projektanta i odbiorcy, ale sytuując ich w radykalnie innych potyczkach. Teksty nieoznaczone mają za zadanie zatarcie śladów zarówno twórcy, jak i odbiorcy, i stworzenie komunikatu typograficznego spełniającego wszelkie warunki użyteczności. Tekst oznaczony wyraźnie i intencjonalnie konfrontuje czytelnika z założeniami twórcy i dodatkowymi znaczeniami komunikatu, przy wykorzystaniu wszelkich dostępnych środków typograficznych. Jak wskazuje Drucker, każdy z ruchów awangardowych początki XX wieku chciał, żeby typograficzny komponent komunikatu – jako jeden ze środków ekspresji – był pierwszoplanowy. Ukonstruowanie projektowania graficznego jako samodzielnego dyskursu (początek XX wieku), rozpoczęło się pod wpływem ruchu Arts and Crafts Movement zainicjowanego przez Williama Morrisa w Wielkiej Brytanii. Jego oddziaływanie jest szczególnie widoczne w konstruktywizmie, a następnie w twórczości osób skupionych wokół szkoły w Bauhausie, która zinstytucjonalizowała nauczanie projektowania graficznego, czerpiąc z doświadczenia swoich wykładawców, reprezentujących większość ruchów awangardowych. Teorie Beatrice Warde i Johnny Drucker łączy przekonanie, że w zależności od intencji autora komunikatu kraj pisma może być nadzrzedną formą ekspresji w komunikacie nadpisaną znaczeniem lub stać się podrzędnym wobec treści i nie zakłócać jej odbioru i interpretacji. Różni je kontekst powstania i kompetencje autorek - Warde ukała metaforę kryształowego kielicha będącą aktywną teoretyczką i krytyczką designu, odnosząc się do swojej epoki, a Drucker analizuje	
30		Wstęp	31

	Wydawać by się mogło, że podstawowym celem projektowania komunikatu typograficznego w branding, szczególnie w obszarze logotypu jest wykorzystanie unikatowego, rozpoznawalnego i identyfikowanego jedynie z konkretną marką kroju pisma (dotyczy to w szczególności branży modowej, wystarczy przywołać literacki sygnet marki Louis Vuitton, umieszczany na wszystkich jej produktach). Tymczasem, pod wpływem wspomnianych wcześniej social mediów, pojawił się trend odwrotny, powodujący paradoksalną unifikację logotypów konkurujących ze sobą marek³⁵. W szczególnych przypadkach (takich jak np. marka Gap³⁶) firmy zmuszone były do wycofania się z podjętych decyzji pod wpływem protestów niezadowolonych ze zmian odbiorców. Podobnym zabiegiem jest rezygnowanie z literackiego dopełnienia sygnetu i posługiwanie się jedynie znakiem, podyktowane potrzebami responsywności logotypów³⁷. Zjawisko to, najbardziej zauważalne w branży modowej, dotyczy wielu marek – przykładem może być zmieniająca się forma logotypu firmy Google, w swojej pierwotnej formie wykorzystująca kraj szeryfowy. Również favicon Google uległ przeprojektowaniu i aktualnie wykorzystuje uproszczoną majuskułę G, zamiast znaku minuskułowego, co jest wprost podyktowane responsywnością na ekranach urządzeń mobilnych³⁸.			
(il. 14.) Na zestawieniu widać zmianę kodów wizualnych w typografii marek modowych. Tradycyjnie dominujące kody wizualne branży modowej kontrastowe antytypy klasycystyczne zostały zastąpione przez kroje bezszeryfowe, w wielu wypadkach tuziąco do siebie podobne.	35 Przykłady można znaleźć w artykule „BRANDING: Zaro's new logo is a smart move toward luxury” https://www.linkedin.com/pulse/branding-zaros-new-logo-smart-move-toward-luxury-boris-hercier [dostęp: 20.05.2024]. 36 Case study marki Gap wspomniane jest w książce Sarah Hyndeman <i>Why Fonts Matter</i> oraz w artykule „The History Of The Gap Logo” https://www.halchwise.com/resources/history-of-logos-gap-kogo#:~:text=The%20unexpected%20roadblock%20they%20encountered,this%20back%20to%20their%20consumers [dostęp: 20.05.2024]. 37 Przykłady responsive logos światowych koncernów można obejrzeć na stronie: https://www.responsivelogos.co.uk/ [dostęp: 20.05.2024]. 38 Źródło: Google logo https://en.wikipedia.org/wiki/Google_logo#:~:text=The%20company%20logo%20changed%20to%20a%20mini%20August%2031%2C%202015.&text=The%20logo%20used%20since%20September%2020new%20typeface%2C%20Product%20Sales			
76	Elementy typografii podporządkowane znaczącemu (stałe)	Część II	Powiązania krojów (denotacje)	77

