

AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi

Kalendarz autorski

Kolekcja 13 plakatów typograficznych

Autor:
Karolina Grudzińska

Promotor:
dr hab. Łukasz Chmielewski

Łódź 30.11.2017

Spis treści

Wstęp	3
Kalendarz	4
Kalendarz a język polski	6
Plakat. Problemy z definicją	8
Plakat typograficzny	9
Semantyka znaków typograficznych	13
Kontekst historyczny	15
Kontekst formy i narzędzia	18
Deformacja, modyfikacja. Kontekst kompozycyjny	20
Funkcja a forma. Czytelność a ekspresja	22
Subiektywizm. Wieloznaczność	23
Wybór krojów pisma	24
Bodoni bold i Futura medium italic – styczeń	24
04b_03 – luty	25
Century 725 roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed – marzec	25
VAG Rundschrift – kwiecień	26
Zapf Humanist 601 italic – maj	26
Geometric Slabserif bold italic – czerwiec	26
Verdana bold i bold italic – lipiec	27
Baskerville Old Face – sierpień	27
Avant Garde bold – wrzesień	27
Franklin Gothic demi – październik	28
Swiss 721 condensed i condensed italic – listopad	28
Times New Roman bold – grudzień	29
Język geometrii	29
Język geometrii w projektowaniu graficznym	31
Środki formalne	33
Cykl	33
Raster jako środek graficzny	34
Wzajemne oddziaływanie warstw kompozycji	35
Kolor	35
Zakończenie	37
Realizacja	37
Bibliografia	38

Wstęp

Tym, co jest dla mnie najistotniejsze i od czego pozwolę sobie rozpocząć, to moje głębokie przekonanie, że projektowanie jest sztuką. Między grafiką projektową, a innymi dziedzinami sztuk plastycznych istnieje więź, wspólny mianownik. Zarówno sztuka czysta, jak i użytkowa, jest rodzajem komunikatu, wypowiedzi. Obie posługują się swoim własnym językiem, nie zawsze dającym się precyzyjnie przełożyć na słowa. W swoich działaniach, jako tworzywo wypowiedzi wykorzystuję typografię i kształty geometryczne, występujące w postaci rytmicznych układów i faktur. Projekt, który przedstawiam to kalendarz złożony z 13 stron nawiązujących formą do plakatu typograficznego. Jest to projekt „autorski”, przez co rozumiem nie tylko brak kontekstu komercyjnego. Jest osobisty i subiektywny, emocjonalny. Uważam, że w projektowaniu, tak jak w sztuce, ważna jest szczerłość i szukanie własnych ścieżek. Jednocześnie nie jest możliwa twórczość w oderwaniu od rzeczywistości. Przywołując słowa Henriego Matisse'a - „chcąc nie chcąc musimy należeć do naszej epoki, dzielić jej poglądy, uczucia, a nawet i błędy. Wszyscy artyści noszą piętno swoich czasów”¹. Nie jesteśmy w stanie odseparować się, odciąć od czasu w jakim żyjemy. Także od miejsca. To, co lokalne wpływa na nas w tej chwili na równi z globalnym.

Moje podejście do projektowania wynika z moich doświadczeń wyniesionych z czasów studiów na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi, na Wydziale Grafiki i Malarstwa (w latach 1999-2004). Studiowałam równoległe grafikę warsztatową (Pracownia Sitodruku prof. Andrzeja Smoczyńskiego) i projektowanie graficzne (Pracownia Projektowania Opakowań prof. Sławomira Iwańskiego). Te dwie drogi przenikały się, wpływały na siebie. Pod koniec studiów nawiązałam kontakt z Centrum Sitodruku ASP w Łodzi (miejscem niestety już nie istniejącym) założonym i prowadzonym przez prof. Smoczyńskiego. Było to dla mnie bardzo ważne, kształtujące doświadczenie. Centrum realizowało techniką sitodruku plakaty łódzkiego środowiska projektantów, profesorów Akademii, studentów, absolwentów. Zetknięcie z tymi realizacjami miało na mnie ogromny wpływ. Technologia sitodruku odcisnęła piętno także na mnie. Ograniczona gama kolorów, użycie rastra – to był i jest mój język. Język, który przeniosłam z grafiki warsztatowej do plakatu.

Myślę, że w projektowaniu powinniśmy być nie tylko dobrymi rzemieślnikami, ale też czuć się twórcami mającymi prawo do autonomicznej wypowiedzi i ekspresji. Mówienie o „artystycznym”, „autorskim” podejściu w kontekście projektowania nie jest kwestią prostą. Projektowanie dla potrzeb biznesu często pociąga za sobą konieczność kompromisów ze strony projektanta. Wymogi marketingu i rynku, chęć dopasowania się do obowiązującego „trendu”, kryterium komunikatywności czy gustu klientów powodują, że gotowy projekt bywa wypadkową kilku punktów widzenia i różnych

1. Henris Matisse, *O malarstwie*, [w:] Elżbieta Grabska, Hanna Morawska (red.), *Artyści o sztuce. Od van Goha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, s.106.

racji. W różnych dziedzinach projektowania proporcje tych składników będą zmienne. Myślę, że w kwestii wolności wypowiedzi i stawiania na indywidualizm twórcy, to plakat ma od dawna palmę pierwszeństwa. Zwłaszcza twórcy plakatów powstających poza strefą komercyjną mogą sobie pozwolić na wprowadzanie eksperymentalnych form i niestandardowych kodów. Plakat jest tą dziedziną projektową, która zawsze w największym stopniu pozwalała twórcom na ekspresję i która jest odbiciem tendencji pojawiających się w sztuce. Uważam, że plakaty są dziełami sztuki.

Plakat autorski był obecny w rzeczywistości od dawna, wcześniej występował głównie jako wypowiedź społeczna, ideowa. W ostatnich latach rośnie popularność i znaczenie plakatów uwolnionych od wymogów i ograniczeń jakie nakłada komercyjne zlecenie. „Self-editions”, jak je opisuje historyczka sztuki – Katarzyna Matul, są „efektem działania [...] przemian w kulturze XX wieku, jak i rozwoju plakatu jako gatunku, w kierunku dzieła sztuki”² Zmienia się funkcja jaką pełni plakat w skomercjalizowanej rzeczywistości³. Wreszcie, zmienia się także technologia druku. Pojawienie się druku cyfrowego pozwala twórcom wydrukować swoją pracę w jednym egzemplarzu i niskim kosztem. Rozszerza się środowisko występowania plakatu z formy wyłącznie drukowanej, do obecności w internecie. Plakat autorski, łączony kiedyś z wypowiedzią na tematy społeczne, polityczne podejmuje nowe treści, np. jako plakat ekologiczny. Obok poważnych, pojawiają się wypowiedzi mniej doniosłe, humorystyczne, a czasem nie niosące żadnego głębszego przesłania, będące tylko wizualną „wprawką”, formalnym szkicem, eksperymentem⁴. Plakaty self-edition przyjmują funkcję dzieła sztuki. Dają twórcom swobodę w wyborze i tematów, i środków. Nie działają już masowo, ale niszowo. Mogą pozwalać sobie na wieloznaczność i nieoczywistość.

Dlaczego piszę o autorskim plakacie, skoro obiektem, który prezentuję jest kalendarz? Ponieważ czuję, że wszystko co jest dla mnie istotne w wypowiedzi plakatowej przenoszę na grunt tego projektu kalendarza. Powstał on z potrzeby indywidualnego wypowiedzenia się, z potrzeby eksplorowania tego co mnie interesuje i co jest moim językiem graficznym. Zjawisko self-edition odnosi się do plakatu. Ja przenoszę je w kontekst innej dziedziny projektowania: kalendarza.

Kalendarz

Kalendarz według definicji *Wikipedii* to „umowna, przyjęta w danej społeczności bądź kulturze, rachuba czasu. Dzieli ona czas na powtarzające się cyklicznie okresy, związane najczęściej z cyklami przyrody”⁵. Kalendarzem słonecznym, najbardziej rozpowszechnionym w tej chwili na świecie i obowiązującym również w Polsce, jest

2. Katarzyna Matul, *Falszywe plakaty*, [w:] *2+3D grafika plus produkt*, nr 13 (IV/2004), s. 33.

3. Reklama przenosi się w sferę mediów masowych i cyfrowych.

4. Przykładowo, na stronie www.blankposter.com, projektanci zamieszczają ekspresyjne i świeże plakaty dotyczące losowo wybranego (co tydzień nowego) słowa. Ideą tej inicjatywy jest ćwiczenie nie ograniczonej niczym kreatywności. Plakaty nie są oceniane przez jury, ani selekcjonowane.

5. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz>.

kalendaryzacja gregoriańska. Jego struktura jest ściśle związana z ruchem Ziemi dookoła Słońca, a co za tym idzie, z cyklem pór roku. Za rok kalendarzowy uznajemy tzw. rok zwrotnikowy, skorygowany przez dodanie raz na cztery lata roku przestępnego. Kalendarz gregoriański został wprowadzony przez papieża Grzegorza XII w 1582 r. jako korekta kalendarza juliańskiego⁶. W Polsce obowiązuje on od roku wprowadzenia aż do dzisiaj.

Kalendarze astronomiczne, układane co roku przez profesorów astronomii Akademii Krakowskiej, były znane w Polsce już na początku XV wieku. Kalendarze krakowskie, początkowo pisane po łacinie, cieszyły się popularnością nie tylko w naszym kraju, ale i w Austrii i Niemczech. Były wydawane w Wiedniu, Heidelbergu, Lipsku, a nawet w Rzymie. Wkrótce zaczęto też drukować kalendarze w języku polskim. Jako najdawniejszy przykład takiego kalendarza znane jest wydawnictwo z 1516 roku, które ukazało się w pierwszej polskiej oficynie wydawniczej Jana Hallera w Krakowie, niestety zachowane jedynie we fragmentach.

Początkowo *Calendarium* (bo tak brzmiała łacińska nazwa kalendarza) był księgą służącą do zapisywania rachunków pieniężnych oraz dni, przypadających świąt i faz księżyca. Kalendarz w formie wydawnictwa stał się popularny wkrótce po wynalezieniu druku. Pełnił funkcję nie tylko czysto użytkową. W dobie Oświecenia oprócz przekazywania informacji o rachubie czasu był „instrumentem szerzenia wiedzy pośród mas”⁷. Zawierał spis świąt, informacje religijne i polityczne, porady medyczne, wskazówki techniczne i naukowe. Z czasem tą szczytną funkcję przejęły w sposób naturalny wydawnictwa lepiej predestynowane do tej roli: książki, czasopisma i wydawnictwa specjalistyczne. Kalendarz stał się drukiem akcydensowym. Funkcjonował w wielu formach: jako broszura, notes, plakat. Kalendarze ścienne jedno lub wieloplanszowe były stałym elementem w większości domów i zakładów pracy. Był to wprawdzie akcydens, ale najbardziej chyba masowy i popularny. W latach siedemdziesiątych Wydawnictwo Książka i Wiedza wydawała swój ścienny kalendarz 365-366-kartkowy w nakładzie przekraczającym 4 miliony egzemplarzy.

W okresie powojennym, wraz z dynamicznym rozwojem sztuki i projektowania kalendarz zyskał nową formę i funkcję. Kalendarze firmowe stały się ekskluzywnym upominkiem dla ważnych klientów i zarazem całoroczną reklamą wydającego go przedsiębiorstwa. Strona formalna kalendarzy reklamowych stawiała się coraz bogatsza. Punktem wyjścia były fotografie gwiazd filmowych i modelek, aut i dzikiej przyrody, a celem do którego dążono, realizacje bardziej indywidualne, dopasowane do potrzeb i charakteru klientów, posługujące się obrazami fotograficznymi i ilustracyjnymi pełnymi artystycznym i kunsztu. Kalendarz Pirelli, wydawany od 1964 roku stał się najbardziej rozpoznawalnym i prestiżowym przykładem związku kalendarza z artystyczną fotografią złączonych w służbie promowania korporacji. Dzisiejsze kalendarze reklamowe będące narzędziem marketingowym są często obiektami artystycznymi, eksperymentalnymi, interaktywnymi, wykorzystującymi różnorodne środki, materiały i formaty.

6. Wprowadzonego w 46 roku n. e. przez Juliusza Cezara.

7. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_\(publikacja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_(publikacja)).

Kalendarz jest nie tylko zapisem rachuby czasu, jest on, podobnie jak inne obiekty projektowania, znakiem swojego czasu i wyrazem ducha swojej epoki. Za kolejny etap w ewolucji kalendarza odpowiada rewolucja cyfrowa. Dzisiaj kalendarz ma formę aplikacji dostępnej na każdym smartphonie i komputerze osobistym. Mam nadzieję, że te cyfrowe, wirtualne terminarze poszerzą naszą definicję kalendarza, ale nie będą jednocześnie zagrożeniem i konkurencją dla kalendarza w formie drukowanej. Tak jak e-booki wyświetlane na czytnikach (mimo że znalazły szerokie grono zwolenników) nie zdołały wyprzeć książki drukowanej z rynku wydawniczego, tak też narzędzia cyfrowe nie sprawiają, że kalendarz jako fizyczny obiekt zniknie całkowicie z naszej rzeczywistości. Zmieniają jednak nasz stosunek do kalendarza. Coraz rzadziej spotykamy w naszych domach kalendarze wieszane na ścianie w celach estetycznych – „dla ozdoby”. Jednak obok czysto funkcjonalnych rozwiązań, pojawiają się artystyczne i projektowe eksperymenty, obiekty będące efektem poszukiwania plastycznej formy dla odwzorowania upływu czasu, jego struktury i rytmu. Rewolucja cyfrowa, dająca nam wysoce funkcjonalne rozwiązania w formie aplikacji zmienia nasze postrzeganie kalendarza w formie drukowanej jako wyłącznie funkcjonalnego obiektu, otwierając mu drogę ewolucji w kierunku dzieła sztuki. Podobny proces ma miejsce w przypadku plakatu. Przeniesienie reklamy w przestrzeń innych mediów sprawiła, że dynamicznie rozwija się plakat autorski.

Projekt, który przedstawiam, jest dla mnie próbą dialogu z funkcjonalnością drukowanego kalendarza, który przestajemy uważać za niezbędny pod tym względem element naszej codzienności. Mam nadzieję, że możemy wciąż postrzegać go w takim kontekście w jakim postrzegamy plakat, grafikę, fotografię, dzieło sztuki.

Kalendarz a język polski

Język polski jest wyjątkowy. Pełen subtelności gramatycznych i ortograficznych pułapek. Mamy znaki diakrytyczne i dwuznaki nie spotykane nigdzie indziej. Nasze nazwy miesięcy także są unikatowe. Koncepcja podziału roku na dwanaście miesięcy dotarła do Polski razem z chrześcijaństwem. W większość krajów europejskich nazwy dla nich zostały przejęte z łaciny. W Polsce powstały własne (lub zachowano pochodzące z czasów pogańskich i zaadoptowano je do nowych celów) odnoszące się do przyrody i zajęć społeczności w danym czasie. Badacze spierają się o ilość miesięcy w kalendarzu starosłowiańskim. Ponieważ był to prawdopodobnie kalendarz słoneczno-księżycowy istnieją hipotezy, że liczył on trzynaście miesięcy. Ich nazwy musiały pojawić się względnie późno, ponieważ są odmienne dla różnych słowiańskich narodów. Jak napisano w „Kalendarzu polskim i ruskim” z 1761 roku: „Te imiona miesiące wzięły od prostego pospólstwa nazwiska polskim językiem, gdy jeszcze żadnych nauk nie było ani kalendarzów, tylko po nowiach miesiąca miarkowali się”⁸.

8. *Kalendarz polski i ruski*, Zamość 1761, [w:] Zdzisław Zwoźniak, *Kalendarze*, Krajowa Agencja Wydawnicza 1981, s. 81.

Pozwolę sobie opisać pokrótce etymologię tych słów, ponieważ skojarzenia jakie wzbudzają, a także zjawiska, jakie w danym czasie występują, przysłowia i dawne zwyczaje były dla mnie inspiracją i impulsem do podjęcia wielu decyzji w czasie projektowania.

Często pochodzenie nazw miesięcy nie jest jednoznaczne. Tak właśnie jest z miesiącem styczniem. Znany jest pogląd, że pochodzi od słowa „stykać”, bo jest momentem zetknięcia starego i nowego roku. Według innej hipotezy styczeń (dawniej nazywany *tyczniem*) ma swoją nazwę od tyczek, których używano na polach, a które w tym okresie cięto i przygotowywano. Styczeń nazywano także *sieczeń* od *siekania*, czyli wyrębu lasu, który prowadzono w pierwszym miesiącu roku (był to czas pozyskiwania drewna) oraz od *siekących* mrozów.

Luty to przymiotnik znaczący dawniej to samo co ostry, mocny, groźny, i okrutny. W tym miesiącu występowały najsroźsze mrozy. Nazywano go także *gromicznik* (z powodu święta Matki Boskiej Gromnicznej) i *mięsupustnik* (*mięsupust* - czyli koniec karnawału).

Marzec oraz maj są jedynymi zapożyczonymi z łaciny nazwami miesięcy (*Martius* i *Maius*). W dawnej polszczyźnie pierwszy z nich nazywano *brzezień* od kwitnienia brzoź i od soku brzożowego, który był w tym czasie zbierany. Maj nazywany był też *trawień* od zielonej trawy na łąkach. Co zabawne, dawni Polacy dorobili własną etymologię do nazw łacińskich. *Marzec* miał pochodzić od tego, że „rozmazana jest wtedy pogoda: kończy się zima, a nastaje wiosna”⁹. Z czasem słowa te zostały spolszczone. Powstał czasownik *marcować* się odnoszący się do czynności godowych zwierząt charakterystycznych dla tego okresu. Od słowa maj powstał czasownik *mać się* czyli przyozdabiać, pokrywać kwiatami i przymiotnik *umajony* czyli ukwiecony.

Kwiecień otrzymał swoją nazwę z powodu skojarzenia z kwiatami. Istniała także nazwa *ludzikwiat* lub *łzykwiat*, ponieważ wczesne kwitnienie dawało złudne wrażenie wiosny. Staropolska nazwa *dębień* (związana z kultem dębu na ziemiach słowiańskich) odnosiła się do pory kwitnienia dębów.

Czerwiec pochodzi od zbieranych o tej porze roku czerwi (*Coccus polonikus*). Ich sproszkowane larwy służyły w całej Europie jako barwnik. W XVI i XVII wieku był on (obok zboża, drewna i soli) „czołowym towarem eksportowym Polski i Litwy”¹⁰. Czerwiec był także nazywany miesiącem pszczoł, bo w tym okresie także i im wylęgały się larwy.

Lipiec (dawniej nazywany też *lipień*) ma swoją nazwę od kwitnących lip. Lipa była dla większości ludów słowiańskich drzewem świętym i czczonym. Wierzono, że w lipę nie uderzają pioruny podczas burzy. Niemalże u wszystkich narodów słowiańskich nazwy tego miesiąca mają związek z lipą.

Nazwa sierpień pochodzi od słowa sierp, ponieważ był to miesiąc żniw. Nazywano go także *stojęczeń* lub *stojaczek* z powodu pracy na stojąco w czasie zbiorów.

Wrzesień – od kwitnących wrzosów. Nazwy wrzesień używano wymiennie z nazwą *pajęcznik*, pochodzącej od babiego lata, czyli nitek pajęcznych roznoszonych

9. Maciej Malinowski, *Październik, bo wtedy opadają październiki* [w:] <http://obcyjezykpolski.pl/pazdzier-nik-bo-wtedy-odpadaja-pazdzierze/>.

10. https://pl.wikipedia.org/wiki/Czerwiec_polski.

przez wiatr wczesną jesienią. Mówiono na niego także *jesiennik*, bo zaczyna się wówczas jesień.

Październik od październicy – odpadków z łodyg lnu i konopi, które w tym czasie kruszono i wyczesywano. Istnieje też archaiczna nazwa *winnik*, pochodząca od październikowego winobrania.

Listopad wziął swoją nazwę od spadających liści (dawniej używano słowa *list*, zamiast liść).

Grudzień ma nazwę pochodzącą od grud, czyli brył zamarzniętej ziemi. Istniał przymiotnik służący do opisanego stanu rzeczy: *grudny* czyli pokryty grudami, a nawet powiedzenie: „Grudzień – ziemię grudzi i izdebki studzi”. W późniejszym okresie nazywano go też *jadwentem* lub *gódnikiem* (od słowa gody, dawnej nazwy Bożego Narodzenia).

Spośród dwunastu nazw miesięcy tylko dwie są pochodzenia łacińskiego, chociaż i tak ostatecznie zostały spolszczone. W języku polskim nazwy miesięcy rozpoczynają się minuskulą, co jest też cechą unikatową, odmienną od pisowni innych krajów europejskich. Postanowiłam zachować specyfikę naszej pisowni, w nazwach miesięcy używam wyłącznie minuskulę. Jest to rodzaj osobistego hołdu dla lokalności (i tęsknoty za nią) w erze wszechogarniającej globalizacji. Podjęta decyzja nie ułatwiła mi projektowania. Minuskulę mają o wiele bardziej zróżnicowane formy niż majuskulę: różną wysokość, występowanie przedłużeń dolnych, elementy o różnym kącie nachylenia i proporcjach. To doświadczenie pozwoliło mi stwierdzić, użycie liter tekstowych może utrudniać uzyskanie wrażenia porządku, jednolitej rytmiczności w projekcie.

Plakat. Problemy z definicją

Myślę, że to co dzieje się na styku dwóch zjawisk może być najbardziej interesujące. To, co łatwo zdefiniować i zamknąć w ramy, grozi rutyną i nudą. Stąd pomysł na pewnego rodzaju hybrydę – połączenie funkcji kalendarza ze środkami i formami charakterystycznymi dla plakatu. Nie chodziło mi tylko o podobieństwo „ekspozycyjne” (kalendarz ma formę 13 autonomicznych stron w formacie 70 x 100 cm). Próbuję czerpać z języka plakatu typograficznego i typografii semantycznej. Poza tym rozwój projektowania graficznego, mediów i otaczających nas technologii sprawia, że definicje nie nadążają za rzeczywistością. Pojęcie plakatu także ewoluuje, poszerza swój zakres. Nowość jako wartość pożądana w sztuce i projektowaniu sprawia, że wciąż próbujemy przekraczać ustalone granice. Poszukujemy nowych rozwiązań jednocześnie czerpiąc z kulturowych i wizualnych korzeni.

Czy plakat (i ogólnie pojmowane projektowanie graficzne) powinny być subiektywne i wyrażać indywidualność twórcy? Czy powinny być jasne, proste i komunikatywne, czy raczej mają przyciągać zaskakującą i wieloznaczną formą? Czy mają być wykonywane na zlecenie, czy może powstawać z innego powodu? Można na te pytania dać różne odpowiedzi i bardzo możliwe, że każda z nich będzie słuszna i dla obrony każdej z nich znajdziemy mocne racje.

Co z dawnych definicji plakatu straciło aktualność? Nawet kwestia papieru i druku jako nośnika plakatu nie jest dziś już tak oczywista. Plakaty pojawiają się w przestrzeni publicznej na wyświetlaczach, monitorach. Są obecne w internecie i mediach społecznościowych. Mogą wręcz ewoluować w formę animowaną, rozgrywającą się w czasie i skorelowaną ze ścieżką dźwiękową. Za przykład podam *animated posters* Philippe'a Apeloig'a – francuskiego projektanta pracującego dla paryskich instytucji kultury. Sporne mogą być również kwestie formatu i powielania. Spotykamy dziś coraz częściej plakaty unikatowe, przestrzenne, interaktywne.

Plakat jest rodzajem wizualnego komunikatu. Przekazuje odbiorcy treści za pomocą środków graficznych, które ewoluują i „napędzają” ewolucję tego medium, bo to za ich pomocą walczy o uwagę widza. Plakat ma przyciągać wzrok, wyróżniać się, dać się zapamiętać. Jak to opisuje Michał Warda, historyk i krytyk dizajnu: „współczesny plakat w większym stopniu narzuca się odbiorcy siłą środków plastycznych niż zaskakującą redakcją informacji”¹¹. Od kiedy w drugiej połowie XIX wieku twórcami plakatów stali się (w miejsce drukarzy) artyści i projektanci, plakat wyraźnie oddzielił się od poprzedzającego go w historii poligrafii afiszu. Zawsze kiedy warsztat plakacisty poszerza się o nowe środki i technologie, formuła plakatu również się zmienia.

Plakat pełni nie tylko rolę informacyjną, propagandową czy reklamową. Jest przekazem i dziełem sztuki jednocześnie, spełnia funkcję zarówno użytkową, jak i estetyczną. Zawierać może warstwę graficzną, fotograficzną, malarską lub w inny sposób ilustracyjną i łączyć ją z warstwą typograficzną. Kiedy typografia przejmuje funkcję warstwy graficznej, kiedy sama staje się obrazem, możemy mówić o plakacie typograficznym.

Plakat typograficzny

Plakat typograficzny za najważniejszy element i budulec swojej warstwy wizualnej obiera literę. Słowom i ich stronie wizualnej przydziela funkcję komunikowania się z odbiorcą. Działa na pograniczu słowa i obrazu. Ewa Stopa-Pielesz – wykładowca ASP w Katowicach, autorka książek o typografii i projektowaniu – pisze o nim: „proponuję rozumienie pod pojęciem plakatu typograficznego szczególnie rodzaj plakatu wykorzystujący typografię jako nośnik intelektualnych, emocjonalnych i estetycznych treści”¹².

Zapowiedzi plakatu typograficznego możemy dopatrywać się w poezji wizualnej, (popularnej w całej Europie już w XVI-XVIII wieku), twórczości poety Stephane'a Mallarmego, kaligramów Apollinaire'a. Tendencja do tworzenia z pisma obrazów sprawiła, że twórcy typografii szukają innych metod komponowania, niż przyjęty do tej pory tradycyjny skład linearny. Następuje odwrócenie znanej dotąd percepcji tekstu. Treść, jaką ze sobą niesie, nie dociera do nas stopniowo, w miarę czytania. Postrzega-

11. Michał Warda, *Plakatowa kultura obrazu i słowa*, [w:] *XII Salon Plakatu Polskiego*, Warszawa 2005, s. 4.

12. Ewa Stopa-Pielesz, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009, s. 40.

my ją w sposób natychmiastowy jako obraz. Zestaw tendencji i przemian, które doprowadziły do pojawienia się współczesnego plakatu typograficznego i typografii wizualnej¹³ jest o wiele szerszy i bogatszy niż przykłady, które przytoczę. Tekst niniejszy nie aspiruje w żaden sposób do roli pełnego opracowania i pełnej charakterystyki wszystkich związanych z plakatem typograficznym zjawisk, postaw i poglądów. Pozwolę sobie przywołać te fakty i idee, których spadkobierczynią się czuję.

Wśród prekursorów traktowania tekstu jako obrazu możemy wymienić futurystę Filippo Marinetti'ego, który w wierszach onomatopeicznych „Parole in liberta” (1913) będących także jego manifestem programowym, rezygnuje z tradycyjnego składu, aby za pomocą układu typograficznego odnieść się do efektów dźwiękowych. To Marinetti, jak opisuje to Jan Tschichold – jeden z najwybitniejszych typografów XX wieku – zapoczątkował zmianę „typografii ornamentalnej na funkcjonalną”¹⁴. Marinetti w swoim manifestie z 1909 roku zauważa, że forma litery może być „semantyczna”, znacząca. Pisze: „jeśli będzie trzeba, na jednej stronie użyjemy trzech lub czterech różnych kolorów i dwudziestu krojów pisma. Na przykład *kursywy* dla serii podobnych szybkich emocji, pisma **grubego** dla naśladowania gwałtownych dźwięków itd. Oto nowa koncepcja strony typograficznie obrazowej”¹⁵. W celu wzmocnienia ekspresji dopuszcza nawet deformację słów (ich skracanie, wydłużanie, zmianę liczby samogłosek), co nazywa „wolną ortografią ekspresyjną”¹⁶. Typografia zyskuje rangę sztuki, jej forma staje się znacząca. Zaczęto traktować literę jako pełnoprawny element uczestniczący w kształtowaniu kompozycji plastycznej. Nastąpiło przejście od tradycyjnego zapisu komunikatu w formie linearnej do koncepcji typografii jako obrazu. W 1920 roku poeci związani z kręgiem futurystów: Anatol Stern i Aleksander Wat w swoim manifestie piszą: „Słowa mają wagę, dźwięk, barwę, swój rysunek, zajmują miejsce w przestrzeni”¹⁷. Jednocześnie dokonuje się kolejny przełom: dadaista Kurt Schwitters w procesie tworzenia swoich słynnych kolaży, do środków plastycznych włącza czcionki dobierane i układane na zasadzie przypadku. Ewa Stopa-Pielesz tak opisuje ten znamieny moment: „Tym działaniem umiejscowił typografię w kontekście sztuki czystej i otworzył drogę dalszym poszukiwaniom. Pokazał, że litera nie musi być łączona jedynie z funkcjonalnością”¹⁸.

Plakat typograficzny wyrasta także z tradycji konstruktywizmu i modernizmu. Kompozycje typograficzne awangardy są wyrazem umocnienia roli typografii w ówczesnych publikacjach. Litera stała się głównym składnikiem projektu odzwierciedlają-

13. Podziału na typografię czytelną (komunikat tekstowy przeznaczony do długiego czytania) i wizualną (komunikat przeznaczony do krótkiego postrzegania) dokonał typograf Charles Peignot w 1964 roku. [w:] Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 233.

14. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, s. 53.

15. Filippo T. Marinetti, *Revolucja typograficzna i wolna ortografia ekspresyjna*, [w:] Jan Tschichold *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, s. 53-54.

16. Tamże, s. 54.

17. Anatol Stern, Aleksander Wat, *Prymitywiści do narodów świata i Polski (manifest futurystyczny)*, Warszawa 1920.

18. Ewa Stopa-Pielesz, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009, s. 40.

cym jego plastyczną organizację. Konstruktywistyczne, proste i czytelne układy, pozbawione ornamentyki, skonstruowane są na zasadzie kontrastu i strukturalnego ład. Są przejrzyste, mimo bogactwa zastosowanych kształtów. Formy geometryczne, przeplatane się z typografią stały się językiem wypowiedzi i komunikatem w projektowaniu. Świadoma celowość jest wyznacznikiem zasadności użytych środków. Ten sposób konstruktywistycznego myślenia jest mi szczególnie bliski. Studiowałam na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi, uczelni, gdzie ta tradycja jest wciąż żywa i pielęgnowana. Wyższa Szkoła Sztuk Plastycznych w Łodzi (od 1996 roku Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi) powstała w 1945 roku była pierwszą w Polsce uczelnią artystyczną, w której równolegle nauczano „sztuki czyste” i sztuk projektowych. Te dwie idee od początku istnienia uczelni przeplatały się ze sobą w procesie dydaktycznym.

Łódź w okresie międzywojennym brała czynny udział w powstawaniu nowych tendencji. Wpływ na program uczelni miały zarówno kontakty i wymiana poglądów jaka następowała między artystami awangardy polskiej i międzynarodowej¹⁹, jak i dokonania Władysława Strzemińskiego²⁰.

Władysław Strzemiński uczył nowoczesnej typografii drukarzy i artystów na zajęciach prowadzonych w Publicznej Szkole Doksztalczącej Zawodowej nr 10 w Łodzi. Działalność teoretyczna towarzyszyła pedagogicznej. Strzemiński opublikował swoje założenia w 1933 roku w artykule pt. „Druk funkcjonalny”. Według niego słowa i zdania mają pełnić rolę sygnałów wizualnych. „Każda z grup tekstu powinna współdziałać z zawartą w niej treścią, wyrażać ją”²¹. Nie było to więc jedynie badanie formy plastycznej i jej napięć, ale też czytelności tekstu, jego semantyczności i hierarchizacji. Było to szukanie formy i rytmu wynikających z przekazywanej informacji. Strzemiński uważał, że kompozycja „drukarska” i „malarska” powinny być konstruowane na tych samych zasadach, a płaszczyzna tekstu i utworu plastycznego wzajemnie się przenikać i uzupełniać. Nowy styl w projektowaniu – charakteryzujący się użyciem prostych form geometrycznych, krojów bezszeryfowych, rezygnacją z „ozdobności” projektu nie wynikającej z jego funkcji propagowała Grupa BLOK (Władysław Strzemiński, Henryk Stażewski, Teresa Żarnowerówna, Henryk Berlewi). Tak charakteryzuje środki użyte przy definiowaniu formy czasopisma awangardy artystycznej „BLOK” Piotr Rypson, autor książki „Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949”: „Po raz pierwszy zastosowano tu radykalne podziały kolumn, geometryczne rytmy linii składu zecerckiego w miejsce ozdobników, drukowano fotomontaże, abstrakcyjne kompozycje typograficzne”²². Podobne tendencje promują profesorowie Bauhaus'u oraz holenderska grupa De Stijl. Chcą stworzyć „czystą typografię – ze składu, płaszczyzny i koloru”²³. Malarz i wykładowca Bauhaus'u – Johannes Itten stworzył typografię „sym-

19. Dzięki temu dociera do Łodzi nowa koncepcja kształcenia wprowadzona w Bauhaus'ie.

20. Artysta, teoretyk i pedagog, współzałożyciel Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Łodzi i jej wykładowca w latach 1945-50.

21. Władysław Strzemiński, *Druk funkcjonalny*, Grafika nr 2 (1933).

22. Piotr Rypson, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2007, s. 41.

23. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, s. 58.

boliczną” – próbującą „unaocznic” ładunek emocjonalny za pomocą rodzaju i składu typografii.

Nową wartość układów tekstowych oczyszczonych z niepotrzebnego ornamentu, ale „mówiących” za pomocą kompozycji, koloru i skali upowszechnia Jan Tschichold dzięki swojej książce „Nowa typografia”. Celem tekstu jest jego funkcjonalność, którą osiąga dzięki środkom radykalnym i nowatorskim. Tschichold postulował użycie pism blokowych i bezszeryfowych. Upowszechnienie układów asymetrycznych w typografii, zastępujących dotychczasowy wszechobecny skład na osi centralnej, również jest jego zasługą. Zauważył analogię między abstrakcją geometryczną i projektowaniem grafiki użytkowej. Pierwsza bada relacje form malarskich na płaszczyźnie obrazu, druga relacje obrazu i tekstu na powierzchni stronicy. Obie zaś szukają prostoty i porządku wśród kontrastujących ze sobą elementów. Układ kompozycyjny, składający się z dominujących form geometrycznych i tekstu nie jest jedynym celem projektu, ale też jego czytelność i funkcjonalność. Za funkcjonalną typografię Tschichold uznaje tę, która „próbuje zjawisko formy wyprowadzić z funkcji tekstu”²⁴. Jest ona odbiciem, odzwierciedleniem treści, którą przekazuje. Tschichold twierdzi, że: „Każdy fragment tekstu znajduje się pod względem znaczenia i akcentów w określonej, logicznej, z góry ustalonej relacji do pozostałych części. Zadaniem typografa jest wyrażenie jej w sposób widoczny i jednoznaczny za pomocą stosunków wielkości i wagi, kolejności, koloru, fotografii itp.”²⁵. Pod tym względem możemy uznać „Nową Typografię” i „Druk funkcjonalny” za publikacje zapowiadające typografię wizualną i współczesny plakat typograficzny.

Styl szwajcarski (nazywany też „międzynarodowym”) będący spadkobiercą idei konstruktywizmu i Bauhaus'u, dążył do przejrzystości, porządku i funkcjonalności. Typografia stała się racjonalna, logicznie rozmieszczona względem geometrycznej siatki, zazwyczaj komponowana dynamicznie, w asymetrycznych układach. Ze stopniowej ewolucji tzw. typografii szwajcarskiej, a równocześnie z przełamania jej zasad narodziła się tzw. „nowa fala” lub „szwajcarski punkt” w typografii. Protoplastą tego nurtu był Wolfgang Weingart. Jego eksperymenty również wynikały z badania semantycznej funkcji typografii. Keith Chi-Hang Tam – typograf, wykładowca Szkoły Dizajnu na Uniwersytecie Technicznym w Hong Kongu – pisze o nim: „Weingart wierzy, że przez graficzną modyfikację liter można w istocie wzmacniać znaczenie. Cóż z tego, że coś jest czytelne, jeśli nie ma w tym nic, co wzbudziłoby naszą uwagę?”²⁶. Weingart z malarskim wdziękiem i wrażliwością łączy i modyfikuje elementy graficzne i typograficzne. Definitywnie zaciera granice między sztuką czystą i typografią.

W latach 80-tych Katherine McCoy i studenci prowadzonej przez nią Akademii Cranbrook rozwijają pojęcie „typografii jako dyskursu”. „Tekst ożywa pod wpływem głosu, a obrazy można zarówno czytać, jak i oglądać – duże znaczenie ma udział odbiorcy w procesie komunikacji i dokonana przez niego interpretacja”²⁷ pisze McCoy. Czytanie i oglądanie łączą się w akcie poznania. Modernistyczne zasady definitywnie

24. Magdalena Frankowska, Artur Frankowski, *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009, s. 11.

25. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, s. 67.

26. Keith Chi-Hang Tam, *Typograficzny pejzaż Wolfganga Weingarta*, [w:] *2+3D grafika plus produkt*, nr 6 (I/2003).

odchodzą w zapomnienie. Forma przestaje być podporządkowana funkcji. Brak wewnętrznej logiki, chaotyczne układy, emocje, swoboda, przeplatanie obrazu i tekstu - z takiej postawy wyrasta nurt dekonstruktywizmu, nurt typografii eksperymentalnej, nierzadko doprowadzanej do granic czytelności. Działaniom eksperymentalnym sprzyja rozwój technologii komputerowej. Litery są poddawane destrukcji, deformacji w imię tego nowego stylu i atrakcyjności wizualnej projektu. Typografia, która przyjmuje formy ekspresyjne za swoją funkcję uznaje raczej uchwycenie, wzmocnienie treści przekazu, a zabiegi budujące siłę wizualną mają przyciągnąć uwagę odbiorcy. Twórca zaś może dać nieskrępowany upust swojej indywidualnej ekspresji. Dowodem tego jest bogactwo i skrajne nieraz różnicowanie postaw projektowych wiodących twórców: Eda Felli, Joan Dobkin, Davida Carson'a, Nevilla Broddy czy Catherine Zask.

Przeciwnikami tego nurtu są zwolennicy poglądu, że typografia (zarówno tekstu ciągłego, jak i ta użyta w plakacie) powinna mieć wymiar wyłącznie praktyczny. Wymiar estetyczny jest tylko jej ewentualnym (ale nie koniecznym) dodatkiem. Nie jest to jednak na szczęście jedyne i niepodważalne stanowisko wśród typografów. Bror Zachrisson – grafik i wykładowca, jeden z pierwszych badaczy czytelności i funkcjonalności typografii, w swojej książce „Studia nad czytelnością druku” pisze: „Wiele typograficznych koncepcji przyjęto – i przyjmuje się je nadal – nie biorąc pod uwagę czynnika funkcjonalności. Słynni drukarze, a zarazem świetni projektanci, jak Fournier i później Bodoni, drukując kładli główny nacisk na względy estetyczne”²⁸.

Jestem skłonna opowiedzieć się po stronie tych, którzy twierdzą, że podstawową funkcją typografii plakatu i typografii książki jest także i piękno. W powyższym przekonaniu utwierdzają mnie słowa wybitnego szwajcarskiego typografa Hansa Rudolfa Bossharda, pojawiające się w książce „Reguła i intuicja”: „W zasadzie wszyscy poszukujemy piękna (zostawmy teraz na boku inne wyznaczniki dobrej typografii). Projektowanie jest wprawdzie przede wszystkim nastawione na funkcjonalność – która sama przez się piękna przecież nie wyklucza – ale zawsze także na walory estetyczne”²⁹.

Semantyka znaków typograficznych

Semantyka zajmuje się badaniem relacji formy znaku do jego treści. W tym kontekście typografia jest nie tylko nośnikiem znaczeń, ale sama w sobie jest przekazem. Pomijając dosłowne znaczenie pojęć zawartych w znakach pisanych, skupiam się na informacji, jaką możemy odczytać z formy pisma świadomie dobranej i modyfikowanej

27. Katherine McCoy, *Przemysłać modernizm, uaktualnić funkcjonalizm*, [w:] Przemek Dębowski, Jacek Mrowczyk (red.), *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, s. 165.

28. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 93-94.