		kodem semiotycznym jest najbardziej podstawowy i uproszczony formalnie kod głów, który stopniowo zyskuje cechy dysyntykne (kontrast, szeryfy, kąty pochylecia światła wewnętrznych; proporcje elementów etc.). Według Ehrensa „alfabet to ciąg podstawowych znaków [głównie K-W-G], ułożonych w określonym porządku, który samodzielnie nie niesie ze sobą znaczeń” [Ehrens 1977: 63]. Ta teza jest prawdziwa jedynie dla najbardziej podstawowej formy liter, podczas gdy każda nadawana im intencjonalnie przez projektantów cecha estetyczna nadbudowuje znaczenie formy litery. Jak wskazuje ten sam autor: Znaki są używane przez człowieka do przekazywania swoich myśli innym ludziom, a ponadto mają za zadanie wywoływać określone efekty. [...] cel znaków podąża za określonymi intencjami; nie chce po prostu przekazywać informacji odbiorcy, ale informację w specjalnym celu. Aby osiągnąć ten cel, musi zastosować znaki, które mają możliwość wywołania pewnego zainteresowania u odbiorcy, tak aby wziął udział w akcie komunikacji. Można to zrobić za pomocą znaków odpowiednich do wywołania w odbiorcy pewnych uczuć, pragnień i nadziei, „pewnego wewnętrznego głosu, który wyraża przyjemność i niezadowolenie, wyrażane przez dużą liczbę skojarzeń, wspomnień i emocji, które są wyrażane przez pewne postawy wobec wiadomości, pewne plany działania sposoby zachowania i działania” [Klaus, 1964]⁵¹. [Ehrens 1977: 66]		
(il. 22.) Traktując rysunek majuskuły „A” założony krojem bezszeryfowym jako podstawowy kształt litery, możemy prześledzić jak wpływ na jej interpretację i intuicyjne przypisanie do kodów wizualnych mają modyfikowanie pojedynczych elementów litery takich jak zmiana kontrastu i kształtu szeryfów (Adobe Jenson Pro-Bodoni) lub, dalej posunięte ingerencje związane z estetyką litery. Obrazuje to proces projektowania litery nadbudowujący znaczenia (poszerzający zakres znaczeniowy symbolu), odwrotny do projektowania piktogramów. użyte kroje (od lewej): Neue Haas Grotesk Display 15 Ultra Thin, Adobe Jenson Pro, Garamond, Times New Roman, Bodoni, Rockwell Escapade, Fraktur, Gothicum MN, Algerian		51 "Signs are used by man to transmit his thoughts to other people and, in addition, have the further task of producing certain effects. [...] The expedient of signs follows definite intentions: he does not want simply to transmit information to the recipient, but information for a special purpose. To achieve this purpose, he has to apply signs which have the possibility of awakening a certain interest in the perceptor so that he takes part in the communication act. This can be done by the use of signs suitable to raise in the perceptor certain feelings, desires, and hopes, «a certain inner voice which expresses pleasure and displeasure produced by a great number of associations, memories, and emotions, and which are expressed by certain attitudes toward the message, certain plans of action, modes of behaviour and actions."		
100	Elementy typografii podporządkowane znaczeniu (zmienne)	Część III	Metafory wizualne (konotacje)	101