29. Hans Rudolf Bosshard, *Reguła i intuicja. O rozważdze i spontaniczności projektowania* Wydawnictwo d2d, Kraków 2017, s. 17-18.

przez projektanta. Cytując Roberta Bringhursta, poetę i typografa: „Formy liternicze mają swój charakter i osobowość, swojego ducha”³⁰. W plakacie typograficznym komunikat jest zawsze wielowarstwowy. Przekaz jest bogatszy, bo oprócz dosłownego odniesienia elementu znaczącego do jego znaczenia, interpretacja poszerza się o inne wyobrażenia i odczucia, wywołane graficznym obrazem słów. Odczytanie komunikatu w przypadku typografii wizualnej wymaga większego zaangażowania intelektu i intuicji odbiorcy. W typografii czytelniczej podobny komunikat także jest zawarty. Cytując Brora Zachrisson'a: „Wpływ treści od dawna był stwierdzany przez historyków drukarstwa. W okresie poprzedzającym erę industrializmu (...) pewne rodzaje literatury wykazywały tendencję do stosowania mniej lub więcej standardowej typografii. Istniała na przykład wyraźna różnica typograficzna między poważnymi, religijnymi wydawnictwami a edycjami bardziej świeckimi”³¹ – treść determinowała styl wydawnictwa. W typografii czytelniczej jest wiele umownych rozwiązań, które przyjęły się na stałe w świadomości odbiorców i są w użyciu do dziś. Jest to nie tylko system nagłówków, przypisów, podziały strony, ale też np. zastosowanie kursywy służące wyeksponowaniu jakiegoś szczegółu.

Nie sposób przecenić znaczenia wyboru kroju pisma w projektowaniu graficznym. Forma litery może pogłębić lub poszerzyć znaczenie reklamy. W książce „Liternictwo” Włodzimierza Referowskiego i Jerzego Jabłońskiego czytamy: „Wybór pisma, a więc jego kroju, wysokości, smukłości i masy, zależy od celu jakiemu napis ma służyć oraz od wielkości płaszczyzny, jaką liternik ma do dyspozycji. I tak, alfabet blokowy świetnie harmonizuje z ciężarem wyrobów żelaznych, ale niewłaściwe będzie użycie go do reklamy wyrobów kosmetycznych czy powiewnych tkanin. I odwrotnie – pismo lekkie, fantazyjne może być stosowane do reklamy kosmetyków, ale nie podkreśli masywności konstrukcji żelaznych czy stalowych. Dla podkreślenia solidności artykułu i jego nieprzemijających wartości używa się często pisma gotyckiego lub antycznego, które swym krojem reprezentują właśnie te cechy”³².

Tak jak fonem można wypowiedzieć na wiele sposobów (głosem wysokim, niskim, cichym, głośnym, nacechowanym emocjonalnie), tak i grafem może przejawiać mnogość swoich form. „Medium jest informacją”³³ – słynne stwierdzenie Marshalla McLuhan'a przywołane w tym kontekście oznacza, że już sam wybór pisma i druku do przekazania treści jest znaczący. Równie znaczący jest wybór rodzaju pisma, jego kroju i odmiany. Analizując wpływ formy typograficznej na treści i emocje, która ta forma ze sobą niesie, dochodzę do następujących wniosków: skojarzenia jakie wywołują te formy mogą wynikać bądź to z kontekstu historycznego (związanego np. z powstaniem i użyciem danego kroju pisma), bądź z kontekstu cech formalnych danego kroju (wynikających często z właściwości narzędzi użytych do wykreślenia litery) lub zabie-

30. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, s. 110.

31. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 91-92.

32. Włodzimierz Referowski, Jerzy Jabłoński *Liternictwo*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1962, s. 59.

33. Marshall McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.

gów zastosowanych w procesie projektowym (układ kompozycyjny, modyfikacja kształtu litery itp.). Wszystkie te elementy przenikają się tworząc szeroką paletę znaczeń i możliwych skojarzeń, czasami się uzupełniają lub wynikają z siebie nawzajem.

Kontekst historyczny

Przez kontekst historyczny rozumiem zestaw skojarzeń związanych z czasem w jakim powstał lub były używany dany krój. Formy liternicze i typograficzne oddają ducha swojej epoki na równi z innymi zjawiskami kultury. Znana jest nawet opinia, że formy typografii są odzwierciedleniem form obecnych w architekturze (i innych dziedzinach sztuki) charakterystycznych dla danej epoki³⁴. Trafne odczytanie komunikatu historycznego zależy nie tylko od umiejętnego wykorzystania takiego potencjału przez projektanta, ale w niektórych wypadkach także od wiedzy i kompetencji oglądającego. Czasem przekaz odnosi się do bardzo konkretnych, precyzyjnych znaczeń (np. epoki historycznej), a czasem do odczuć, emocji, czy nastroju.

Przykładem, w którym najklarowniej moim zdaniem kojarzymy rodzaj pisma z epoką w której był stosowany, są pisma gotyckie. Jako pisma narzędziowe i drukarskie były rozpowszechnione w całej Europie. Były pierwszymi pismami drukarskimi, które odlewano; używał ich w swojej drukarni Johannes Gutenberg. Są odpowiednikiem stylu gotyckiego w architekturze. Fraktura (jako oficjalny krój Trzeciej Rzeszy w latach 1933-41) po drugiej wojnie światowej zyskała negatywne skojarzenia powiązane z niemieckim faszyzmem. Nie jest to jednak jedyne skojarzenie jakie może wywołać ta forma. Wiele zależy od tego w jakim kontekście użyjemy pisma gotyckiego. Może służyć do wywołania skojarzeń z wieloletnią tradycją, solidnością (w takim znaczeniu występuje np. na banknotach brytyjskich funtów w napisie „Bank of England”, tytułach gazet), a także z mistrzowskim rzemiosłem i prestiżem (np. w identyfikacji wyrobów alkoholowych). Może być trafną oprawą dla tytułu dzieła teologicznego, jako krój kojarzony w przeszłości ze stylem „kościelnym”. Sugestywny przykład oddziaływania pisma gotyckiego przytacza wspomniany wcześniej Bror Zachrisson, cytując pisarza Augusta Strindberga: „Posiadam kilka egzemplarzy biblii pochodzących z różnych stuleci i wydaje mi się, że przedstawiają one różne treści; wydaje się, że ich zdolność wywoływania u mnie duchowego napięcia jest różna. Jedna z nich, w czarnej szacie, drukowana szwabachą w siedemnastym wieku, wyraża groźną potęgę. Wydaje się, jak gdyby gniew i nienawiść nagromadziły się w tej księdze, ona gromi i karze”³⁵.

Antykwy dwuelementowe (renesansowe, barokowe, klasycystyczne) kojarzą się ze spokojem, stabilnością, poczuciem bezpieczeństwa i dobrobytem. Mogą symbolizować literaturę, prawo, wiedzę, historię, tradycję. Używane są zazwyczaj do opracowań

34. Wyraz temu przekonaniu daje w swojej książce *The Letter as a Work of Art* Dr Gerard Knuttel. Bror Zachrisson na założeniu tym oparł swoje badania, których wyniki opublikował w książce *Studia nad czytelnością druku*. Sprawdził, czy ta teza ma odbicie w świadomości badanych. Niestety, wyniki nie napawały optymizmem. Nawet jeśli istnieje wspólny mianownik między osiągnięciami typografii i innych sztuk danej epoki, skojarzenia takie nie funkcjonują poprawnie w świadomości zbiorowej.

35. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 100.

klasycznych, wykazują najwyższą czytelność. Można to tłumaczyć ich długim stażem na rynku wydawniczym i wynikającymi z niego przyzwyczajeniami czytelników. Można również wiązać ten fakt z ich formą: szeryfy podkreślają linię pisma i pomagają płynnie prowadzić wzrok wzdłuż wersu, a duże różnice wyglądu poszczególnych liter skracają czas ich rozpoznawania. Istnieją subtelne różnice w formach antykw pochodzących z różnych okresów, trudne być może do wychwycenia dla osoby nie będącej specjalistą w tej dziedzinie. Moim zdaniem, najbardziej charakterystyczną antykwą dwuelementową jest antykw klasycystyczna (np. Bodoni) o dużym kontraście między cienkimi i grubymi elementami liter i pięknie wyprowadzonych łukach. Jest według mnie uosobieniem artyzmu, sztuki i elegancji. Wychwytyjemy je jednak raczej na poziomie intuicji i emocji, niż przez skojarzenie z początkiem wieku XIX-ego.

Pisma jednoelementowe, bezszeryfowe, jako przejaw idei nowoczesności i postępu weszły do powszechnego użytku po pierwszej wojnie światowej. Do projektowania graficznego zostały wprowadzone za sprawą artystów awangardowych związanych z konstruktywizmem, holenderskiej grupy de Stijl i niemieckiego środowiska modernistów powiązanego z Bauhausem. Wyrastały z buntu przeciw tendencjom narodowościowym i historycyzmowi. Zlikwidowano wszelkie znamiona manualności: szeryfy, zmienną grubość elementów litery. „Obiektywizm i uniwersalność miały być zagwarantowane przez użycie form geometrycznych, które – wierzono – były elementami matematycznych kalkulacji i – jako kształty przynależne raczej do nauk ścisłych niż sztuk pięknych – mogły być rozumiane i doceniane niezależnie od bagażu kulturowego”³⁶. Pisma typu grotesk dobrze sprawdzają się w publikacjach reklamowych i informacyjnych, wszędzie tam, gdzie potrzebny jest klarowny, ale dynamiczny przekaz. Mają wyraźny, mocny rysunek litery, są kojarzone z nowoczesnością. Ich wyraz jest bardziej bezosobowy, chłodny i techniczny niż krojów dwuelementowych szeryfowych.

Modernistyczne próby uproszczenia i ekonomizacji pisma przyniosły radykalne i utopijne poniekąd rozwiązania. Alfabet Władysława Strzemińskiego (opracowany w 1930 roku) zbudowany jest ze „standaryzowanych elementów geometrycznych tzn. linii prostej i łuku. Źródłem formy jest kontrast, dlatego odrzucamy elementy powtarzające się symetrycznie. Elementy użyte przy budowie litery przeciwstawiamy jako kształt, wielkość i kierunek”³⁷. Strzemiński zakładał, że czytelność kroju pisma nie jest cechą wynikającą z jego formy, ale z przyzwyczajień czytelnika. Liczył, że przez stosowanie nowego alfabetu w projektowaniu można zmienić nawyki odbiorcy i stopniowo wprowadzić go w całym druku. Pomysł okazał się zbyt śmiały, ale alfabet Strzemińskiego stał się synonimem modernistycznych idei i często jest przywoływany w projektach współczesnych grafików. Podobne wrażenie nowoczesności wywołują inne alfabety skonstruowane z uproszczonych elementów geometrycznych. Znaki zostają w ten sposób ujednolicone. Pogarsza to ich czytelność, ale mogą wzrastać walory estetyczne; litera zaczyna zmieniać się w element dekoracyjny, a blok tekstowy tworzyć graficzną fakturę.

36. Agata Szydłowska, Marian Misiak, *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2015, s. 70.

37. Władysław Strzemiński, *Litery z jakich korzystamy...*, [w:] *Komunikat grupy „a.r.”* nr 2, (1932) [w:] Jacek Mrowczyk (red.), *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017, s. 74.

Okoliczności używania czy pojawienia się danego kroju mogą generować mechanizmy skojarzeń w świadomości zbiorowej. Jako przykład tego zjawiska można podać krój Playbill³⁸. Jest to linearna antykwa szeryfowa o poziomej linii kontrastu. Ma bardzo masywne szeryfy belkowe, co daje wrażenie „frywolności i ekscentryczności”³⁹. Sposób w jaki był używany, sprawił, że kojarzymy go z „cyrkiem” lub „Dzikim Zachodem”.

Podobnym zjawiskiem jest Solidaryca. Jest to alfabet o formie odwołującej się do logo Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność” autorstwa Jerzego Janiszewskiego. Logo pierwotnie zaistniało jako plakat inspirowany napisami na murach, przywołujący na myśl tłum ludzi zgromadzonych, aby walczyć o prawa pracownicze i demokrację⁴⁰. Odręcznie pisane litery, ustawione blisko siebie i wzbogacone o biało-czerwoną flagę stały się powszechnie stosowanym symbolem walki o wolność. Solidaryca nie jest oficjalnie wydanym krojem, ale jak określają ją Agata Szydłowska, Marian Misiak, autorzy książki „Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce”: „to raczej zbiór skojarzeń, wizualnych odniesień, które tak mocno zaistniały w świadomości zbiorowej, że w zasadzie w każdej wersji odsyłają do oryginału”⁴¹. Jej prosta i surowa estetyka, ujawniająca się w formie ograniczenia technologicznego w fazie projektu i druku, to wszystko sprawia, że kojarzymy ją z działaniami anty-systemowymi. Alfabet powstał bez wiedzy Jerzego Janiszewskiego, był rozpowszechniany przez wiele osób. Można powiedzieć, że zaczął żyć własnym życiem i stał się znakiem wielu idei. „Znak «Solidarności» szybko wymknął się spod kontroli autora i stał się „dobrem wspólnym”, przedrukowywanym i trawestowanym”⁴². Solidaryca zaczęła pojawiać się w wielu komunikatach: politycznych, społecznych. Wykorzystuje ją zarówno obóz neo-liberalny, jak i konserwatywny polskiej sceny politycznej, środowisko LGBTQ, czy feministyczna Manifa. Pojawia się nawet poza granicami naszego kraju: została użyta przez węgierską opozycję przeciw Viktorowi Orbanowi i międzynarodowy ruch Occupy.

Rozpoznawalność kroju pisma w świadomości społecznej może zaistnieć także na podłożu komercyjnym. Jako przykład podam alfabety stylizowane na pismo użyte np. w logotypie Coca-coli czy tytułach książek „Harry Potter”. Pierwszy możemy spotykać w plakacie nie komercyjnym jako komentarz do konsumpcyjnej rzeczywistości, drugi to raczej gadżet dla kręgu fanów książek i filmów o przygodach nastoletniego czarodzieja.

38. XIX-wieczny krój zrekonstruowany w latach 50-tych XX wieku przez Roberta Harlinga.

39. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 73

40. W czasie protestów w Stoczni Gdańskiej w 1980 roku.

41. Agata Szydłowska, Marian Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2015, s. 163.

42. Tamże s. 156.

Kontekst formy i narzędzia

Każdy znak typograficzny jest kształtem plastycznym, kombinacją linii, łuków, płaszczyzn w przestrzeni pozytywowej i negatywowej (będących tzw. światłem wewnętrznym litery). Znaki typograficzne posiadają różnorodne proporcje, ciężar optyczny, dynamikę, zależną zarówno od kształtu poszczególnych liter, jak i od kroju pisma w jakim dana litera występuje.

Pisma odręczne (i pochodzące od nich kursywy) mają często więcej dynamiki niż odmiany proste. W duktach tekstu cechuje je też większa płynność. Jak opisują to Phil Baines i Andrew Haslam – autorzy książki „Pismo i typografia” – mówiąc o piśmie odręcznym jako źródle i wzorcu dla pism drukarskich: „Ogólnie rzecz ujmując, im szybciej pismo odręczne było pisane, tym niższy był jego status. Pisma odręczne miały różne formy: od spokojnych, pozbawionych ciągłego duktu i formalnych, poprzez pisma o prostszej strukturze i mniej oficjalne, aż po takie, które pisało się bardzo szybko – zwykle kursywy i pisma potoczne. Pismo odręczne o różnym statusie zaczęły być kojarzone z różnymi formami języka”⁴³. Ma to swoje odbicie także w tej tendencji, że wersaliki (których protoplastą była kapitała rzymska wycięta w trwałym materiale) odbieramy jako bardziej monumentalne niż literę tekstową (jako wywodzącą się od pisma odręcznego, „powszedniego”). Potwierdzenie tej refleksji znajduję w słowach Adriana Frutiger'a – szwajcarskiego typografa i artysty, specjalisty komunikacji wizualnej: „Dziś piszący ma do dyspozycji dwa porządki alfabetyczne. Majuskułę, która używana w architekturze, w nagłówkach i tytułach, przy pisaniu imion własnych itp. wyraża coś wzniosłego i odświętnego, oraz minuskułę, która stała się powszechnym i obiegowym środkiem w wymianie pisemnych notatek wszelkiego rodzaju i w długich tekstach. Możliwość dysponowania wielkimi i małymi literami wydaje się bogactwem o dużych wartościach duchowych”⁴⁴.

Wracając do kwestii skojarzeń, jakie wywołuje kształt litery: ozdobne pisanki, np. pisanka angielska pełna kaligraficznych dekoracji, o bardzo regularnym i starannym duktach, uchodzą za wytworne, odświętne i klasyczne. Ich piękno przeciwstawia się nowoczesności, znajdują zastosowanie w kartach wizytowych, zaproszeniach.

Antykwa dwuelementowa może być odbierana jako klasyczna, związana z tradycją, konserwatywna. Antykwa renesansowa (np. Garamond) jest skonstruowana w dużej mierze z łagodnych łuków, sprawia wrażenie miękkiej i biologicznej. Dwuelementowość jest skutkiem manualnego wykreślenia litery płaskim narzędziem, dlatego takie formy zawsze będą odczytywane jako bardziej humanistyczne, wykreślone ludzką ręką, a nie za pomocą doskonałych form geometrycznych. Tą subtelną różnicę możemy wychwycić porównując krój Garamond np. z krojem Bodoni (zaliczany do antykw klasycystycznych), który ma charakter bardziej chłodny, logiczny i geometryczny. Cechuje go mocny, regularny rytm elementów poziomych i pionowych, płasko ścięte szeryfy i koliste zwieńczenia.

43. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 59.

44. Adrian Frutiger, *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo 2d2, Kraków 2010, s. 123.

Groteski (kroje bezszeryfowe) mają wyraźną rytmikę elementów pionowych, poziomych i skośnych. Są bardziej dynamiczne i agresywne. Litery w odmianie bold, extra bold itp. posiadają większą masę optyczną, działają plamą, powierzchnią. Cechuje je silny graficznie wygląd i są lepszym nośnikiem dla koloru w typografii niż litery linearne. Brak ozdób i prostota wyrażają szlachetną powściągliwość.

Za znaczący możemy uznać również kontekst narzędzi, za pomocą których nakreślono literę. One zawsze odciskają swoje piętno na powstającej formie. W zależności od zastosowanego narzędzia możemy osiągnąć szeroki wachlarz skojarzeń od wrażenia lekkości, subtelności, artyzmu, aż po drapieżność i agresję. Jednym z przykładów wpływu procesu powstawania litery na jej przekaz będą kroje szablonowe, które wkroczyły na języka projektowania w latach 20. XX wieku. Dla modernistów takie pismo oddawało charakter „wieku maszyny”. Dziś kojarzy się z pewną surowością, miastem, militariami, przemysłem i sztuką graffiti.

Pojawienie się komputera jako powszechnego narzędzia zaowocowało nie tylko digitalizacją istniejących krojów, ale i powstawaniem nowych. Niektóre z nich były odpowiedzią na specyfikę narzędzi cyfrowych. Przykładowo, problemy z drukowaniem ukośnych linii były powodem dla którego Wim Crouwel zaprojektował w 1967 roku krój Nowy Alfabet. Stworzenie pisma, które byłoby rozpoznawalne przez cyfrowe czytniki (skanery wyposażone w odpowiednie oprogramowanie) było założeniem dzięki któremu w 1968 roku powstał krój OCR-A (Optical Character Recognition). Pismo to jest czytelne również dla ludzi, ale jego zmodyfikowany, nietypowy kształt, złożony z uproszczonych form geometrycznych zaczął być kojarzony z futurystycznymi wizjami rozwoju robotyki i sztucznej inteligencji. Choć dzisiaj jest już nie znakiem „futuro”, ale „retro”, nie możemy nie dostrzec faktu, że był protoplastą wielu stylizowanych krojów kojarzonych ze światem komputerów. Z deformacji, jakiej ulega litera o małym stopniu przedstawiona na ekranie, wynika kształt tzw. pism bitmapowych, nawiązujących do pojęcia rozdzielczości i pixela jako jej podstawowej jednostki.

Inne zupełnie skojarzenia wywołują pisma wernakularne, kiedyś rozumiane jako zakorzenione w lokalnej tradycji, dziś raczej jako te, które są tworzone przez laików bez przygotowania teoretycznego. Kojarzymy je z językiem potocznym, niedoskonałością, niestarannością. Są niespokojne, nieharmonijne, ale i świeże w swojej formie. W ostatnich latach wkroczyły do twórczości profesjonalistów. Wielu projektantów znajduje w nich inspirację, dla niektórych są powodem do żartów, do potraktowania typografii z przymrużeniem oka.