jak zostało odnotowane w przypadku skosów, to, czy powierzchnię odbieramy jako zamkniętą, czy otwartą, wpływa na jej abstrakcyjne postrzeganie. Figury o powierzchniach zamkniętych częściej nasuwają skojarzenia z elementami realistycznymi. Te w pełni zamknięte sugerują ochronę, ponieważ ściany implikują poczucie bezpieczeństwa. Wśród krojów pisma można to odnieść do stopnia zamknięcia brzuszków i apretur przez porównanie np. krojów szablonych i geometrycznych, odmian <i>wide i condensed</i>.	Otwarte i zamknięte powierzchnie			
Regularne łuki i okrąg związane są z odczuwaniem przestrzeni, w której funkcjonujemy i zmian, jakie w niej zachodzą. Sfera niebieska zdaje się kreślić wokół nas okrąg, którego jesteśmy centrum. Nie mając początku ani końca, kształt ten wiąże się z poczuciem wieczności, ale również dynamiki – planety wędrują, a kółła pojazdów się toczą. Jak już wcześniej zostało zauważone, pomimo sugestii ruchu okrąg daje większe poczucie pewności, niż łuki i skosy.	Łuki i okrąg			
Kolejnym ważnym aspektem, wielokrotnie wspomnianym w toku wywodu Frutigera, jest podświadome rozpoznawanie w układach elementów znaków przypominających litery. Frutiger wskazuje, że mechanizm ten nie podlega kontroli i odbywa się na poziomie podświadomym; nawet najprostsze układy pojedynczych punktów lub linii, jeśli tylko ułożone są na kształt głiofów, od razu narzucają nam swoje podobieństwo do liter. Wszystkie znaki podobne do liter są trudniejsze do postrzegania jako obrazy, ponieważ w naszej podświadomości są już zarejestrowane jako litery i praktycznie wykluczają inne wyobrażenia [Frutiger: 32]. Znaczenie odróżnialności głiofów i podejmowanych prób zmiany systemu alfabetycznego, jakim posługujemy się na co dzień, opisane jest szczegółowo w części I. Warto jednak zwrócić uwagę, że wątek ten pojawia się również w książce Frutigera, która nie ma charakteru technicznego podręcznika projektowania krojów. Autor, najprawdopodobniej ze względu na swoje interdyscyplinarne doświadczenie projektowe, uznał go jednak za wystarczająco istotny. Należy pamiętać, że projektowanie przez Frutigera kroje bezszeryfowe są jedynymi z najpowszechniej używanych w wyafindingu i projektowaniu systemów informacji w przestrzeni publicznej.	Podświadome poszukiwanie kształtów liter w znakach	Zjawiskiem opisywanym w psychologii jest pareidolia – dopatrywanie się znanych kształtów w przypadkowych szczegółach. Najczęściej dotyczy ona dopatrywania się twarzy w przedmiotach nieożywionych. Podświadome szukanie kształtów liter w znakach jest analogicznym mechanizmem. (il. 27) formacja skalna znana jako Sfinks (twarz z profilu) (il. 28) kształty liter odzwierciedlone w rzeźbach budynków na zdjęciach satelitarnych; ćwiczenie polegające na odszukiwaniu kształtów liter jest częstym zadaniem w toku studiów artystycznych		
124	Elementy typografii podporządkowane znaczeniu (zmienne)	Część III	Metafory wizualne (konotacje)	125

		również podjęta problematyka konotacji kulturowych i próba ich zdefiniowania. Zamierzeniem przedstawionych refleksji jest podsumowanie badanej problematyki, wprowadzenie nowych definicji i rozdzielenie kryteriów oceny krojów pism na kryteria techniczne (płynące z wiedzy) i podlegające interpretacji (oparte o intuicję). Praca stawia pytania badawcze w następującej formie:
	Czy istnieją stałe i zmienne przesłanki stojące za wyborem kroju pisma?	
	Czy istnieje hierarchia tych kryteriów i czy można określić, którymi przesłankami i w jakich sytuacjach kierują się projektanci?	
	Które aspekty doboru kroju/krojów powinny dominować w projekcie?	
	Jakie są konsekwencje podejmowanych decyzji projektowych dotyczących doboru krojów pism?	
	Jakie są relacje między krojem pisma a budowanym za jego pomocą komunikatem?	
	W jaki sposób komunikat typograficzny jest percypowany przez odbiorcę?	
	Czy poprzez zastosowanie danego kroju pisma projektant jest w stanie jednoznacznie ukierunkować odczytywanie komunikatu przez odbiorcę?	
	Czy projektanci są świadomi konsekwencji wyboru określonych krojów pisma i jaką wagę przypisują wyborowi kroju w stosunku do pozostałych decyzji projektowych?	
	Czy odbiór komunikatu typograficznego opiera się tylko na poprawności wdrożenia dzięki prawidłowemu zidentyfikowaniu aspektów technicznych kroju, czy wynika również z kodów przynależnych innym dziedzinom naukowym?	
	Jakie elementy analizowanego zagadnienia wymagają doprecyzowania lub zdefiniowania?	
	Wstęp	17

pytania
badawcze

oznaczenie
autorów tez
cytowanych
w wywiadach

W kontekście pytań obszaru III poruszana była również kwestia użyteczności aktualnie obowiązujących klasyfikacji krojów pism. Wszyscy uczestnicy wywiadów zgodnie stwierdzili, że najskuteczniejszym sposobem na przedstawienie klientowi propozycji kroju pisma jest pokazanie wizualnych referencji. W świadomości odbiorców funkcjonuje przede wszystkim podział na kroje szeryfowe (np. identyfikowane jako historyczne, eleganckie, vintage, kobiece etc.) i bezszeryfowe (nowoczesne, industrialne, neutralne), wiedza większości klientów najczęściej nie wybiega poza ten podstawowy obszar. Z tego powodu moodboardy wykraczają poza referencje ściśle powiązane z analizowanym projektem. W początkowej fazie komunikacji z klientem najważniejsze jest takie przedstawienie projektu, dzięki któremu klient jest pewny intencjonalności wyboru kroju. Komunikację z klientami ułatwia również skoncentrowanie na obszarach, w których mogą czuć się kompetentni, i skupienie się na opowiedzeniu historii projektu, zamiast na aspektach technicznych. Część projektantów deklaruje opisywanie cech kroju na etapie przedstawiania koncepcji, są to jednak głównie informacje dotyczące technicznych uwarunkowań, które skłaniają do użycia konkretnego kroju, a nie próby zinterpretowania jego cech i opisania „tożsamości”. Słowa są o wiele trudniejsze do wykorzystania w opisie, a typografia łączy w sobie obraz i pismo. Denotacje wizualne często bywają jedynym punktem porozumienia między projektantem a klientem, którego wyłącznym zasobem są utarte kody wizualne. Rozmowa na etapie doboru elementów komunikatu opiera się o ich uświadomienie i wskazanie funkcjonujących odpowiedników. Co istotne – w żadnym omawianym z projektantami przypadku krój pisma nie był przedstawiany w oderwaniu od całości projektu, a w zależności od dyscypliny projektowej, uplasował się w skali ważności elementów komunikatu na różnym poziomie. Potwierdzeniem tezy postawionej na początku pracy jest poświadczona przez większość rozmówców niska świadomość klientów co do roli, jaką kroje pisma pełnią w projektowaniu komunikacji i, w konsekwencji, nie przywiązywanie do nich należytej wagi. Sytuacje, w których klient ingeruje w dobór kroju pisma lub chce podjąć na ten temat dyskusję, zdarzają się sporadycznie. Jedyne przypadki, w których odbiorca, w oparciu o merytoryczną wiedzę, krytycznie odniósł się do konstrukcji kroju i związanej z nim czytelności, a także zastosowania w druku, przywołał Filip	Obszar III Sposoby komunikowania doboru kroju użytkownikowi pośredniemu (klientowi) i metody opisywania/argumentowania cech kroju decydujących o jego użyciu w projekcie Martyna Wędzicka-Obuchowicz Patryk Hardziej oznaczenie autorów cyfrowych w wywiadach
162	

Tekst podzielony jest na 4 główne części, przedmowę, wstęp oraz wnioski i rekomendacje. Treść każdej z części rozpoczyna się na stronie *recto*, na stronie *verso* umieszczona jest informacja o otwierającej się sekcji, opcjonalnie z umieszczonymi kluczowymi definicjami (dla części II i III). W tekście pojawiają się liczne śródtytuły, umieszczone w osobnej kolumnie (obejmującej dwie szpalty) po stronie wewnętrznego marginesu. Wewnętrzna kolumna służy również w wywiadach do umieszczania nazwiska osoby cytowanej lub formułującej podkreślone w tekście tezy. Stosowanym w tekście wyróżnieniem typograficznym jest podkreślenie istotnych pasażów. Przypisy bibliograficzne opracowane zostały w systemie harwardzkim (z pominięciem przypisów dotyczących źródeł internetowych – te stanowią przypisy dolne), towarzyszące przypisy rzeczowe umieszczone są u dołu kolumny tekstowej. Kolejne wątki tekstu ciągłego, oprócz umieszczenia śródtytułu, oddzielane są liniami akapitowymi. W strukturze tekstu większym stopniem pisma wyróżnione zostały pytania badawcze.

Na dolnym marginesie umieszczona została paginacja i żywa pagina, podzielona na dwie kolumny: jedną zawierającą informacje o części, drugą – o rozdziale. Na końcu publikacji została umieszczona bibliografia (z podziałem na publikacje książkowe i źródła internetowe) oraz źródła ilustracji.