Wiele z opisanych skojarzeń dociera do nas na poziomie intuicji i emocji. Cechy „nastrojowe”⁴⁵ były nawet przyczynkiem do powstawania różnorodnych prób klasyfikacji pism i badań eksperymentalnych. W. Mengel i G. Schantz dzielą kroje na miękkie, średnie i twarde, a także osobiste i rzeczowe. C. H. Baylis wylicza kroje: wysokiej kla-

45. Takie sformułowanie odnajdujemy w książce Brora Zachrisson'a, *Studia nad czytelnością druku*, w której opisuje powyższe próby klasyfikacji i badań eksperymentalnych w rozdziale *Emocjonalny stosunek czytelnika do kroju pisma i typografii* powołując się na następujące artykuły: W. Mengel, G. Schantz *Unsere bleiernen Lettern* [w:] *Der Druckspiegel*, Załącznik 9B, (9.IX/1954); C. H. Baylis *Trends in typefaces* [w:] *Printer's Ink*. (8.VIII/1955), s. 44-46; A. T. Poffenberger i R. B. Franken *Appropriateness of type faces*, [w:] *Journal of Applied Psychology* 7, (1923), s. 312.

sy, dostojne, wytworne, staromodne, współczesne, robocze, żeńskie i męskie. A. T. Poffenberger i R. B. Franken badają zabarwienie uczuciowe pism według następujących jakości: niska wartość, rzeczowość, ekonomiczność, przepych i siła wyrazu.

Bardzo ciekawy pogląd prezentuje we wcześniej już wspomnianym dziele Bror Zachrisson. Opisuje on wpływ osobowości projektanta na wygląd opracowanego przez niego kroju. Tym, jak charakter pisma świadczy o piszącym, zajmuje się powszechnie znana i komentowana grafologia. Zachrisson mówi, że wiedzę tego rodzaju możemy odnieść również do form przemyślanych i starannie wykreślonych, a nie tylko do tych, tworzonych na równi z nieświadomym odruchem. „Osobowość artysty projektanta nie zanika w jego pracy i wywiera zdecydowany wpływ na krój pisma. [...] Istnieją jednak granice – i to o niezbyt wielkiej rozpiętości – doboru środków wyrazu. [...] Mimo tego istnieją możliwości stworzenia wzoru czcionki, która będzie przemawiała własnym głosem”⁴⁶.

Deformacja, modyfikacja. Kontekst kompozycyjny

Z próby połączenia funkcji nośnika informacji i symbolicznej idei powstało na początku XIX wieku liternictwo „metaforyczne”⁴⁷. Jako przykład tego zjawiska można podać krój Tuscan, produkowany od 1815 roku przez odlewnię czcionek Vincenta Figginsa w Londynie, który posiada dekoracyjne szeryfy w kształcie rybich ogonów. Rustic – zaprojektowany w tym samym miejscu w roku 1845 (i wzorowany na nim później Log Cabin) wygląda jakby litery zostały ułożone z kawałków drewnianych bali. Używany był aby wywołać skojarzenia z naturą i „wykorzystywany [...] do reklamowania w oczywisty sposób miejsc biwakowych, chat myśliwskich oraz wszelakich wiejskich produktów i idei”⁴⁸. Od tego czasu powstało wiele krojów o charakterze ilustracyjnym i humorystycznym (np. Candy Bits wyglądający jak cukierki, Key Caps jak klawisze klawiatury komputerowej czy Snow Cap pokryty czapami śniegu) i choć dziś nie cieszą się wielką estymą, są przykładem tego jak forma znaku typograficznego może poszerzać jego znaczenie. Rozwinięciem tej idei i przeniesieniem jej na wyższy poziom artystyczny są prace Stefana Sagmeistera, który typografię konstruuje z różnorodnych materiałów i przedmiotów, zawsze aby wzbogacać jej przekaz.

Deformacje, modyfikacje kształtu i proporcji, odstępstwa od przyjętych norm – wszystkie te działania wpływają na wyraz obrazu typograficznego. Modyfikacje mogą wynikać z konieczności technicznej, np. zmiana proporcji litery, aby „dopasować” ją do uwarunkowań płaszczyzny na jakiej występuje. Mogą służyć „upiększaniu” litery, lub wzbogaceniu jej o aspekt ilustracyjny, jak np. ozdabianie inicjałów rozpoczynających tekst ciągły. Mogą mieć za zadanie poszerzyć przekaz typograficzny o warstwę emocjonalną. Tak opisują to Phil Baines i Andrew Haslam: „Pisma drukarskie można też traktować w bardziej ekspresywny, chciałoby się powiedzieć malarski sposób po to,

46. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 99.

47. Steven Heller, Veronique Vienne, *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, TMC, Raszyn 2012, s. 38.

48. Tamże.

by wyrażały emocje lub wywoływały uczucia. Takie zabiegi – rozmywanie, wyginanie, łamanie, cięcie – nadają pismu nowy wizualny rytm⁴⁹. Działania, które można przeprowadzić na formie litery są tak liczne i różnorodne, że nie widzę możliwości stworzenia jakiegokolwiek klasyfikacji. Tych działań i metod jest tak wiele, jak wielu jest projektantów. Dochodzę do wniosku, że w zasadzie każdy aspekt i element projektu może wyrażać emocje i wzbudzać skojarzenia. Możliwości są nieograniczone.

Znaczącym jest nie tylko dobór kroju pisma i działania, którym poddajemy kształty poszczególnych liter. Sposób zakomponowania tekstu na płaszczyźnie jest na równi z nimi ważny. Typografia jest pełnoprawnym elementem kompozycyjnym, budującym wyraz i nastrój utworu plastycznego.

Kompozycje typograficzne oparte na gridzie⁵⁰ cechuje racjonalność, czytelność i funkcjonalność. Są wyrazem spójności, porządku, logicznej konsekwencji. Układy tego rodzaju tworzą zazwyczaj kompozycję zamkniętą i statyczną, elementy kompozycji są od siebie współzależne. Podobne odczucia mogą wywołać układy oparte na złotym podziale⁵¹, czy schemacie Villarda⁵². Przeciwnicy tego rodzaju rozwiązań zarzucają im przewidywalność i chłód emocjonalny. Jednak nie są to nigdy rozwiązania automatyczne, bezmyślne. Przywołując cytowane niedawno dzieło: „Między fizycznymi cechami tematu książki a proporcjami stronicy istnieje konceptualny związek”⁵³. Dynamikę układu zwiększa komponowanie na spad, wysuwanie elementów poza ustalony grid, umieszczanie ich po skosie, asymetria. Działania takie można potęgować, aż po efekt chaosu i przypadkowości.

W tekstach ciągłych, sterując długością wiersza, kerningiem i interlinią możemy także osiągać zróżnicowane efekty. W ten sposób możemy zmieniać ciężar optyczny, jedność tekstu, fakturę bloku tekstowego. Tekst możemy wyrównywać do osi środkowej, do lewej lub prawej albo wyjustować go obustronnie. Wyrównanie lewostronne odzwierciedla naturalny sposób ręcznego pisania. W tekście drukowanym pojawiło się zaskakująco późno, upowszechniło się na początku XX wieku, z nadejściem ery modernizmu. Teksty wyrównane do osi kojarzymy z drukiem, tradycją, uroczystym nastrojem – tego rodzaju skład pojawiał się na stronach tytułowych już ok. 1500 roku (dziś stosowany jest najczęściej w drukach akcydensowych). W książkach, w tekście ciągłym stosowano najczęściej tekst wyjustowany obustronnie.

49. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 126.

50. Czyli na modularnym systemie konstrukcyjnym złożonym z linii pionowych i poziomych opartych na interwałach liczbowych.

51. Złoty podział (nazywany także podziałem harmonicznym lub złotą proporcją) to „podział odcinka na dwie części tak, by stosunek długości dłuższej z nich do krótszej był taki sam, jak całego odcinka do części dłuższej” [w:] https://pl.wikipedia.org/wiki/Złoty_podział.

52. Reguła oparta na geometrycznej harmonii pozwalająca wyznaczyć wielkość i położenie kolumny na stronicy. Podział stronicy wynika z użycia przekątnych. Proporcje te, obecne w średniowiecznych manuskryptach i starodrukach, badał i opisał w książce *The form of book* Jan Tschichold, [w:] Phil Baines, Andrew Haslam *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 147.

53. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 148.

Funkcja a forma. Czytelność a ekspresja

Interesuje mnie badanie, jak dalece możemy modyfikować znane i rozpoznawalne kształty liter zanim tracą czytelność. Podważając zasady funkcjonalności i modyfikując formę typograficzną możemy wzmacniać jej znaczenie symboliczne, budować nowe skojarzenia i emocje. Jest to działanie jednocześnie destrukcyjne i kreatywne. Gdy doprowadzamy projekt do granicy czytelności jego treść staje się trudniej dostępna, ale z większą siłą przemawia jego forma. Nieoczywistość bywa też metodą przyciągającą widza, zmuszającą do zatrzymania się i podjęcia próby rozszyfrowania komunikatu.

Funkcjonalizm jest ściśle związany z celem użytkowym rzeczy, a funkcjonalność kalendarza wyznacza jego zdolność do informowania. Cechą charakterystyczną mojego cyklu jest zachwianie równowagi między funkcją a formą. Forma przestaje być podrzędna wobec funkcji jaką jest jedynie sucha i rzeczowa informacja o aktualnej dacie i dniu tygodnia. Moim założeniem jest funkcja innego rodzaju: wyrażenie moich skojarzeń powiązanych z miesiącami i porami roku; silne działanie wizualne projektu, które przyciągnie uwagę widza i zachęci go do interakcji z kalendarzem, do własnej interpretacji.

Victor Vasarely – jeden z najwybitniejszych przedstawicieli abstrakcji geometrycznej – uważał, że „odczucie obecności dzieła sztuki jest ważniejsze niż zrozumienie tego dzieła”⁵⁴. W ten sposób dawał wyraz opinii, że w sztuce najważniejsze są odczucia zmysłowe. Jest to idea bardzo mi bliska. Jej wynikiem jest pewna dekoracyjność, silne działanie optyczne mojej pracy. Dla przedstawionego cyklu charakterystyczne jest także subiektywizm przeważający nad obiektywnym i klarownym, jednoznacznym przekazem.

Rozważania nad stosunkiem funkcjonalności do emocjonalności i subiektywizmu w przedstawionym projekcie wiodą mnie do stawiania sobie pytań o istotę grafiki projektowej. Czy projektant graficzny jest artystą, czy rzemieślnikiem? Czy funkcjonalność jest ograniczeniem dla podejścia „artystycznego” do projektowania? Uspokajają mnie słowa Emila Rudera, szwajcarskiego typografa i projektanta: „Typografia ma dwa oblicza. Z jednej strony, jest to zajęcie przynoszące praktyczne rezultaty; a z drugiej dotyczy formy artystycznego wyrazu. Oba aspekty są prawdziwymi dziećmi swojej epoki; czasem ważniejsza jest forma, a czasem funkcja, a w szczególnie błogosławionych okresach forma i funkcja stanowią szczęśliwie dobraną parę”⁵⁵.

54. Tony Richardson, Nikos Stangos, *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980, s. 358.

55. Emil Ruder, *Typography, a manual of design*, 1981, s.12, [w:] Phil Baines, Andrew Haslam *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 152-153.

Subiektywizm. Wieloznaczność

Forma mojego kalendarza wynika z subiektywnych skojarzeń i decyzji. Jest to praca bardzo osobista i emocjonalna. Sądzę, że jej odbiór i interpretacja zależy w dużym stopniu od doświadczeń i skojarzeń odbiorcy. Zgodnie z koncepcją „dzieła otwartego” Umberto Eco komunikat może zmieniać się nie tylko dzięki użytym przez autora środkom, ale także zależeć od oglądającego. Wielość interpretacji jest nie tylko możliwa, ale także pożądana. „Dzieło sztuki jest przekazem z istoty swej nieokreślonym, wielokrotnością znaczeń, które współżyją w jednym oznaczniku”⁵⁶. Nie świadczy to wcale o braku kontroli twórcy, braku „formy wprowadzonej świadomie dla kierowania wizją”⁵⁷. Konieczna jest intencja komunikowania, zamysł, który dał początek dziełu. Komunikat nieoczywisty, niejasny (a z takim mamy często do czynienia w przypadku dzieła operującego środkami plastycznymi) również jest nośnikiem informacji. Według Umberto Eco jest on „wysocie informatywny (ponieważ skłania nas do licznych wyborów interpretacyjnych), ale graniczy z szumem, tzn. może zostać pojęty jako okaz całkowitego nieładu”⁵⁸. Taki rodzaj przekazu zmusza nas do „wysiłku interpretacyjnego”⁵⁹. Odbiorca musi samodzielnie znaleźć drogę do „rozkodowania” informacji. W tego rodzaju wypowiedzi łączą się elementy tego, co zaskakujące, nielogiczne i elementy racjonalne zakotwiczone w tym, co znamy i rozumiemy. W przypadku mojej pracy odczytanie nazw miesięcy, czy odnalezienie porządku kalendarium jest tylko częścią procesu komunikacji. Rozszyfrowaniu (jako znaczących) może podlegać także system elementów graficznych. Komunikat wizualny zawiera nie tylko zestaw form i kolorów, ale również ich rytmiczne układy, różnice jakościowe między nimi, stosunki w układzie przestrzennym, proporcje. Wszystkie te elementy tworzą sieć, kod utworu. Znaczenia, które generują nie są jednoznaczne i ścisłe, a często działają przez wywołanie emocji. Norikazu Kita, japoński plakacista powiedział, że „[...] nie ma nic bardziej przerażającego niż przypisywanie dziełu jednej interpretacji”⁶⁰. Bardzo cieszy mnie ten głos pochodzący od wybitnego grafika projektanta.

Zastanawiam się, jak sprawa wieloznaczności przekazu odnosi się do projektowania graficznego? Od grafiki projektowej oczekujemy komunikatu jasnego i dobitnego. Gdyby jednak był to jedyny jej cel, nic nie odróżniałoby jej od suchej, konwencjonalnej informacji. To, co powinno cechować projektowanie, to wrażenie estetyczne. Projektowanie jest zawsze wypadkową funkcjonalności, czytelności i formy estetycznej, bliskiej sztuce. Phil Baines i Andrew Haslam wyróżniają i opisują cztery podejścia do projektowania graficznego: dokumentacyjne, analityczne, konceptualne i ekspresywne. Wybrane podejście może nie tylko być odpowiedzią na naturę i wymagania projektu, ale też wynikać z upodobań i temperamentu projektanta. Myślę, że bliższe mi jest i dobrze obrazuje moje założenia przy projektowaniu kalendarza podejście ekspres-

56. Umberto Eco, *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Czytelnik, Warszawa 1994, s. 6.

57. Tamże, s. 184.

58. Umberto Eco, *Pejzaż semiotyczny*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1972, s. 94.

59. Tamże.

60. Katarzyna Matul, *Falszywe plakaty*, [w:] *2+3D grafika plus produkt*, nr 13 (IV/2004), s. 35.

sywne. Oto jak opisują je autorzy: „Podejście ekspresywne odwołuje się do emocji widza. Projekt, tak jak muzyka, przemawia wprost do naszych serc: działa przez kolor, nacisk na pewne elementy i symbole, by emocjonalnie wstrząsnąć odbiorcą. Nie zawsze intencją autora jest całkowita klarowność: takie podejście do projektu jest impresjonistyczne, poetyckie i liryczne, co zachęca do refleksji nad treścią”⁶¹.

Wybór krojów pisma

Także wybór krojów pisma, których używam jest wyborem osobistym i można powiedzieć: sentymentalnym. Nie jest to kompletny i obiektywny ranking najważniejszych zjawisk w projektowaniu pism od XVIII wieku do dzisiaj. Składałam hołd projektantom i krojom, które okazały się szczególnie ważne i znaczące dla mnie, ale także dla historii typografii. Zestaw, który wybrałam, możemy uznać za tak zwane „klasyki”, które przetrwały próbę czasu i wciąż są używane w projektowaniu. Większość z nich, pierwotnie było przeznaczonych do druku wypukłego i składu zecerskiego. Znacząca część krojów, które wybrałam, to kroje dziełowe. „Od dawna traktowano je jako najdoskonalszy przejaw sztuki drukarskiej”⁶². Sprawdzam jaki jest ich potencjał w plakacie typograficznym i w projektowaniu, którego narzędziem jest komputer. Zadaniem krojów dziełowych traktowanych w sposób tradycyjny jest ich „niewidzialność”, przezroczystość⁶³. Dziś słabnie ten dawny podział: na kroje dziełowe i tytułowe. Sądzę, że współczesne projektowanie rezygnuje z tej transparentności, eksponuje piękno form literniczych, typograficznych, które było do tej pory ukryte, znane tylko nielicznym entuzjastom. Na tych formach chcę budować, z nich konstruować. Podejmuję próbę skonfrontowania pism, które mają już swoją konotację historyczną ze swoim projektowaniem. Sprawdzam jakim są materiałem dla zabiegów tak drastycznych, jakie stosuję na typografii.

Bodoni bold i Futura medium italic – styczeń

Styczeń to zetknięcie tego co stare, z tym co nowe, a w warstwie typografii – spotkanie tradycji i nowoczesności. Jest to jedyny miesiąc, w którym pojawiły się dwa kroje pisma.

Jednoelementowa, bezszeryfowa Futura została zaprojektowana przez niemieckiego typografa, nauczyciela i projektanta pism Paula Rennera w latach 1927-30. Nadanie antykwie formy geometrycznej było wyrazem nowoczesności. Tak pisał o pierwszych, wcześniejszych groteskach Jan Tschichold: „W grotesku litery pozbawione

61. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 124.

62. Tamże, s. 51.

63. Pisze o tym Beatrice Warde w swoim wykładzie *Kryształowy kielich* ([w:] Przemek Dębowski, Jacek Mrowczyk (red.), *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, s. 37-45). Wg. Warde typografia powinna być podporządkowana funkcjonalności dzieła, a nie być owocem autoekspresji projektanta.

są wszelkich ozdobników; ich istota – przebieg szkieletowej, wewnętrznej linii – jawi się po raz pierwszy jako coś czystego i niezafałszowanego”⁶⁴. Była wyrazem modernistycznej rewolucji, która dokonała się w typografii na początku XX wieku za sprawą ruchu konstruktywistycznego, grupy De Stijl i szkoły Bauhaus. Cechuje ją mechaniczna precyzja, jest oszczędna i surowa. Dzięki swojej uniwersalnej, logicznej formie do dziś nie utraciła swojej popularności.

Krój Bodoni pochodzący z początku XIX wieku też cechuje rodzaj geometrycznej prostoty, ale w bardziej tradycyjnym i humanistycznym wydaniu. Jest bardziej wykreślony, niż napisany. Zaprojektowany został przez Giambattistę Bodoni'ego – włoskiego projektanta pism, drukarza i rytownika stempli. Posiada duży kontrast grubości kreski, cienkie szeryfy belkowe, zwieńczenia koliste, co sprawia, że wyróżnia się dekoracyjnością, elegancją, monumentalnością. Według Brora Zachrissona „sprawia raczej akademickie i surowe wrażenie”⁶⁵.

Bodoni i Futura nakładają się na siebie, ujawniają różnice w konstrukcji i dynamice (zestawienie odmiany bold o pionowej osi w Bodonim i medium italic w Futurze). Jednocześnie widać wspólny szkielet różnych rodzajów antykwy.

04b_03 – luty

Font 04b_03 został zaprojektowany w 2003 roku przez Yuji Oschimoto, japońskiego projektanta grafiki i gier. Należy do popularnej rodziny fontów „04” i jest jednym z najpopularniejszych fontów bitmapowych – nawiązujących formą do zjawiska „rozpiksłowania” – deformacji formy znaku wektorowego, przełożonego na mapę bitową. Kojarzony ze światem komputerów, jest sugestywnym świadectwem rewolucji cyfrowej. Jest bezosobowy i zimny, idealnie oddaje nastrój związany z dawnym rozumieniem słowa „luty”: ostry, mocny, groźny.

Century 725 roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed – marzec

Dwuelementowy, szeryfowy krój Century 725 zaprojektowany został przez Heinrich Wilhelm Hoffmeister'a na początku XX wieku. Jest dla mnie przykładem pięknego rzemiosła typograficznego. Cechuje go wysoka czytelność, elegancja. Należy do grupy pierwszych krojów, które zaprojektowano jako rodzinę. Występuje w sześciu odmianach (roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed), stąd pomysł użycia go (we wszystkich odmianach) w marcu, w którym pogoda jest zmienna i różnorodna – „w marcu jak w garncu”.

64. Jan Tschichold, *Nowa Typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, s. 20.

65. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, s. 235.