W publikacji zostały wykorzystane dwa kroje pisma: szeryfowy krój pisma Lyon Text oraz Neue Haas Grotesk Text.

Rodzina krojów Lyon, do której należy Lyon Text, dystrybuowana jest przez oficynę Commercial Type. Krój ten zaprojektowany został w 2006 roku przez Kai Bernau na kierunku Type and Media królewskiej Akademii (KABK) w Hadze. W 2009 roku został wdrożony do składu tekstu w „New York Times Magazine”. Jest to antykwa szeryfowa, inspirowana twórczością renesansowego typografa Roberta Granjona, zaprojektowana z myślą o składzie tekstu dziełowego w małym punkcie pisma.¹ Lyon Text wykorzystany jest do składu tekstu ciągłego w stopniu 10 pkt na interlinii 15 pkt.

Drugi użyty w książce krój Neue Haas Grotesk Text autorstwa Christiana Schwartza i Maxa Miedingera zaprojektowany został jako współczesna adaptacja kroju Helvetica, dostosowana do nowych

¹ https://commercialtype.com/catalog/lyon_text

Struktura tekstu

Krój pisma

Pchnąć w tę łódź jeża lub ośm skrzyń fig.

Neue Haas Grotesk Text 65 Medium 14 pkt

Neue Haas Grotesk Text 55 Roman 11 pkt

Neue Haas Grotesk Text 55 Roman 9,1 pkt

Neue Haas Grotesk Text 55 Roman 8,4 pkt

Pchnąć w tę łódź jeża lub ośm skrzyń fig.

Lyon Text Regular 10 pkt

technologii i uwzględniająca poczynione przez Miedingera w latach 80. zmiany w oryginalnym kroju, poprawiające jego czytelność.²

Neue Haas Grotesk wykorzystany został do:

- tytułów (14 pkt),
- pytań badawczych (11 pkt),
- śródtytułów (9,1 pkt),
- długich cytatów (9,1 pkt),
- podpisów do ilustracji (9,1 pkt),
- przypisów (8,4 pkt),
- żywej paginy i paginacji (8,4 pkt),
- oznaczenia cyfr porządkowych w listach numerowanych,
- oraz innych wyróżnionych elementów tekstowych.

Obydwa kroje na poziomie technicznym uzgodnione zostały pod kątem stopnia pisma i czytelności. Na poziomie ideowym połączenie antyki renesansowej, będącej od wieków podstawą składu tekstów dziełowych i kroju nawiązującego wprost do kroju Helvetica,

² https://www.myfonts.com/collections/neue-haas-grotesk-text-font-linotype?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw8fu1BhB-sEiwAwDrsjEcXbantXsSWHs9UoT_E2grp0zwbfbWqKVYX60Q-GeFzPiF6kQcSepxoC1zIQAvD_BwE#aboutThisFont

symbolizującego XX-wieczną rewolucję modernistycznego szwajcarskiego projektowania, spina kłamrą szerokie spektrum omawianych problemów, a co za tym idzie – krojów pism.

Ponadto obydwie te kroje spełniają warunki dostosowania do skali wdrożenia, opisane w części II dysertacji. Krój Neue Haas Grotesk posiada dwie rodziny – Display i Text różniące się między sobą szerokością litery (szersza dla tekstów ciągłych), grubością elementu (grubsze dla tekstów ciągłych) i trackingiem (mniejszy dla wersji tytułowej).

Szeryfowy krój dzielowy Lyon, poza dwoma rodzinami, w wersji Text posiada dwie odmiany Regular, przystosowane do druku na papierach powlekanych i niepowlekanych, charakteryzujące się różnym stopniem przyrostu punktu rastrowego w druku. Posiadająca cieńsze elementy litery odmiana Regular może zostać wykorzystana do druku na papierze niepowlekany, bez ryzyka zalania detalu litery. Odmiana Regular No. 2, o mocniejszym rysunku, sprawdzi się w druku na papierze powlekany oraz w druku w inwersji koloru.