VAG Rundschrift – kwiecień

VAG Rundschrift zaprojektowany został przez Petera Bury w 2007 roku. Wzorowany jest na kroju VAG Rounded z 1979 roku (zaprojektowanego dla Volkswagen AG). Pochodzenie kroju nie jest jednoznaczne. Część źródeł podaje, że został zaprojektowany przez Gerrego Barney'a z agencji Sedley Place, inne przypisują jego autorstwo Wolfowi Rogosky'emu i Gerdowi Hiepler'owi. Jest to antykwa jednoelementowa, bezszeryfowa, o geometrycznej konstrukcji i charakterystycznych okrągłych zakończeniach liter. Jeśli jakikolwiek krój można odbierać jako optymistyczny i ciepły, to według mnie tak właśnie działa VAG Rundschrift. Rozpatruję go w oderwaniu od skojarzeń z branżą motoryzacyjną i klawiaturą komputerów Apple, na której występował. Biorąc pod uwagę jego miękkość i pogodę stosuję go w kontekście pory wzrostu roślin i kwiatów. Towarzyszą mu miękkie, falujące linie: „kwiecień – plecień”.

Zapf Humanist 601 italic – maj

Użyty przeze mnie krój Zapf Humanist 601 to wydana przez firmę Bitstream zdigitalizowana wersja Optimy zaprojektowanej w 1958 roku przez niemieckiego kaligrafa, projektanta pism, artystę i nauczyciela Hermanna Zapf'a. Optima uznawana jest za krój bezszeryfowy. Posiada przewężenia środkowych części kresek głównych i tzw. skryte szeryfy, co sprawia, że jej klasyfikacja nie jest sprawą oczywistą. Jej forma jest inspirowana antycznymi i renesansowymi inskrypcjami rytymi w kamieniu, wyczuwalne są też nawiązania do form kaligraficznych. Spokojna, poważna i elegancka, a jednocześnie lekka i delikatna, jest krojem bardzo uniwersalnym, sprawdzającym się i jako pismo dziełowe i jako akcydensowe. Spotkałam się z opinią, że jest to krój „kobięcy”, często używany w reklamach kosmetyków i perfumerii, wydawnictwach poświęconych modzie, w prasie kobiecej. Wybrałam go jako reprezentację miesiąca maja, wg etymologii łacińskiej poświęconego Mai – starożytnej matki-ziemi, bogini wzrastania. „Maić się” oznacza przyozdabiać się, pokrywać kwiatami – stąd pojawił się pomysł rozbicia typografii drobnym, ale zagęszczonym rastrem punktowym.

Geometric Slabserif bold italic – czerwiec

Antykwa linearna szeryfowa, tzw. egipcjanka, której pierwotne wersje pojawiły się w pierwszej połowie XIX wieku, posiada geometryczne szeryfy, o tej samej szerokości co kreska główna. Geometric Slabserif jest cyfrową wersją firmy Bitstream kroju Rockwell – zaprojektowanego w 1934 roku przez Franka Hinmana Pierpont'a dla Monotype. Jest to krój geometryczny, o literze „o” zbliżonej do okręgu. Czerwiec to „miesiąc pszczół”, dlatego dynamika tego kroju, jego prosta siła została rozbита przez izometryczny wzór nawiązujący do sześciobocznego wzoru plastra miodu; wpleciona w jego strukturę i fakturę „roju” drobnego rastra stochastycznego tworzącego szum.

Verdana bold i bold italic – lipiec

Jeden z najpopularniejszych krojów dedykowanych do użytku w internecie. Przy-stosowana do wyświetlania na ekranie, czytelna nawet przy niewielkim stopniu pisma, jest świadectwem rewolucji cyfrowej. Verdana została zaprojektowana przez Matthew Carter'a i Thomasa Rickner'a w 1994 roku. Jej nazwa pochodzi od angielskiego słowa „verdant” oznaczającego odcień soczystej, roślinnej zieleni. Dodatkowo krój powstał w Seattle, mieście o dużej powierzchni zieleni miejskiej. Forma nakładających się liter zestawionych w odmianie bold i bold italic to dynamiczne nawiązanie do rytmów światła i cienia w tym słonecznym miesiącu. Centrycznie ułożone okręgi to nie tylko symbol solarny, ale i skojarzenie ze słojami czczonego dawniej w tym miesiącu drzewa.

Baskerville Old Face – sierpień

Baskerville Old Face to zaprojektowana w 1992 roku przez Isaaca Moor'a zdigitalizowana adaptacja osiemnastowiecznej antyki Johna Baskerville'a – angielskiego kaligrafa, drukarza i przedsiębiorcy. Robert Bringhurst opisuje ją jako „krój o racjonalistycznej osi, wyróżniający się konsekwentną symetrią i delikatnym wykończeniem”⁶⁶. Antykwia Baskerville'a reprezentuje typ antyki barokowej, o mocnych szeryfach i zaakcentowanych pionowych elementach liter. Ma wyraźniejszy kontrast i bardziej pionową oś okrągłych części liter niż antykwia renesansowa. Z tego względu uważa się ją za typ pośredni w ewolucji w stronę antyki klasycystycznej. Jest zarówno estetyczna, jak i funkcjonalna i może dlatego jest jednym z krojów osiemnastowiecznych najczęściej adaptowanych przez producentów czcionek.

Krój Baskerville jest jasny i elegancki, posiada pięknie wykreślone łuki i dlatego wydał mi się odpowiedni dla pełni lata, pory ciepła i plonów. Deformacja jakiej został poddany, to cięcie liter po skosie i usuwanie fragmentów lub ich przemieszczanie. Skojarzenia będące dla mnie punktem wyjścia w doborze działań i form to żniwa i oślepiające promienie słoneczne.

Avant Garde bold – wrzesień

Krój zaprojektowany został przez Herba Lubalin'a (i rozwinięty przez Toma Carnase) w 1970 roku. Pierwotnie był to zestaw liter tworzących logo magazynu Avant Garde: jednoelementowych, skonstruowanych z kształtów geometrycznych. Jest dynamiczny i nowoczesny, ma w sobie bezkompromisowego „ ducha awangardy”. Zasięgną z niezwykle bogatego, zróżnicowanego zestawu ligatur. Tak pisał o czcionce Avant Garde nieżyjący już polski historyk i krytyk sztuki, Szymon Bojko: „Zrobiła ona prawdziwą karierę światową ze względu na ciekawy kształt i kombinacje liter w jednym znaku graficznym. Z ligatur uczynił Lubalin zabieg piękny i twórczy nie obciążony dekoracyjnym serwitutem, lecz wydobywający bogactwo konstrukcji literniczych”⁶⁷.

66. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, s. 107.

67. Szymon Bojko, *Herb Lubalin*, [w:] *Projekt. Sztuka wizualna i projektowanie*, nr 129 (II/1979), s. 25.

Mocny, o pięknej i prostej formie sprawdza się raczej jako krój tytułowy niż dziełowy. W tej planszy kalendarza występuje jako wplątany w miękkie, biologiczne linie, które są moim skojarzeniem z wrześnieowym babim latem.

Franklin Gothic demi – październik

Krój Franklin Gothic zaprojektowany został przez Morrisa Fullera Benton'a w latach 1902-1912. Należy do grupy pierwszych grotesków i w Stanach Zjednoczonych cieszył się podobną popularnością jak Akzidenz-Grotesk w Europie. Pomimo tego, że został zaprojektowany ponad sto lat temu, jego forma jest bardzo „współczesna” i uniwersalna. To bezszeryfowe pismo dziełowe jest wyrazem rewolucji przemysłowej, która diametralnie zmieniła metody produkcji – także włókienniczej. Stąd mój przewrotny pomysł, aby użyć go w miesiącu poświęconemu na wyczesywanie włókien lnu, w otoczeniu linearnych rytmów o wyglądzie splotu tkaniny.

Swiss 721 condensed i condensed italic – listopad

Swiss 721, który powstał dla firmy Bitstream w 1982 jest popularną adaptacją kroju Helvetica. Ta zdigitalizowana wersja różni się od oryginału nieznacznie zmienionymi proporcjami elementów tworzących znaki. Helveticę zaprojektował szwajcarski typograf Max Miedinger w 1957 roku (wzorował ją na niemieckim kroju Akzidenz Grotesk – reprezentanta epoki realizmu końca XIX wieku). Spopularyzowana została przez wybitnych projektantów związanych z tzw. stylem szwajcarskim. Na jej temat zdania są podzielone. Robert Chwałowski, wykładowca i popularyzator wiedzy o typografii, pisał o niej: „«Helvetica» [...] jest łacińskim określeniem Szwajcarii. «Helvetica» jest bowiem szczytowym osiągnięciem szwajcarskiej typografii: prosta, neutralna – a dzięki temu uniwersalna”⁶⁸. Odmienne zdanie ma Martin Majoor, holenderski projektant pism. Według niego: „«Helvetica» nie różni się istotnie od «Akzidenz Grotesku». Udaje jedynie, że jest lepsza, lecz w rzeczywistości pozbawiona jest jego charakteru [...]. «Helvetica» nie jest niczym innym, jak tylko pozbawioną wdzięku kopia”⁶⁹. Dalej czytamy: „tak naprawdę pismo to nie ma własnego wyrazu”⁷⁰, „jest projektem niefortunnym”⁷¹. Nie chciałabym opowiadać się po żadnej stronie, nie czuję się wystarczająco kompetentna, by stwierdzić czy Helvetica była projektem wybitnym czy miernym. Nie mogę jednak nie dostrzec, że jest bodaj najszerzej rozpowszechnionym i popularnym krojem w projektowaniu. Nie uważam także, aby była „pozbawiona wyrazu”. Zgadza się raczej z Robertem Bringhurst'em, który pisze o Helveticie bez wartościowania, analizując cechy jej formy: „grube, jednolite kreski i mała apertura przywodzą na myśl surową siłę i wytrwałość”⁷². Jej czysty, powściągliwy kształt możemy kojarzyć z międzynarodowym stylem korporacyjnym. Jest wszechobecna. Jest też

68. Robert Chwałowski, *Arial vs. Helvetica*, [w:] 2+3D. *Grafika plus produkt*, nr 13 (IV/2004), s. 22.

69. Martin Majoor, *Helvetica była błędem*, [w:] 2+3D. *Grafika plus produkt*, nr 16 (III/2005), s. 13-14.

70. Tamże, s. 14.

71. Tamże.

72. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, s. 107.

bezosobowa i chłodna, ale nie oznacza to, że nie ma potencjału niezbędnego dla użycia w plakacie. Ja próbuję poddać ją deformacjom dającym wrażenie ruchu, wiatru i zamglonego rozmycia.

Times New Roman bold – grudzień

Zaprojektowali go Stanley Morison i Victor Lardent w 1932 roku na zlecenie gazety „The Times”, rok później firma Monotype udostępniła go do użytku komercyjnego. „Krój ten ma humanistyczną oś, ale cechują go manierystyczne proporcje, barokowa grubość i ostry neoklasycyzycki detal”⁷³. Wysoce czytelny, zaprojektowany z myślą o ekonomicznym podejściu do przestrzeni strony, uważany jest za najpopularniejszą czcionkę pierwszej połowy XX wieku i jeden z najbardziej wszechobecnych krojów w historii. Choć obecnie nie cieszy się przesadną popularnością, sprawdza się, gdy poszukujemy skojarzeń z tradycją. W tej karcie kalendarza litery są „pocięte”, a ich fragmenty rozsunięte. Zamarznięte bryły lodu, śnieg, chłód i szybko zapadający zmrok – grudzień.

Język geometrii

Sztuka i projektowanie graficzne są dla mnie rodzajem języka, komunikowaniem się za pomocą obrazu. Na swój język wypowiedzi projektowej wybrałam typografię i geometrię. Już w czasie studiów na Wydziale Grafiki i Malarstwa Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi, w Pracowni Sitodruku prowadzonej w tym czasie przez prof. Andrzeja Smoczyńskiego zaczęłam w swoich pracach badać właściwości form geometrycznych i rastrów jako korelatu przestrzenności i ruchu, pozbawionych odniesień do mimetycznie traktowanej rzeczywistości. Moim własnym poszukiwaniom towarzyszyła fascynacja optical artem.

Czy sztuka geometryczna jest, jak utrzymują niektórzy, wyrazem rzeczywistości duchowej? W przypadku moich prac nie śmiałybym posunąć się do takiego twierdzenia. Czuję się związana z materialną rzeczywistością, jej przestrzennością, wielowarstwowością, ruchem i dynamiką. Uważam, że moje prace są emocjonalne, ale nie ma w nich duchowej głębi czy metafizyki. Podzielam raczej pogląd opisany przez profesora Grzegorza Sztabińskiego, wykładowcy mojej *alma mater*: „Wielu artystów i teoretyków sztuki uważa, że [...] geometria nie oddala nas od rzeczywistości, a przybliża do niej, pozwala ją lepiej poznać i zapanować nad nią”⁷⁴. Badanie geometrii oznacza dla mnie badanie porządku świata i praw nim rządzących, jest analizowaniem ogólnych reguł i struktur rzeczywistości, a także naszych umysłów. Sądzę, że sztuka geome-

73. Tamże.

74. Grzegorz Sztabiński, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, s. 13.

tryczna odwołuje się do rzeczywistości naszego umysłu i wynika z jego właściwości i możliwości.

Amadee Ozenfant i Charles Eduardo Jeanneret-Gris (Le Corbusier) – przedstawiciele puryzmu – twierdzili, że podstawową potrzebą człowieka jest potrzeba porządku. To, że zajmujemy się geometrią, jest wynikiem tej potrzeby. Le Corbusier pisze o tym tak: „Jedną z największych rozkoszy umysłu ludzkiego jest postrzeganie porządku natury i mierzenie własnego udziału w układzie rzeczy; dzieło sztuki wydaje się nam pracą porządkującą – arcydziełem ładu ludzkiego”⁷⁵. Idąc dalej, estetycznie działają na nas te dzieła, w których możemy dostrzec reguły geometryczne. Ma to odzwierciedlenie w mojej osobowości, charakterze, a co za tym idzie, w twórczości. Lubię porządek, klarowność, w projektowaniu interesuje mnie użycie gridu i uporządkowanej struktury. To co robię, wynika z emocji, ale także z refleksji – bardziej niż ze spontaniczności. Może więc skłonność do geometrii, która daje możliwość racjonalnego opanowania kompozycji, jest po prostu przejawem mojej osobowości.

Myślę, że w formach geometrycznych, abstrakcyjnych jest wizualna siła i intensywność wynikająca z uwolnienia od dosłownego mimetyzmu czy anegdoty. Tak pisał o tym Wasyl Kandyński: „Można w tym dostrzec jedną z różnic pomiędzy sztuką *przedstawiającą* i abstrakcyjną. W pierwszej znaczenie [dźwięk] elementu *jako takiego* jest zawołowane, stłumione. W sztuce abstrakcyjnej dochodzi do pełnego, nie przytłumionego brzmienia”⁷⁶. Treść, choć nie opisowa, zyskuje najsilniejszy wyraz i zwięzłość.

Geometria jest dla mnie nie tylko formułą estetyczną i celem samym w sobie. Jest rodzajem języka, komunikatem pozwalającym na różnorodność interpretacji. Istnieje bowiem nie tylko język dyskursywny, ale też np. język przekazów obrazowych czy muzycznych. Jest to oczywiście język w sensie przenośnym; przekaz pobudzający wyobraźnię, a jednocześnie nieuchwytny. Geometria może być komunikatem, ale nigdy nie daje się rozszyfrować jednoznacznie i precyzyjnie. Tak pisze o tym Bożena Kowalska – historyk, krytyk i teoretyk sztuki: „Także w sztuce tych artystów, którzy odżegnują się od obecności w ich pracach jakichkolwiek treści spoza rejonów sztuki, koncentrując się wyłącznie na zagadnieniach formy – przekaz jest także zawarty. Po pierwsze jest to przekaz dotyczący rozwiązania podjętych przez nich problemów plastycznych: zestawień form, barw, kierunków napięć, rytmów czy układów przestrzennych. A po drugie – przekaz określonych doznań emocjonalnych”⁷⁷. W kontekście języka geometrii trudno mówić o istnieniu systemu znaczeń czy kodów ogólnie przyjętych i obowiązujących. Jest on inny dla każdego artysty (a czasem nawet dla każdego dzieła).

Bliska jest mi postawa artystów związanych z op-artem. Przedstawiali oni zjawiska występujące w naturze, zależności barw, ruchu i głębi w oderwaniu od konkretnych obiektów, przy użyciu form geometrycznych. Nazwałabym ten proces wyłaniania

75. Le Corbusier, *Puryzm*, [w:] Elżbieta Grabska, Hanna Morawska (red.), *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, s.106.

76. Wasyl Kandyński, *Punkt i linia a płaszczyzna*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, s. 51.

77. Bożena Kowalska, *W poszukiwaniu ładu. Artyści o sztuce*, Galeria Sztuki Współczesnej BWA Katowice, Galeria EL, Elbląg 2001, s. 13.

pewnych cech natury i przekładania go na obraz abstrahowaniem. Sama też stosuję taką metodę w swojej pracy. W takim abstrahowaniu posuwam się do granic rozpoznawalności wyjściowych skojarzeń (lub wręcz poza nie). Jest to działanie nie tylko intelektualne, ale intuicyjne i emocjonalne, dekoracyjne i jednocześnie strukturalne. Optical artem zainteresowałam się jeszcze w czasie studiów. Pamiętam jak wielkie wrażenie zrobiła na mnie wystawa prac Bridget Riley, którą oglądałam w Muzeum Sztuki w Łodzi w 2005 roku. Zachwyciłam się formą tych prac, ich wizualną siłą, a następnie, czytając o twórczości Riley, zdałam sobie sprawę, że łączą nas podobne założenia. Budowanie przestrzenności jest tylko jednym z nich. Obrazy Bridget Riley wynikały z jej osobistego doświadczenia natury. Punktem wyjścia dla kompozycji mogło być odbicie światła na powierzchni wody, falowanie traw na wietrze lub kształty chmur na niebie. Motywy te przekształcała i rozwijała w trakcie pracy malarskiej. Badała wpływ jaki ma multiplikacja i skalowanie na formy i kolory. Punktem wyjścia była praca w czerni i bieli, kolor był wprowadzany jako kolejny element.

Wynik mojej pracy sytuuję pomiędzy abstrakcją a realnością. Przez wielu artystów abstrakcja geometryczna jest postrzegana jako uwolniona od opisowości, od skojarzeń z przedmiotem. Moim zdaniem od takich treści nie możemy nigdy uciec, ani w procesie projektowania, ani w procesie odbioru. Zastosowane formy są wynikiem abstrahowania moich skojarzeń na temat nazw miesięcy i zjawisk towarzyszących porom roku. Powstaje wypowiedź wywodząca się z konkretnych odniesień do rzeczywistości, ale uogólniona. Próbuję znaleźć w każdej nazwie miesiąca lub jego specyfice jakiś charakterystyczny, ważny dla mnie element. Zostaje on przetransponowany na obiekty graficzne konstruujące kompozycję.

Bożena Kowalska pisze o tym także: „Geometria jest symbolicznym zobrazowaniem podstawowych sił natury”⁷⁸. Kształty geometryczne wynikają z uproszczenia form natury, są szukaniem jej istoty. Pion i poziom są wyrazem dwóch przeciwstawnych sił. Poziom jest jak linia horyzontu, jest stabilny, materialny, statyczny. Pion to wyraz przeciwstawnej mu duchowości i ruchu⁷⁹. To zestawienie przeciwieństw: pasywności i aktywności, siły żeńskiej i męskiej. Za to przekątne i skosy są dla mnie wyrazem tego co dynamiczne, zmienne, agresywne. Koło postrzegamy jako symbol słońca, kosmosu, pełni, linia zaś staje się wyrazem ruchu i upływu czasu. Multiplikacje kształtów geometrycznych, użyte w projekcie kalendarza, są dla mnie wyrazem ciągłości i cykliczności. Mają charakter pytania o strukturę czasu i przestrzeni. Rytmy linii i innych kształtów są wyrazem uporządkowanej konstrukcji świata.

Język geometrii w projektowaniu graficznym

Wykorzystywanie form euklidesowych w projektowaniu nie jest pomysłem nowym. Przeniesienie osiągnięć abstrakcji geometrycznej i neoplastycyzmu w obszar

78. Tamże, s. 48.

79. Wasyl Kandynski na przykład charakteryzuje linię poziomą jako chłodną, pionową zaś jako ciepłą.

projektowania nastąpiło na gruncie konstruktywizmu i awangardy. „Sztuka geometryczna uczestniczyła [...] w wielkim projekcie modernizmu”⁸⁰. Elementami komponowanymi na poznanych już zasadach stały się obok abstrakcyjnych kształtów formy typograficzne i fotografie. Elementy geometryczne, rastry i multiplikacje form są także i moim osobistym językiem plastycznym. Nadaję im rolę znaków i eksploruję na własny użytek ich funkcję.