Tekstowi towarzyszą ilustracje w formie zdjęć, wykresów oraz przykładów krojów pism. Każda z ilustracji opatrzona jest podpisem w celu rozszerzenia kontekstu lub wskazania istotnych detali umieszczonego zdjęcia/kroju. Ilustracje wyrównane zostały do górnego marginesu, a ich podpisy – do dolnego. Wykresy oraz zestawienia krojów zostały opracowane przez autorkę, podczas gdy ilustracje pozyskano ze źródeł internetowych. Kolorystyka ilustracji i wykresów została ograniczona do czerni i bieli – podstawowym analizowanym w nich elementem jest typografia, dlatego kolor stanowiący w kontekście poruszanej problematyki drugorzędną cechę, został zredukowany. Zabieg ten ma pomóc odbiorcy w skupieniu się na formie litery/obiektu, będącego przedmiotem ilustracji. Wykorzystany papier, dedykowany do druku publikacji, gwarantuje dobre odwzorowanie szczegółów i nasycenie czerni.

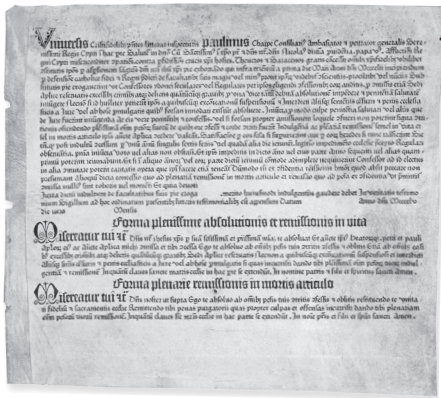
Pomimo starań, aby wszystkie obrazy należały do domeny publicznej, część przykładów historycznych, będących nieodzownym wątkiem w narracji, została przywołana na prawach cytatu. Na końcu publikacji znajduje się szczegółowy wykaz pozyskanych zdjęć ze wskazaniem źródła i statusu praw autorskich. Wszelkie prawa autorskie do zdjęć i krojów pozostają przy projektantach lub ich spadkobiercach oraz instytucjach rozporządzających spuścizną twórców.

Ilustracje



Filippo Marinetti, jeden z twórców i głównych teoretyków futuryzmu, w 1914 roku opublikował wiersz *Zang Tumb Tumb* będący typograficzną interpretacją onomatopei towarzyszących bitwie. Pomimo użycia pozornie neutralnego kroju bezszeryfowego, sposób jego zakomponowania i połączenie odmian tworzą graficzną, subiektywną interpretację dźwięków. Motyw ten powtarzał się w kolejnych realizacjach artysty. W tym samym czasie (1916) Edward Johnston opracował dla londyńskiego metra krój pisma *Johnston Sans* który, pomimo podobieństw formalnych do środków użytych przez Marinettiego, posłużył do opracowania wayfindingu londyńskiego metra. Przykłady te pokazują jak skrajnie różne może być zastosowanie, i w efekcie wydźwięk, tego samego rodzaju krojów.

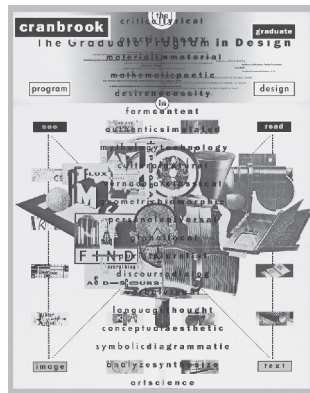
- (il. 1.) okładka *Zang Tumb Tumb*, Filippo Marinetti, Mediolan, 1914
- (il. 2.) *Parole In Libertà Futuriste*, Filippo Marinetti, 1932
- (il. 3.) znak *Droga wyjścia Brompton Road*, Edward Johnston, 1916
- (il. 4.) współczesne logo londyńskiego metra wykorzystujące krój *New Johnston*, będący digitalizacją *Johnston Sans*, 2007



Jednym z pierwszych drukowanych przy użyciu ruchomych czcionek przez Gutenberga dokumentów były płatne odpusty – z pozostawionym na dane penitenta miejscem. Na części zachowanych, wypisanych odpustów widać podobieństwo kroju pisma do współczesnej mu kaligrafii, co udowodnia dążenie Gutenberga do zachowania neutralnego charakteru kroju na ruchomych czcionkach. Jak zostało wcześniej wspomniane, od Biblii Gutenberga odróżnia je intencjonalne wprowadzenie hierarchii wielkości typografii. Współczesny odbiór pism gotyckich jest silnie nacechowany, przynależą one określonym kodom wizualnym.

(il. 5.) *Odpust (na wyprawę przeciwko Turkom i obronę Cypru)*, Johannes Gutenberg, Moguncja, 1455

30



Osią plakatu są słowa „see/read/image/text”, które można łączyć ze sobą uzupełniając o sformułowania ze środkowej części układu kompozycyjnego, będącymi parami przeciwstawnych słów. Kompozycja obrazu i tekstu jest grą na dekonstruktywistycznych ideach – tekst można odczytać jako obraz, a obrazy jako tekst. Czytelnik może aktywnie interpretować całość komunikatu.