Geometria stała się językiem „projektowym” za sprawą twórców awangardowych, takich jak Henryk Berlewi. Uznawany za prekursora op-artu i minimal artu, okazał się także prekursorem współczesnego projektowania graficznego, do którego wprowadził rozwiązania abstrakcyjne. Zmechanizowane środki, które pojawiły się w jego twórczości, dziś są już powszechnie używane, także przeze mnie. Jego idee są mi bardzo bliskie. Henryk Berlewi obserwując i analizując współczesne mu malarstwo i nowe materiały do niego wprowadzane (np. szkło, drewno, gazetowe druki) zauważył, że odchodzi ono od dotychczasowej dwuwymiarowości do rodzaju reliefu, któremu nadał nazwę *skulptomalerei*. Chcąc zachować płaskość powierzchni obrazu, nie rezygnując z plastycznego oddziaływania różnorodnych materii i faktur, opracował ich graficzne *ekwiwalenty*. Tak opisują to zjawisko Magdalena i Artur Frankowscy w książce poświęconej Berlewi'emu: „Artysta, poszukując nowych środków wyrazu, przetworzył strukturę materiałów malarskich w system rastrów złożonych z kół, kropek, prostych i falistych linii oraz kwadratowych powierzchni o różnej sile i intensywności”⁸¹. Nie są to działania dosłowne, są dalekie od fotograficznego odwzorowania. Myślę, że jest to czynność analogiczna do tego, co ja nazywam *abstrahowaniem* i stosuję w swojej pracy. Jednocześnie Berlewi przypisuje swoim *mechano-fakturom* działanie emocjonalne, wywoływanie wrażeń. Stosuje je w kontekście kompozycji typograficznej. Kolorystykę prac ogranicza do czerni i bieli, czasem dopuszczając użycie czerwieni.

Ruch awangardowy znalazł kultywację w plakacie typograficznym. W katalogu towarzyszącemu pierwszej edycji wystawy „Typo & Konstrukcja” w Łodzi, Zdzisław Schubert opisuje dwie postawy związane z plakatem typograficznym w Polsce. Pierwsza w nich posługuje się typografią ekspresyjną, malarską. Druga wynika z racjonalnego podejścia do projektowania i pielęgnowania tendencji konstruktywistycznych. To właśnie ona jest częstym językiem łódzkiego środowiska projektowego. Żyjemy w tej chwili w rzeczywistości zglobalizowanej. Coraz trudniej dostrzec różnice między projektami stworzonymi w różnych częściach Europy, a nawet świata. Może dlatego takie cenne i wyjątkowe wydaje mi się to, co lokalne, co nas wyróżnia.

Bardzo istotnym i kształtującym dla mnie jako artystki i projektantki przeżyciem było zetknięcie z tzw. „łódzką szkołą plakatu”. To dzięki możliwości poznania twórczości plakatowej wykładowców ASP w Łodzi: profesora Bogusława Balickiego i profesora Stanisława Łabęckiego, zrozumiałam, że motywy abstrakcyjne i geometryczne oraz typografia mogą służyć do wyrażania pewnych idei, odczuć i emocji. Plakaty wystawowe tego duetu artystycznego, które zaczęły powstawać do połowy lat 60. XX wieku dla Muzeum Sztuki w Łodzi i łódzkiego Biura Wystaw Artystycznych, charaktery-

80. Grzegorz Sztabiński, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, s. 31.

81. Magdalena Frankowska, Artur Frankowski *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009, s. 47.

zuje oryginalny język graficzny. Są to kompozycje wyważone i oszczędne, tak jak zastosowane w nich liternictwo, a co najważniejsze: nie są dosłowne i oczywiste. Są komentarzem, refleksją wypowiedzianą za pomocą autorskich środków, za pomocą własnego, indywidualnego języka. Ten fenomen pięknie scharakteryzował Jan Kubasiewicz – artysta, projektant, wykładowca Massachusetts College of Art and Design: „W [...] plakatach wystawowych projektanci przedstawiali widzom «archetypiczne» cechy języka wizualnego wystawianych twórców, które sami odnajdywali”⁸². Odwołują się do tematyki wystaw przez autorską interpretację. Jest to dla mnie równie ważny aspekt ich twórczości, co użycie form geometrycznych, struktur rastrowych, typografii jako języka graficznego. Indywidualizm, poczucie bycia artystą, łączenie w swojej działalności aspektów sztuki wysokiej i użytkowej – te idee mi także są bliskie.

Środki formalne

Cykl

Według definicji Słownika Języka Polskiego cyklem nazywamy „szereg utworów literackich, muzycznych, plastycznych itp. tworzących całość”⁸³. Aby rzeczony „szereg utworów” rzeczywiście tworzył integralną całość, musi zaistnieć wartość łącząca, wiążąca elementy, nadająca im wspólny mianownik. W moim wypadku, jest to z jednej strony spójność tematu wynikająca ze struktury trzynastostronicowego kalendarza, a z drugiej – spójność założeń formalnych. Są to (oprócz przedstawionych wcześniej założeń dotyczących typografii): ograniczenie kolorystyki i wykorzystanie rytmicznych układów form.

Ograniczenie się w dominującej z warstw kompozycji do czerni i bieli kontrastujących z czystym kolorem wspiera wyrazistość projektu. Czern i biel jest wyrazem dualizmu zjawisk przeciwstawnych (jak dzień i noc, światło i ciemność, dobro i zło). Dla Wasyla Kandyńskiego czern była symbolem śmierci, zaś biel – narodzin. Biel to milczenie, cisza. Naprzemienne układy czerni i bieli wynikają z multiplikacji form i wykorzystania struktur rastrowych. Zastosowanie takich rozwiązań wynika z refleksji nad czasem i tego jak próbuję przełożyć go na środki graficzne. Czas wymyka się definicji. Jego mierzalność zawdzięczamy procesom okresowym, powtarzalnym. Możemy wyrażać upływ czasu liczbą pewnych cyklicznych zdarzeń, wschodów i zachodów słońca, powtarzalnością pór roku, ruchów wahadła w zegarze.

Ornament geometryczny sam w sobie, wyizolowany z kontekstu, w którym się znajduje, nie wyraża żadnych treści, jedynie dekoruje. To w systemie, cyklu, skonfrontowany z innym układem ma szansę zyskać sens i treść przez kontrast lub rozwijanie, kontynuowanie. Myślę, że cykl jest tym, co spotykając różne części nadaje im wspólne

82. Jacek Mrowczyk (red.), *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017, s. 271.

83. <https://sjp.pwn.pl/slowniki/cykl.html>.

znaczenie. Tworzy z nich integralną wypowiedź. Narracja mojego kalendarza to rzecz o zmienności i cykliczności powiązanej ze zmiennością miesięcy i pór roku.

Raster jako środek graficzny

Zawsze interesował mnie język wizualny oparty na regularnym rytmie, architektonicznej strukturze gridu i powtarzalnym wzorze. Wzór rastra doskonale wpisywał się w obszary moich poszukiwań, interesowała mnie jego forma i działanie graficzne. Swoją fascynację rastrem zawdzięczam doświadczeniom związanym z sitodrukiem. Bardzo szybko przestałam traktować raster jako techniczną jedynie pomoc w przetransponowaniu waloru i przejść tonalnych na druk. Zaczęłam traktować raster swobodnie, w oderwaniu od jego zadań i uwarunkowań technologicznych. Zastosowane formy wynikają z przekształceń rastra liniowego, punktowego i stochastycznego. W przedstawionych pracach łączę tę materię z typografią.

Faktura rastra oglądana z dystansu tworzy płaszczyznę wypełnioną walorem lub gradientem. Jest to działanie na pograniczu iluzji optycznej. Z bliska dostrzegamy poszczególne, pojedyncze kształty. Wiele zależy od zastosowanej skali i dystansu oglądającego. W moich pracach rastry lub nawiązujące do nich geometryczne układy są powiększane. Sprzyja to badaniu ich konstrukcji, a jednocześnie zaprzecza podstawowej funkcji rastra. Interesuje mnie moment graniczny, kiedy przestajemy postrzegać raster jako walorową plamę, a zaczynamy oglądać (jako samodzielny element) każdy tworzący go punkt czy linię.

Faktura rastra jest także narzędziem tworzącym wrażenie głębi dzięki zmianom zagęszczenia i wielkości elementów. Interesuje mnie poszukiwanie wrażenia przestrzenności, trójwymiarowości w dwuwymiarowym obrazie. Moją inspiracją są rozwiązania pojawiające się w op-artcie i abstrakcji geometrycznej. Uzyskanie wrażenia głębi następuje za pomocą form płaskich. Rudolf Arnheim w książce „Sztuka i percepcja wzrokowa” stwierdza, że nie istnieje wręcz obraz ściśle płaski, jedynie dwuwymiarowy. Nawet jeśli zastosujemy najprostsze, najoszczędniejsze środki (np. punkt czy linię). Zawsze różnicę między takim elementem, a otaczającą go płaszczyzną będziemy utożsamiać z ich stosunkiem przestrzennym.

Możemy także łączyć wszelkie aspekty przestrzenności z aspektem czasowym. Ciekawie sprawę przestrzeni w obrazie malarskim i czasu ujmuje Wasyl Kandyński w książce „Punkt i linia a płaszczyzna”: „[...] iluzoryczna głębia jest, z malarskiego punktu widzenia, realną głębią i na skutek tego wiąże określoną, choć nie dającą się mierzyć, ilość czasu potrzebnego do oglądania idących w głąb elementów formy. A więc: przekształcenie się materialnej płaszczyzny obrazu w nieokreśloną przestrzeń daje okazję do powiększenia wymiaru czasowego”⁸⁴. Budowanie głębi w obrazie rozciąga jego percepcję w czasie.

84. Wasyl Kandyński, *Punkt i linia a płaszczyzna*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, s. 163.

Wzajemne oddziaływanie warstw kompozycji

Kolejną cechą przedstawionej pracy, także wynikającą z prób szukania przestrzenności, jest wielowarstwowość kompozycji. Przedmiotem mojego zainteresowania jest wzajemne oddziaływanie warstwy typograficznej oraz warstw zrytmizowanych form geometrycznych. Spotkanie skutkuje wzajemnym wpływem struktur na siebie, często prowadzącym do utraty czytelności tekstu. Często spotykam ze sobą na jednej płaszczyźnie układ otwarty i zamknięty. Przestrzeń warstwy otwartej rozszerza się poza granice projektu, a także w głąb. Zestawienie kompozycji otwartej i zamkniętej tworzy kontrast w strukturze plakatu. Strukturę otwartą interpretujemy zazwyczaj jako dalszy plan na tle którego umieszczona została i wyeksponowana bliższa nam przestrzennie struktura zamknięta. Nie jest to oczywiście reguła zawsze obowiązująca, ale punkt wyjścia do poszukiwań i eksploracji przestrzenności. Warstwa typograficzna w moich pracach także nie zawsze jest w sposób oczywisty i jednoznaczny układem zamkniętym. Poszczególne warstwy czasem znajdują się we wzajemnej sprzeczności perspektywicznej. Jest to przestrzeń bardziej surrealistyczna i abstrakcyjna niż logiczna.

Kolor

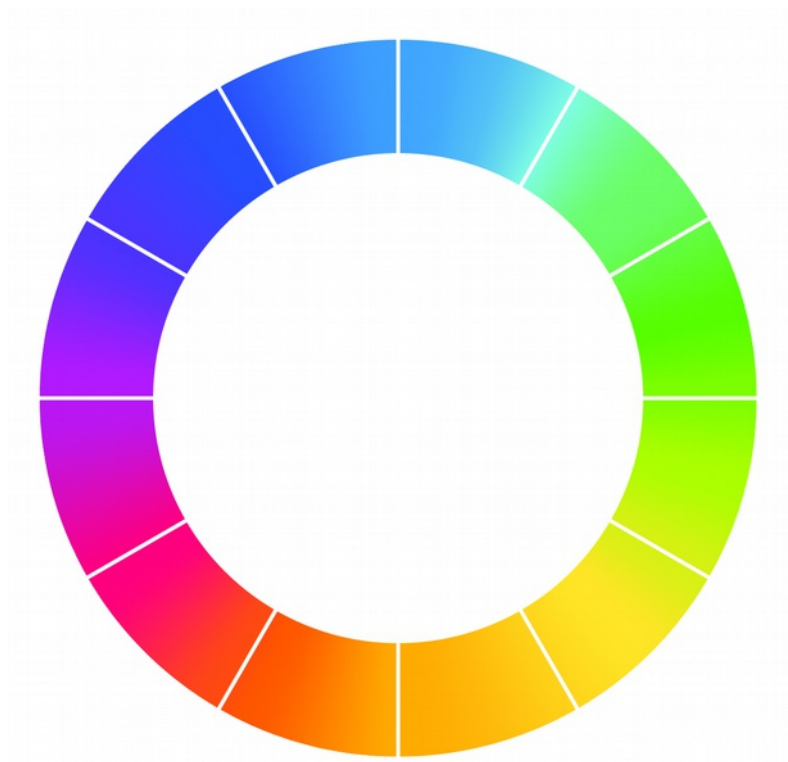
W naszym kręgu kulturowym już od czasów pogańskich postrzegaliśmy czas jako powtarzające się cykle roczne. Dla zobrazowania takiego cyklu nasuwa się użycie kształtu koła. Czas biegnie po okręgu, wracając rokrocznie do punktu wyjścia. Rok jest powtarzalną i stałą strukturą. Koło jest figurą bez początku i końca, wyrazem pełni. Czas rozciąga się w wieczności, a jego cykle są umowne i wynikające z rytmiczności zjawisk. Tarcza zegara także jest kołem.

Światło słoneczne jest nierozzerwalnie związane z naszą percepcją upływu czasu: biegu godzin i pór roku. W swojej pracy wykorzystuję idee koła barw (następujących po sobie w porządku tęczy) wynikającego z rozszczepienia światła. Postanowiłam połączyć te dwa skojarzenia w jedną wartość. Z koła barw powstałego z rozszczepienia światła widzialnego i z koła jako cyklu pór roku stworzyłam system ujawniający się w strukturze projektu kalendarza. Koło barw zostało podzielone na dwanaście części, a każda z nich przyporządkowana do jednego z miesięcy.

Podział kolorów na ciepłe i zimne jest jednym z podstawowych działań porządkujących barwy. Myślenie o porach roku jako o podzielonych na ciepłe i zimne jest równie powszechne. Skojarzenie tych dwóch porządków nie jest niczym oryginalnym, raczej oczywistym i prostym.

Kolory występują w projekcie w formie gradientowych przejść następujących po sobie w porządku tęczy. Traktuję je jako stopniową zmianę, łagodne przeistaczanie się rozciągnięte w czasie. Zarówno biel i czerń, jaki i zmiany w temperaturze koloru są elementami wpływającymi na wrażenie głębi w kompozycji. Kolory ciepłe odbieramy jako bliższe oku patrzącego, kolory zimne – dalsze. Gradient temperaturowy i walorowy jest więc dodatkowo środkiem budującym przestrzeń.

Do stworzenia systemu używam koła barw pochodzącego z modelu HSB, który (w odróżnieniu od modelu CMYK i RGB) nie jest przeznaczony do prezentowania koloru w druku czy na monitorze. Bazuje on na tym, jak nasze oko i mózg widzą kolor i jak go interpretują. Do spektrum światła widzialnego – występującego w postaci koła, dodano dwie składowe mówiące o jego nasyceniu i jasności. Posługuję się pierwszym parametrem (mówiącym o barwie), którego zakres określa się za pomocą kąta od 0 do 360°. Poszczególne kolory HSB zostały przełożone na tryb kolorów CMYK. Ze względu na technologię druku cyfrowego dokonałam korekt składu kolorów. Chciałam osiągnąć kolory czyste, lepiej korespondujące po wydrukowaniu ze swoim widmowym odpowiednikiem.



Koło barw podzielone na dwanaście fragmentarycznych gradientów.
Każdy fragment tworzy płynne przejście między dwoma kolorami.

Zakończenie

Próbując podsumować najistotniejsze zjawiska, które wpłynęły na kształt mojego projektu, mogę wymienić plakat typograficzny i zjawisko „self-editions”. Idee „self-edition” obecna w plakacie przenoszę na grunt kalendarza, który powstał nie w kontekście komercyjnego zlecenia, ale z mojej potrzeby ekspresji. Zdaję sobie sprawę, że mój projekt nie spełnia wymogu tradycyjnej funkcjonalności, jakiej możemy oczekiwać od kalendarza. Rewolucja cyfrowa, dająca nam wysoce funkcjonalne rozwiązania w formie aplikacji, zmienia nasze postrzeganie kalendarza w formie drukowanej jako wyłącznie funkcjonalnego obiektu, otwierając mu drogę ewolucji w kierunku dzieła sztuki. Podobny proces ma miejsce w przypadku plakatu. Przeniesienie reklamy w przestrzeń innych mediów sprawiła, że dynamicznie rozwija się plakat autorski.

Projekt jest subiektywny, emocjonalny, bardziej skupiony na efekcie wizualnym niż funkcjonalności. Godzę się na jego wieloznaczność – daję odbiorcy swobodę w interpretacji. Opieram się na postulat, że zarówno sztuka czysta jak i użytkowa są rodzajem komunikatu, a środki formalne jakimi się posługują, możemy rozpatrywać jako rodzaj języka. Przyjmuję, że projektowanie może posługiwać się środkami łączonymi ze sztuką czystą, grafiką warsztatową i malarstwem. Może mówić językiem abstrakcji geometrycznej, a znakiem typograficznym nadawać wyraz emocjonalny.

W swojej pracy zastanawiam się nad możliwościami semantycznymi typografii. Za źródło skojarzeń i emocji, jakie może wywołać uznaję kontekst historyczny typografii, jej formę plastyczną i zakomponowanie, narzędzia jakimi została nakreślona i wszelkie modyfikacje wprowadzone w procesie projektowym.

Zastosowane przeze mnie formy i układy geometryczne są dla mnie wyrazem uporządkowanej konstrukcji świata, struktury czasu i przestrzeni, ale także rodzajem abstrahowania skojarzeń jakie wywołują u mnie konkretne zjawiska powiązane ze specyfiką miesięcy i pór roku. Pojawiający się kolor opiera się na spektrum światła widzialnego, zobrazowanym pod postacią koła barw. Pełni w projekcie wprawdzie funkcję peryferyjną, ale jest dopełnieniem systemu.

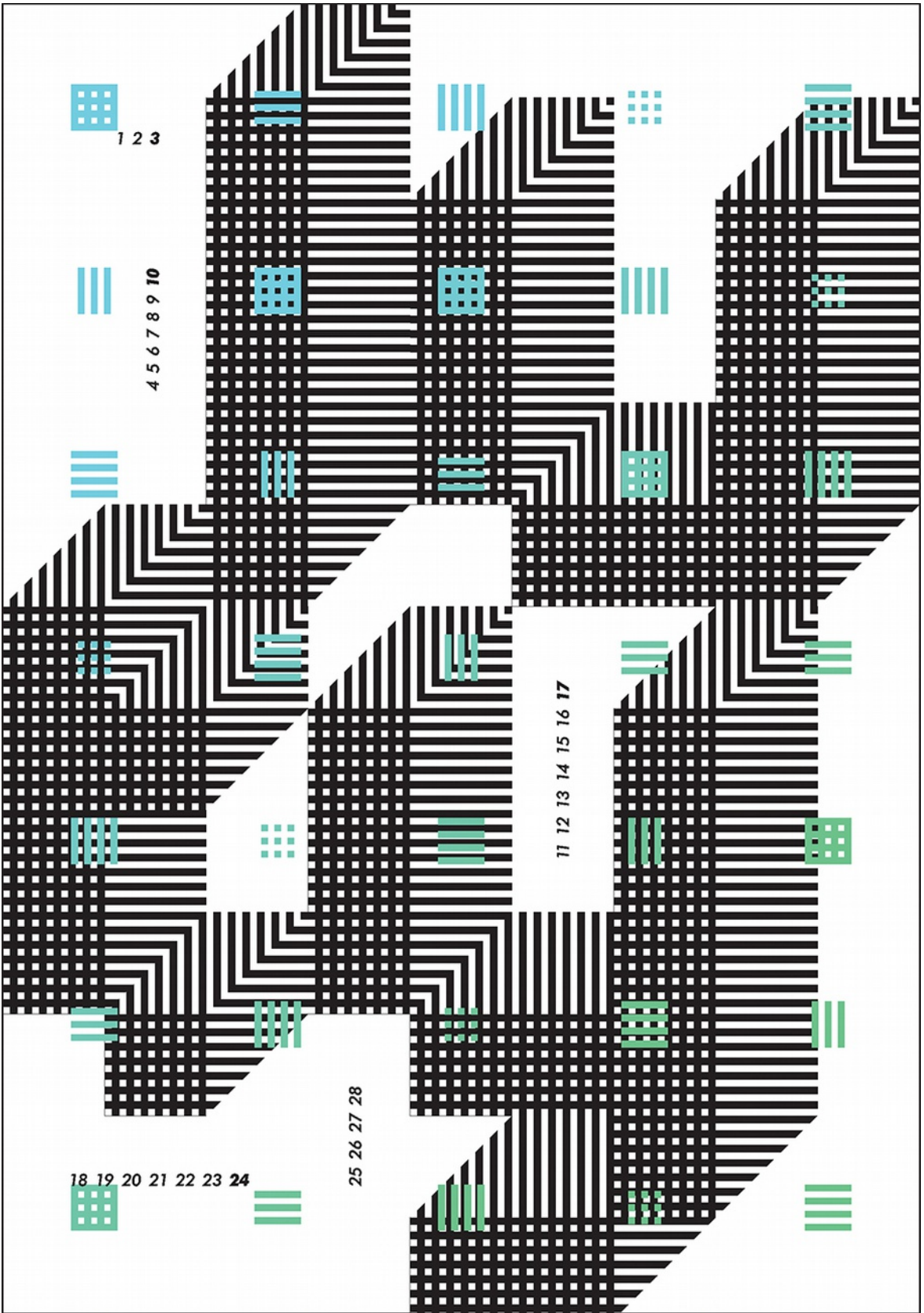
Realizacja

Projekt jest zrealizowany w formie trzynastu wydruków cyfrowych w formacie 100 x 70 cm, na papierze matowym, o gramaturze 170g/m³.