(il. 17.) plakat *Cranbrook Graduate Program in Design*, Katherine McCoy, 1989

86 Elementy typografii podporządkowane znaczącemu (stałe)



Porównując polskie i brytyjskie znaki drogowe widać wyraźnie różnice pomiędzy krajami m.in.: wysokością x i proporcją wydłużen górnych i dolnych, trackingiem, konstrukcją liter „a”, „r”, „u”, wielkością apertur.

(il. 12.) polski znak drogowy wykorzystujący krój Drogowoskaz
(il. 13.) brytyjski znak drogowy wykorzystujący krój *Transport* opracowany przez Jocka Kinneira i Margaret Calvert

72 Elementy typografii podporządkowane znaczącemu (stałe)



(il. 31.) Pierwsza sformułowana przez Maximiliena Voxa klasyfikacja dzieła kroje na: antykwę wenecką (*humanes*), garyda/aldyny, antykwę przejściową (*réales*), didony, mechaniczne, linearne, glicifce (*incises*) – wywodzące się z krojów rytowanych drutem, a nie pisanych stałową, odręczne (*manuaires*) oraz pisanki (*scriptes*).

Część III Metafory wizualne (konotacje)

139



Obserwując znaki drogowe z perspektywy, rzadko uzmysławiamy sobie ich fizyczną wielkość. Litery, których skala pozwala na odczytywanie z dużych odległości w trakcie szybkiej jazdy, muszą być opracowane z najwyższą starannością, żeby zagwarantować czytelność znaków we wszystkich warunkach atmosferycznych i o każdej porze dnia.

(il. 18., 19.) przykłady amerykańskich znaków drogowych złożonych krojem *Clearview*

Część II

Powiązania krojów (denotacje)

89

Mg Mg Mg

Mg Mg Mg

Mg Mg Mg

(il. 24.) Kroje przedstawione w pierwszym rzędzie mają neutralny charakter i z powodzeniem mogłyby zostać wykorzystane w składzie dzielowym. Przykłady z drugiego rzędu, o coraz bardziej rozbudowanej formie, zaczynają nieść ze sobą skojarzenia; ostatnie trzy przykłady krojów są tak silnie nacechowane, że ich użycie w kontekście odbiegającym od intuicyjnie zakodowanych wzorców będzie tworzyło dysonans między intencjami projektanta a odbiorcy; ich charakter ociera się o ilustracyjność. Najpierw widzimy formę litery i odczuwamy budzone przez nią skojarzenia, dopiero kolejnym krokiem jest jej odczytanie.

użyte kroje (od lewej): Gill Sans, Garamond, Adelle, Chronicle Display, Rockwell, ITC Avant Garde Gothic, Blackest, Gothique MN, Edwardian Script ITC

Część III

Metafory wizualne (konotacje)

115

HAMABURGEFONSTIVW

HAMABURGEFONSTIVW

CA CO DE DI EA FA
R G I C K A L N T O
P R S S T T U U

RATUNEK → RATUNEK
FRONT → FRONT

HAMABURGEFONSTIVW

(il. 26.) Wprowadzenie do geometrycznego, symetrycznego kroju jakim jest Avant Garde Herba Lubalina alternatywnych glików zaburzających symetrię liter pozwala na wprowadzenie do komunikatu dynamiki. Tak samo działa szeroki zestaw ligatur dołączony do kroju; tym razem zaburzenie symetrii polega na zburzeniu równomiernego rytmu znaków i światła między nimi. Dla porównania: pierwowzór majuskuły, oparty o regularne, symetryczne figury geometryczne (kroj Trajan).

120

Elementy typografii podporządkowane znaczenemu (zmienne)

39

nonsens

nonsens

nonsens

nonsens

(il. 29.) Grubość elementu litery i jego proporcje względem światła wewnętrznego mają większe znaczenie dla odbioru rysunku litery w antykach klasycystycznych, w których kontrast ten (tworzący rytm) jest podkreślony.

Antykwy renesansowe, w porównaniu z klasycystycznymi, mają zredukowany kontrast m.in. przez nieregularne łączenie kresek głównych z szeryfami (wynikające z translacji narzędzia), nachylenie osi punc w literach „o” i „e” oraz płynne zmiany grubości elementów powodujące mniej mechaniczne i rytmiczne odtwarzanie poszczególnych elementów. Antykwy klasycystyczne, których kreślenie oparte jest o ekspansję narzędzia, w większym stopniu powtarzają elementy liter, a symetryczne, blokowe szeryfy i prosta osł światła wewnętrznych wprowadzają do kroju rytm i redukują charakter pisma odręcznego. W odmianach pogrubionych w zdecydowanie większym stopniu poszerzeniu podlegają kreski główne.

użyte kroje: Adobe Jenson Pro, Bodoni MT, odmiany Regular i Bold

Część III

Metafory wizualne (konotacje)

127

ZNAK

referent

znaczący nośnik

typografia

znaczonego interpretant

kryteria stałe (techniczne),
denotacje

kryteria zmienne,
konotacje

(il. 6.) Krój pisma ma zdolność reprezentowania zarówno znaczącego, jak i znaczonego, a jego interpretacja zależy od zastosowania i poziomu wiedzy zarówno projektantów, jak i odbiorców. Może być używany jako wsparcie fizycznej formy przekazu wizualnego (i wybrany ze względu na swoje cechy techniczne) lub jako środek przekazu dodatkowych warstw znaczeniowych. Linia przerywaną zaznaczone zostały elementy znaku wg. Peirce’a. Referent, będący istotnym punktem odniesienia w projektowaniu znaków, w przypadku komunikatu typograficznego sprowadza relację kroju pisma i opisywanego obiektu do funkcji ilustracyjnej, wprowadzając tautologię na poziomie semantyki.

Definicje, które warto włączyć do dyskursu projektowego, i których użycie będzie mawiane w kolejnych częściach pracy to:

Denotacja – podstawowy zakres znaczeniowy pojęcia znaku (pojęcie lub definicja, na którą się ten znak przekłada).

[Burzyńska: 264–265]

Konotacja – szeroki zakres znaczeniowy danego znaku (wszystkie możliwe skojarzenia, które ów znak uruchamia, np. młodość, niewinność, niesformalność itp.) [Burzyńska: 264]; poszerzone pole znaczeniowe znaku. [Burzyńska: 265]

Część I

Zarys teorii

39

nadawca

transmitter

odbiorca

kodowanie

dekodowanie

kodowanie

dekodowanie

komunikacja werbalna

komunikacja wizualna

wspólne repozytorium znaków

informacja zwrotna

Proces komunikacji, podobnie jak proces projektowy, jest cyklem powtarzalnym, w którym otrzymanie informacji zwrotnej wymaga dwustopniowego procesu kodowania i dekodowania informacji. Projektant, będący transmitters między nadawcą a odbiorcą, musi zdekodować komunikat nadawcy i zakodować go na nowo uwspólniając z repozytorium znaków odbiorcy. Krój pisma, jako wizualny nośnik informacji werbalnej, musi być zakodowany zgodnie z intencjami nadawcy i w taki sam sposób odczytany przez użytkownika końcowego komunikatu. Dla osiągnięcia tego celu wszyscy uczestnicy aktu komunikacji muszą posługiwać się wspólnymi kodami wizualnymi (których rozumienie również uzależnione jest od kontekstu). Proces ten może odbywać się bez pośredniczenia projektanta, będzie się wtedy opierał na jednym rodzaju komunikacji, najczęściej na komunikacji werbalnej. Znaczenia w akcie komunikacji są negocjowane przez interesariuszy.

(il. 9) model procesu komunikacji wg. Hanno Ehse.

52

Opis pracy doktorskiej

31

Opis pracy doktorskiej Katarzyny Wolny-Grzędziel
przygotowanej pod kierunkiem prof. dr hab. Tomasza
Bierkowskiego w Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach

Projekt i skład:

Katarzyna Wolny-Grzędziel

Temat pracy teoretycznej:

O doborze i interpretacji krojów pism

Treść, projekt i realizacja publikacji są integralnymi
częściami pracy doktorskiej.

Redakcja językowa i korekta:

Alicja Gorgoń, dr Anna Wolny

Wykorzystane kroje pisma:

Neuue Haas Grotesk Text Pro autorstwa
Christiana Schwartza i Maxa Miedingera,
oficyna Monotype

Lyon Text, autorstwa Kai Bernaua,
wydawnictwo Commercial Type

Publikację wydrukowano w technologii druku
cyfrowego na papierze Munken Lynx 130 g