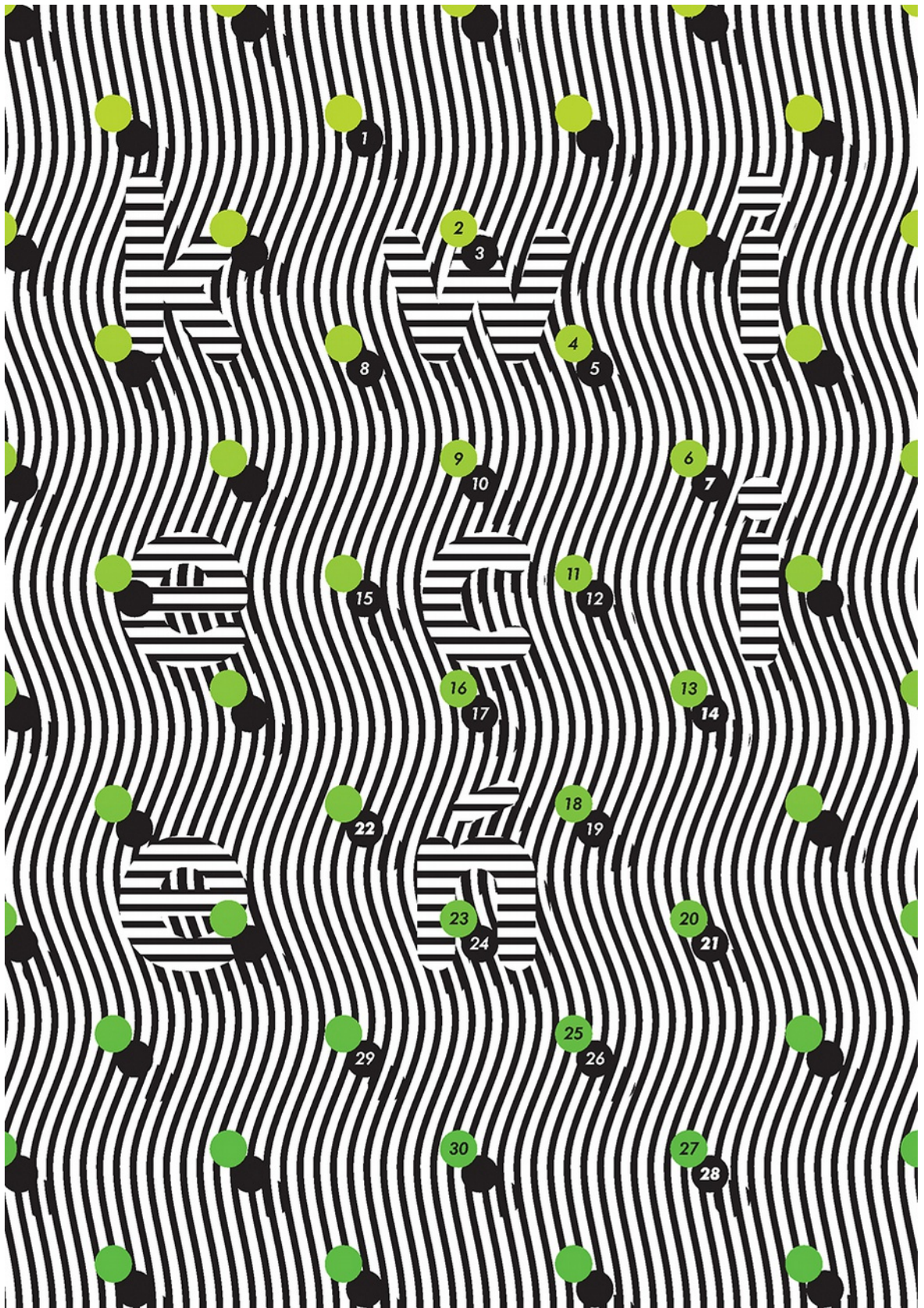
Na kolejnych stronach prezentuję w pomniejszeniu projekty poszczególnych plakatów składających się na kalendarz. Ze względu na chęć możliwie najwierniejszego oddania koloru oryginału, kolejne strony zostały wydrukowane tą samą technologią druku cyfrowego, na papierze matowym, o gramaturze zmniejszonej do 140 g/m³.

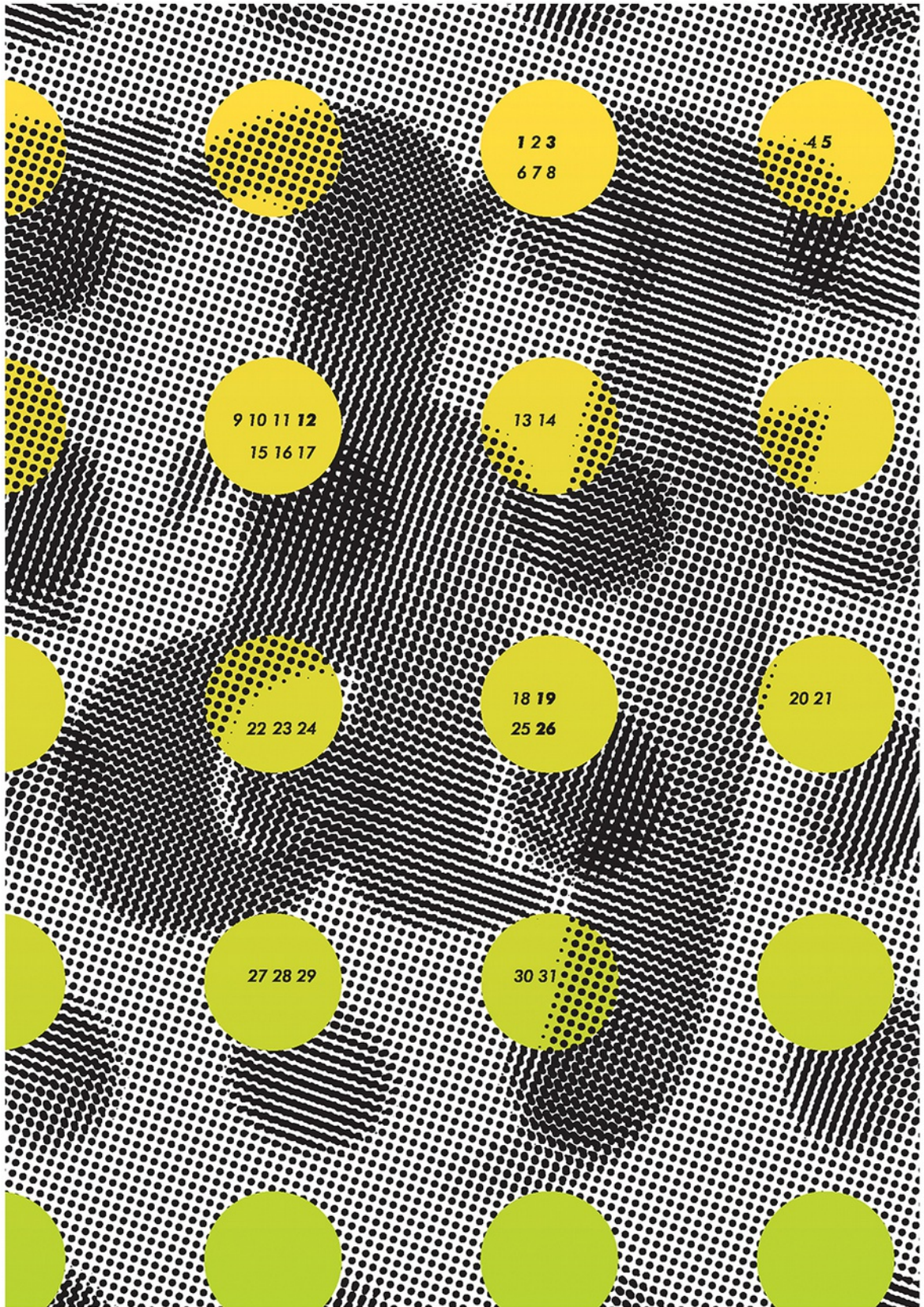








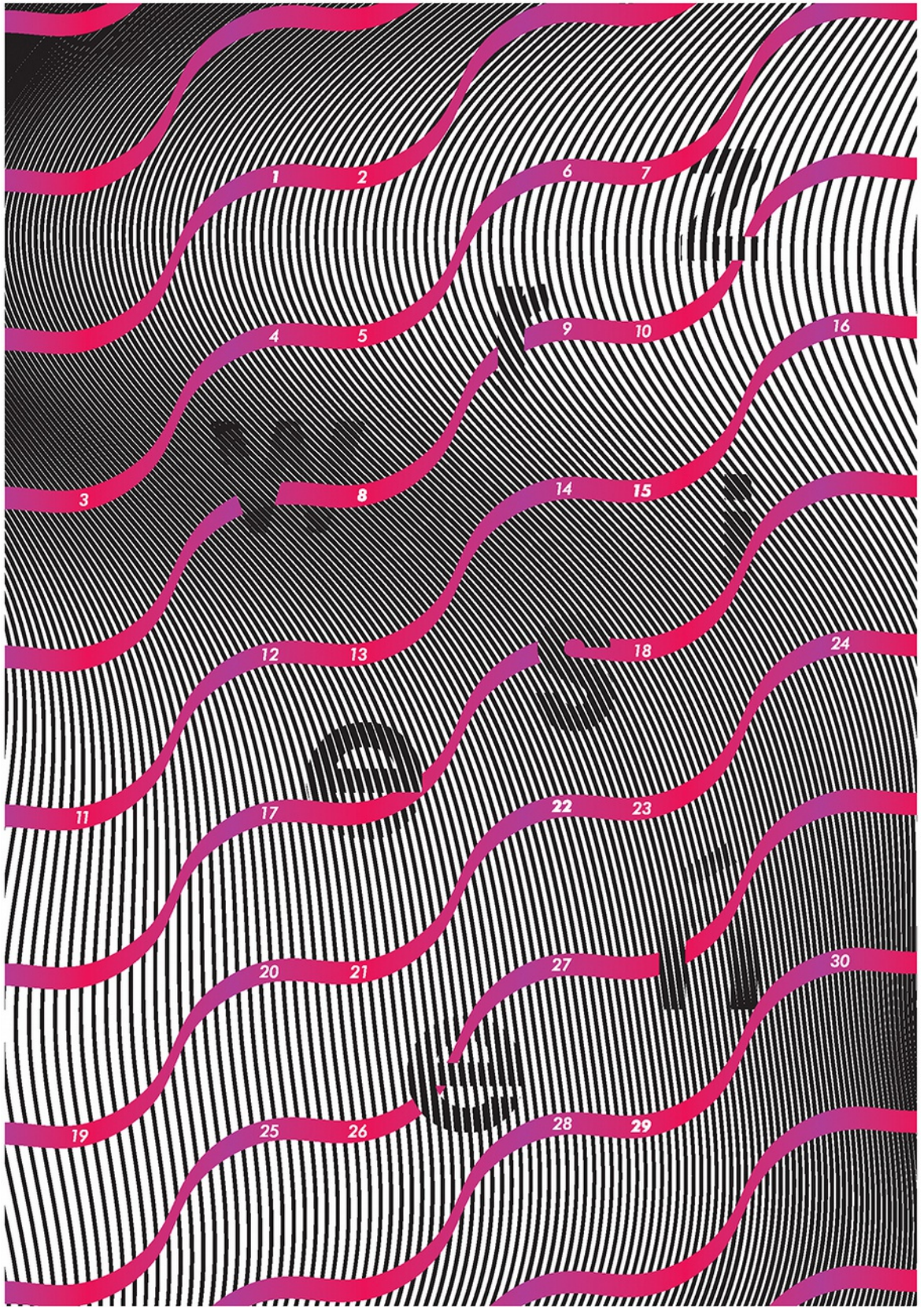


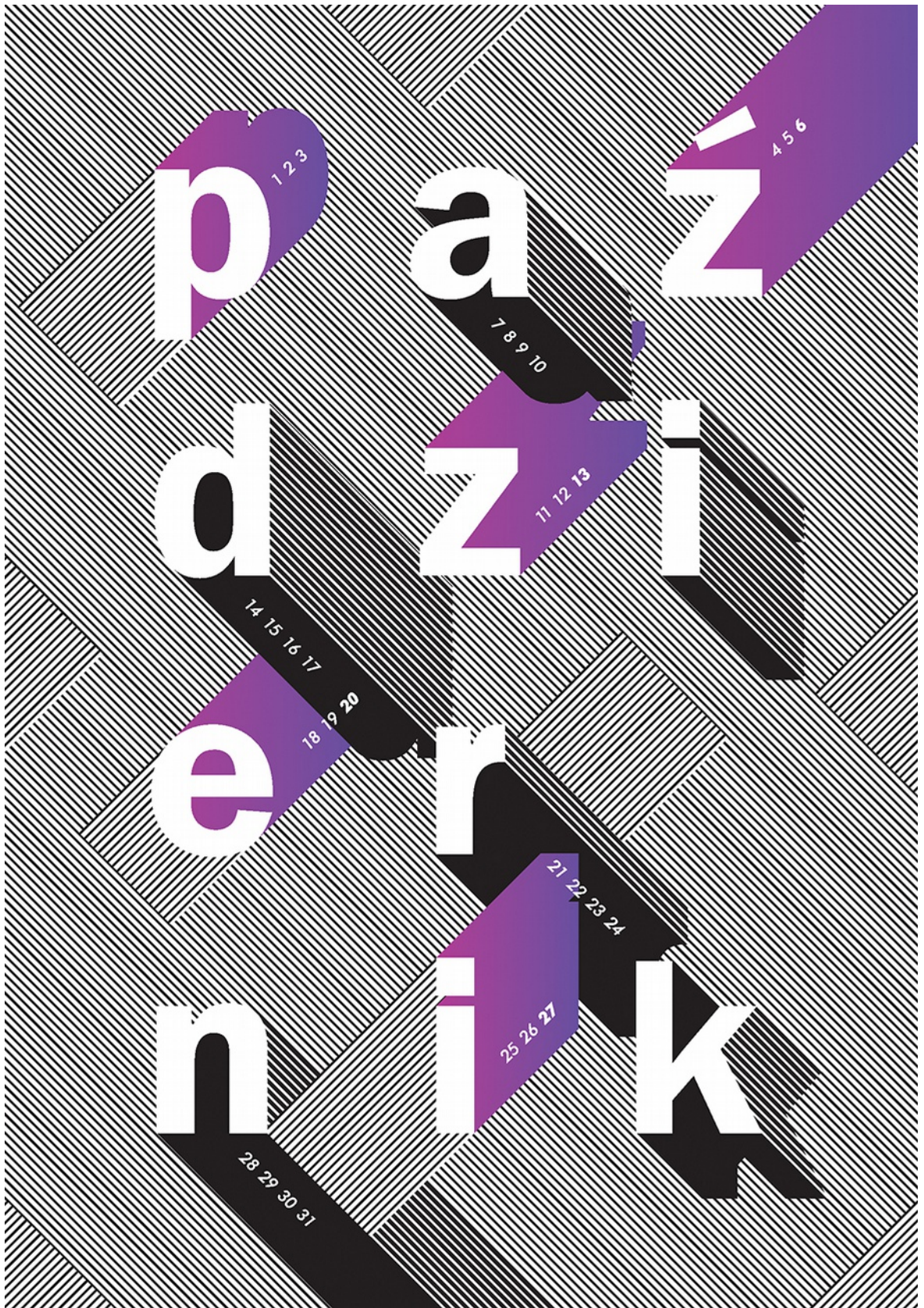


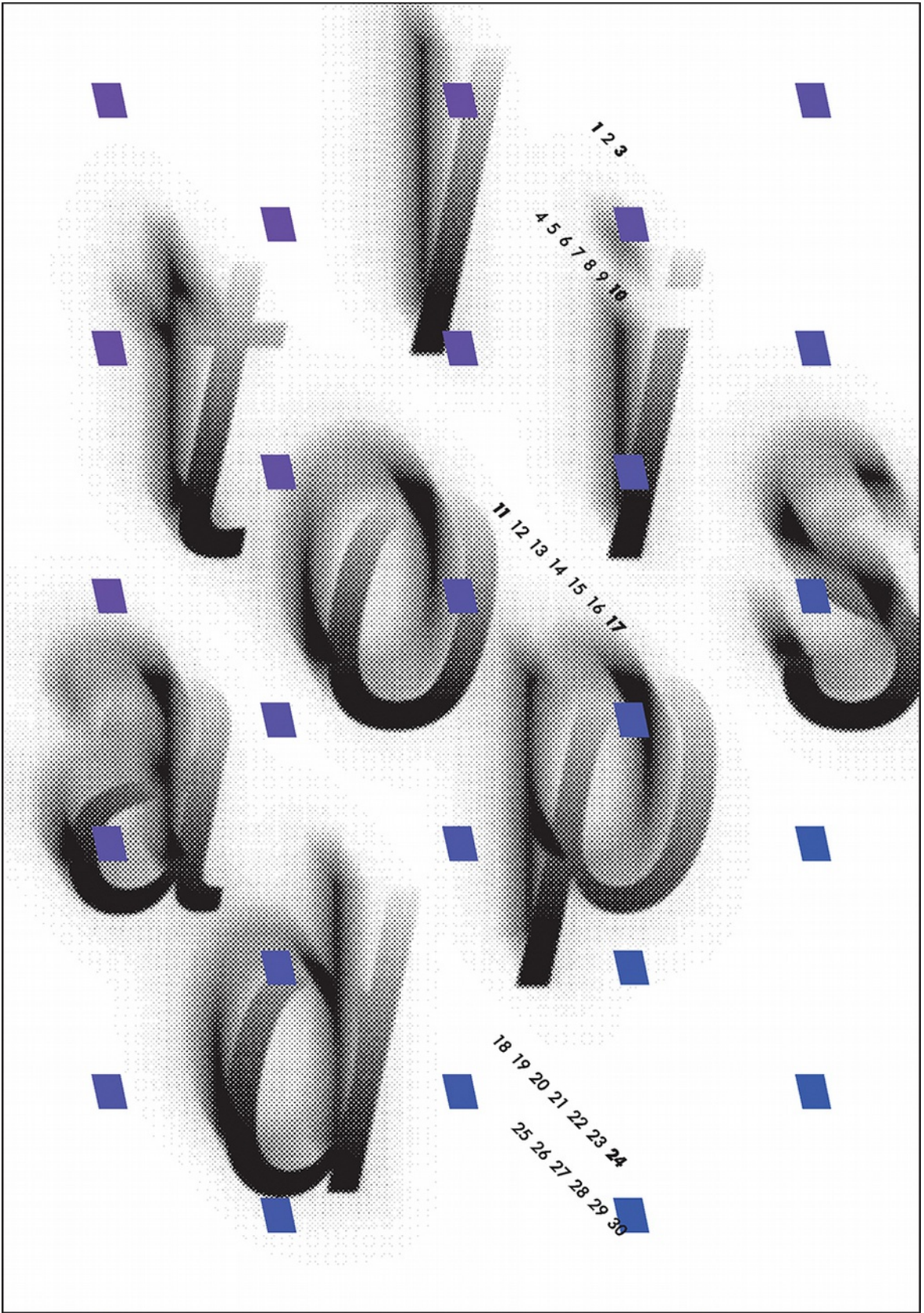














Bibliografia:

5. *Festiwal Plakatu w Krakowie*, Galeria Plakatu w Krakowie, 2005
- Arnheim Rudolf, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, Oficyna, 2014
- Baines Phil, Haslam Andrew, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010
- Bosshard Hans Rudolf, *Reguła i intuicja. O rozważdze i spontaniczności projektowania* Wydawnictwo d2d, Kraków 2017
- Bringhurst Robert, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007
- Chi-Hang Tam Keith, *Typograficzny pejzaż Wolfganga Weingarta*, [w:] *2+3D grafika plus produkt*, nr 6 (I/2003)
- Delavaux Celine, *The museum of illusions – Optical tricks in art*, Prestel, Munich, Londyn, Nowy Jork 2013
- Dębowski Przemek, Mrowczyk Jacek (red.) *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011
- Eco Umberto, *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Czytelnik, Warszawa 1994
- Frankowska Magdalena, Frankowski Artur, *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009
- Frutiger Adrian, *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo 2d2, Kraków 2010
- Gloger Zygmunt, *Encyklopedia staropolska*, Druk P. Laskauera i W. Babickiego, Warszawa 1900
- Grabowska-Konwent Anna (red.) *Typo & Konstrukcja: wystawa plakatu*, Miejska Galeria Sztuki w Łodzi, 2000
- Grabska Elżbieta, Morawska Hanna (red.), *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977
- Heller Steven, Vienne Veronique, *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, TMC, Raszyn 2012
- Itten Johannes, *Sztuka barwy*, Wydawnictwo d2d, Kraków 2015
- Jouan Laura, *The poster defined and redefined w: Look at me! New poster design*, Promopress, Barcelona 2015
- Kandyński Wasyl, *O duchowości w sztuce*, Państwowa Galeria Sztuki w Łodzi, Łódź 1996
- Kandyński Wasyl, *Punkt i linia a płaszczyzna*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986
- Kotula Adam, Krakowski Piotr, *Sztuka abstrakcyjna*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1973
- Kowalska Bożena, *W poszukiwaniu tadu. Artyści o sztuce*, Galeria Sztuki Współczesnej BWA Katowice, Galeria EL, Elbląg 2001
- Matul Katarzyna, *Falszywe plakaty*, [w:] *2+3D grafika plus produkt*, nr 13 (IV/2004)

McLuhan Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004

Mrowczyk Jacek (red.) *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017

Popiel Walentyna, *Kiedy trawień był majem*, [w:] *Tygodnik Polski*, nr 12 (20.III./1960)

Referowski Włodzimierz, Jabłoński Jerzy, *Liternictwo*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1962

Richardson Tony, Stangos Nikos, *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980

Rypson Piotr, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2007

Save The Date, New Ideas and Approaches in Calendar Design, Viction 2010

Schubert Zdzisław, *Typo & Konstrukcja: przegląd plakatu polskiego*, Państwowa Galeria Sztuki, Łódź 1996

Seddon Tony, *The evolution of Type, A Graphic Guide to 100 Landmark Typefaces*, Thames & Hudson, London 2015

Stopa-Pielesz Ewa, *Estetyka w typografii wobec postulatów czytelności*, Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, 2009

Stopa-Pielesz Ewa, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009

Sztabiński Grzegorz, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004

Szydłowska Agata, Marian Misiak *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2015

Tschichold Jan, *Nowa Typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011

Tyczkowski Krzysztof, *Lettera Magica*, Polski Drukarz Sp. z o.o., Łódź 2005

Typo & Konstrukcja 3, Miejska Galeria Sztuki w Łodzi, 2006

Urbaniec Maciej, *Obraz i słowo*, [w:] *XII Międzynarodowego Biennale Plakatu*, Warszawa 1988

Warda Michał, *Plakatowa kultura obrazu i słowa*, [w:] *XII Salon Plakatu Polskiego*, Warszawa 2005

Zachrisson Bror, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970

Zbierski Teodor, *Semiotyka książki*, Ossolineum, Wrocław 1978

Zwoźniak Zdzisław, *Kalendarze*, Krajowa Agencja Wydawnicza 1981

Źródła elektroniczne:

<https://apeloig.com/>
<http://literat.ug.edu.pl/glogers/0021.htm>
<http://obcyjezykpolski.pl/pazdziernik-bo-wtedy-odpadaja-pazdzierze/>
<http://obcyjezykpolski.pl/polszczyzna-od-reki-pana-literki/o-nazwach-wrzesien-i-pazdziernik/>
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Baskerville>
https://pl.wikipedia.org/wiki/Czerwiec_polski
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz>
https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_gregoriański
https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_słoneczny
[https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_\(publikacja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_(publikacja))
[https://pl.wikipedia.org/wiki/Optima_\(czcionka\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Optima_(czcionka))
https://pl.wikipedia.org/wiki/Times_New_Roman
https://pl.wikipedia.org/wiki/Złoty_podział
<https://sjp.pwn.pl/slowniki/cykl.html>
<https://www.slawoslaw.pl/category/miesiace/>
<https://www.linotype.com/1083026/century-725-family.html>
<https://www.linotype.com/1487710/itc-avant-garde-gothic-family.html>
<https://www.linotype.com/1540/times-new-roman-family.html>
<https://www.linotype.com/1562935/vag-rounded-family.html>
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/swiss-721/>
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/zapf-humanist-601/>
<https://www.myfonts.com/fonts/linotype/vag-rounded/>
<https://www.myfonts.com/fonts/paratype/geometric-slabserif-712-bt/>
<http://www.teknidermy.com/issue/4/iviewyuji.htm>

The Strzemiński
ACADEMY OF FINE ARTS
in Lodz

A calendar

A collection of 13 typographic posters

Author:

Karolina Grudzińska

Promotor:

Łukasz Chmielewski, D.A. (habilitation)

Lodz 30.11.2017

Contents

Introduction	56
Calendar	57
Calendar vs. Polish language	59
Poster. Problems with its definition	61
Typographic poster	62
Semantics of typographic signs	66
Historical context	67
Context of the form and the tool	70
Deformation, modification. Context of the composition	72
Function vs. form. Legibility vs. expression	74
Subjectivism. Ambiguity	75
Selection of typefaces	76
Bodoni bold and Futura medium italic – Styczeń/January	76
04b_03 – Luty/February	77
Century 725 roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed – Marzec/March	77
VAG Rundschrift – Kwiecień/April	77
Zapf Humanist 601 italic – Maj/May	78
Geometric Slabserif bold italic – Czerwiec/June	78
Verdana bold and bold italic – Lipiec/July	78
Baskerville Old Face – Sierpień/August	79
Avant Garde bold – Wrzesień/September	79
Franklin Gothic demi – Październik/October	79
Swiss 721 condensed and condensed italic – Listopad/November	80
Times New Roman bold – Grudzień/December	80
Language of geometry	81
Language of geometry in graphic design	83
Formal means of expression	84
A cycle	84
Raster as a graphic tool	85
The interplay of composition layers	86
Colour	86
Conclusion	88
Project/Execution	88
Bibliography	89

Introduction

What is most important to me and what I will start with is my deep conviction that design is art. There is a bond between graphic design and other fine arts, they have something in common. Both pure and functional arts are a kind of message, communication. Both use their own language which cannot always be precisely translated into words. In my work, I use typography and geometric shapes arranged in the form of rhythmic layouts and textures as a material of my message. The project which I present is a calendar consisting of 13 pages, referring to a typographic poster. It is my original project, which does not only mean there is no commercial context. It is personal and subjective, emotional. I think that in design, like in other fine arts, things that are important are honesty and a search for one's own way. At the same time creativity isolated from reality is not possible. Paraphrasing Henri Matisse's words – 'No matter whether we want it or not, we have to belong to our age, share its views, feelings, and even mistakes. All artists are stamped with an air of their time'⁸⁵. We can neither stay isolated, cut off from the time we live in nor from the place. What affects us locally at a certain moment is equal to what influences us globally.

My approach to design is based on my experience gained during my studies at the Academy of Fine Arts in Lodz, at the Faculty of Graphics and Painting (1999-2004). I studied artistic graphics (Prof. Andrzej Smoczyński's Print Screening Studio) and graphic design (Prof. Sławomir Iwański's Packaging Design Studio). These two paths interacted, affecting each other. At the end of my studies I contacted the ASP Print Screening Centre in Lodz (unfortunately it does not exist any longer) founded and run by Prof. Smoczyński. It was a very important experience for me. The Centre produced silk-screen printing posters of the Lodz designers' environment as well as professors, students and graduates of the Academy of Fine Arts. The contact with these projects had a huge impact on me. The screen printing technology influenced me a lot. The limited range of colours, the use of a raster – it was and is my language of expression. The language I transferred from the artistic graphics to the poster.

I think that in design we should be not only good craftsmen, but also artists who have the right to autonomous expression. Talking about an 'artistic', 'author's' approach in the context of design is not a simple matter. Designing for business often entails compromises on the part of the designer. Marketing and market requirements, the desire to adapt to the current 'trend', the criterion of communicativeness or the customers' taste make the finished project a result of several points of view and a varied rationale. In different areas of design the proportions of these components will vary. In my view, as far as the freedom of expression and the artist's individualism are concerned, the poster has long had a dominating position. It particularly refers to designers of posters created beyond the commercial area, who are able to introduce experimental forms and non-standard codes. The poster is that design field which has

85. Henris Matisse, *O malarstwie*, [in:] Elżbieta Grabska, Hanna Morawska (ed.), *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, p.106.

always allowed the artist to express himself and which is a reflection of tendencies that appear in art. For me posters are works of art.

The author's poster has been present in everyday reality for a long time. Previously, it mainly acted as a social, ideological expression. In recent years, the popularity and importance of posters that have been free of the requirements and restrictions imposed by commercial orders has grown. 'Self-editions', as they are described by the art historian Katarzyna Matul, are 'the result of [...] changes in the 20th-century culture and the development of poster as a genre, a work of art.'⁸⁶ The function the poster has in the commercialised reality is changing⁸⁷. Finally, the printing technology is also changing. The appearance of digital printing allows the designer to print their work in one copy and at low cost. The environment of the poster occurrence is expanding from the exclusively printed form to the presence on the Internet. The original author's poster, once associated with social and political commentaries, takes up new issues, for example as the ecological poster. In addition to serious messages, there are also less critical, humorous statements, and sometimes they do not convey any deeper message, being only a visual 'exercise', a formal sketch, an experiment⁸⁸. The self-edition posters adopt the function of a work of art. They give the artist the freedom to choose both themes and means of expression. They no longer exert a mass but rather niche impact. They can be ambiguous and non-obvious.

Why do I write about the original author's poster if the object I present is a calendar? I do it because I feel that everything that is important to me in the poster expression is transferred to this calendar's project. It was conceived out of the need for an individual way of expression, from the need to explore what I am interested in and what my graphical language is. The phenomenon of self-edition refers to the poster. I move it to the context of another design field: the calendar.

Calendar

According to *Wikipedia*, the calendar is 'a conventional time measure, accepted in a given community or culture. It divides time into cyclically repeated periods, most often based on the cycles of nature'⁸⁹. The solar calendar, most common in the world today and also in force in Poland, is the Gregorian calendar. Its structure is closely related to the movement of the Earth around the Sun, and consequently, to the seasons of the year. The calendar year is considered to be the so-called equinoctial year, adjusted by adding a leap year once every four years. The Gregorian calendar was introduced by Pope Gregory XII in 1582 as a correction to the Julian calendar⁹⁰. In Poland it has been in force since the year of its introduction up to the present day.

86. Katarzyna Matul, *Falszywe plakaty*, [in:] *2+3D grafika plus produkt*, no. 13 (IV/2004), p. 33.

87. Advertising shifts into the sphere of mass and digital media.

88. For example, on the website www.blankposter.com, designers post expressive and fresh posters concerning a word selected at random (a new one every week). The idea of this initiative is to exercise not limited, out-of-the-box thinking. The posters are neither judged nor selected by the jury.

89. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz>.

90. It was introduced by Julius Caesar in 46 BC.

Astronomical calendars, arranged every year by professors of astronomy of the Academy in Cracow, were known in Poland as early as the beginning of the 15th century. The Cracow calendars, originally written in Latin, enjoyed popularity not only in our country, but also in Austria and Germany. They were issued in Vienna, Heidelberg, Leipzig, and even in Rome. Soon the calendars were also printed in Polish. The earliest example of such a calendar is the publication dating back to 1516, which was released in the first Polish publishing house owned by Jan Haller in Cracow, unfortunately preserved only in fragments.

At the beginning *Calendarium* (as it was the Latin name of the calendar) was a book used to write down expenses as well as days, holidays and lunar phases. The calendar in the form of a publication became popular shortly after the invention of printing. It was not only functional. In the Age of Enlightenment, in addition to the information about time measure, it was 'a device for spreading knowledge among the masses'⁹¹. It included a list of holidays, religious and political information, medical advice, technical and scientific tips. With time, this noble function was naturally taken over by publications which were better suited for this role: books, magazines and specialised publications. The calendar became job printing. It functioned in many forms: as a brochure, a notebook, a poster. One- or multi-card wall calendars were a constant element in most homes and businesses. Although it was a job print, it was probably most common and popular. In the 1970s, the Publishing House 'Książka i Wiedza' released their own 365-366-card wall calendar in the print run of over 4 million copies.

In the post-war period, along with the dynamic development of art and design, the calendar gained a new form and function. Company calendars became an exclusive gift for important customers and at the same time year-long advertising of the company issuing it. The formal aspect of advertising calendars became increasingly rich. The starting point was photographs of movie stars and models, cars and wildlife, and the goal was to design more individualized projects, tailored to the needs and character of clients, using photographic and illustrative images full of artistry and craftsmanship. The Pirelli calendar, published since 1964, has become the most recognizable and prestigious example of the relation between the calendar and artistic photography combined together in order to promote corporations. Today's advertising calendars, which are a marketing tool, are often artistic, experimental, interactive objects, using a variety of means of expression, materials, and formats.

The calendar is not just a record of time measure, it is, like other design objects, a sign of its time and expression of the spirit of the epoch. The next step in the evolution of the calendar is the digital revolution. Today, the calendar has the form of an application available on every smartphone and personal computer. I hope these digital virtual diaries will broaden our definition of the calendar, but they will not be a threat to and competition for printed calendars. Just like e-books displayed on the screens of e-readers (despite the fact that they enjoy great popularity among a wide circle of readers) have failed to replace the printed book from the publishing market, digital tools will not make the printed calendar disappear completely from our reality. However, they change our attitude towards the calendar. We rarely see calendars hung on the walls of our houses for aesthetic purposes – 'for decoration'. Nevertheless, along

91. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_\(publikacja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_(publikacja)).

with purely functional solutions, we can come upon artistic and design experiments, objects that are a result of the search for a visual form that would represent the passage of time, its structure and rhythm. The digital revolution, which gives us highly functional solutions in the form of applications, is changing our perception of the printed calendar as a purely functional object, opening the way for evolution towards a work of art. A similar process takes place in case of the poster. Shifting advertisements into the space of other media has made the original author's poster grow dynamically.

As for me, the project I am presenting is an attempt of a dialogue with functionality of the printed calendar, which we no longer consider essential in our daily life. I hope we can still see it in the same context as we perceive the poster, graphics, photography or works of art.

Calendar vs. Polish language

Polish is an exceptional language. It is full of grammatical subtleties and spelling traps. We have diacritical marks and digraphs not found anywhere else. Our names of the months are also unique. The concept of dividing the year into twelve months reached Poland together with Christianity. In most European countries the names for them were taken from Latin. In Poland people created their own names (or they preserved them from pagan times and adopted them for new purposes). They referred to the nature and activities of the community at a given time. Researchers argue about the number of months in the Old Slavic calendar. As it probably was a solar-lunar calendar, there were hypotheses that it had thirteen months. Their names must have appeared relatively late, because they are different from other Slavic peoples. According to 'Polish and Russian Calendar' dating back to 1761: 'The names of the months were taken from Polish names used by the country folk when there was neither education nor calendars, and people observed new moons'⁹².

Let me briefly describe the etymology of these words because the associations they bring about, as well as the phenomena that occur at a given period, proverbs and old habits inspired me when I designed my work.

It often happens that the origin of the names of the months is not clear. That is the case of styczeń/January. It is known to come from the word *stykać/touch*, because it is the moment of contact of the old and new year. According to another hypothesis, styczeń/January (formerly called *tyczeń*) draws its name from *tyczki/canes* which were used in the fields, and which were cut and prepared at that period of time. Styczeń/January was also called *sieczeń*, originating from *siekanie/chopping*, which meant cutting down trees, the activity held in the first month of the year (it was the time of wood collection) and *siekące mrozy/sharp frost*.

Luty/February is an adjective in Polish which formerly meant that something was sharp, strong, grim and cruel. That was the month of the sharpest frost. It was

92. *Kalendarz polski i ruski*, Zamość 1761, [in:] Zdzisław Zwoźniak, *Kalendarze*, Krajowa Agencja Wydawnicza 1981, p. 81.

also called *gromnicznik/candlemas* (due to the holiday of Candlemas) and *mięso-pustnik* (*mięso-pust* – the end of the carnival).

Marzec/March and maj/May are the only borrowings from Latin (*Martius* and *Maius*). In the old Polish language the former was called *brzezień*, originating from blossoming birches and birchen juice which was gathered at that time. Maj/May was also called *trawień* from green grass on the meadows. It is funny how the Polish of the past created their own etymology to Latin names. *Marzec/March* was supposed to originate from the fact that ‘the weather was *rozmazana/grizzled*: the winter ended and the spring began’⁹³. Over time these words were polonised. The verb *marcować* was created referring to the mating rituals of animals, characteristic of this period. The word maj/May was the base for the verb *maić się* which meant adorn, cover with flowers and for the adjective *umajony* which meant full of flowers.

Kwiecień/April received its name due to its association with flowers. There was also a name *łudzikwiat* or *łzykwiat*, as the early flowering gave an illusory impression of the spring. The old Polish name *dębień* (connected with the cult of oaks on the Slavic territories) referred to the season of oaks’ blossoming.

Czerwiec/June comes from *czerwie/maggots* (*Coccus polonikus*) picked at that time of the year. Their powdered larvae were used as a colouring agent all over Europe. In the 16th and 17th century it was (together with grain, wood and salt) ‘the leading commodity exported from Poland and Lithuania’⁹⁴. Czerwiec/June was also called a month of bees as it was the time of their incubation.

Lipiec/July (formerly also called *lipień*) takes its name from blossoming *lipy/lime trees*. For the majority of Slavic peoples the lime was a sacred and worshiped tree. It was believed not to be struck by thunders during a storm. Almost all Slavic nations have this month’s name connected with the lime.

The name sierpień/August derives from the word *sierp/a sickle* as it was the month of the harvest. It was also called *stojęczeń* or *stojaczek* because of the fact that harvesters were doing their job in a standing position.

Wrzesień/September – originated from the blooming *wrzos/heather*. The name ‘wrzesień’ was used interchangeably with the name *pajęcznik*, coming from the gossamer, i.e. *pajęczyny/spider webs* blown by the wind in the early autumn. It was also called *jesiennik*, as it was the beginning of *jesień/autumn*.

Październik/October derives from *paździerz/hurds* – the waste from stems of flax and hemp which were crushed and combed. There is also an archaic name *winnik* originating from the October grape harvest.

Listopad/November took its name from falling *liście/leaves* (in the past the word *list* was used instead of *liść*).

Grudzień/December has a name derived from *grudy*, which means lumps of frozen earth. There was then an adjective that described that state: *grudny* or covered with *grudy/lumps*, and there was even a saying: ‘*Grudzień – ziemię grudzi i izdebki studzi*’ (December lumps the earth and cools down the chambers). Later on, it was also called *jadwent* or *gódnik* (from the word *gody/mating*, which formerly related to Christmas).

93. Maciej Malinowski, *Październik, bo wtedy opadają październice* [in:] <http://obcyjezykpolski.pl/pazdziernik-bo-wtedy-odpadaja-pazdzierze/>.

94. https://pl.wikipedia.org/wiki/Czerwiec_polski.

Only two out of the twelve names of the months are of Latin origin, but they were eventually polonised. In Polish the names of the months begin with a minuscule, which is also a unique feature, different from the spelling of other European countries. I decided to preserve the specific character of our spelling and I use only minuscule letters in the names of the months. It is a kind of personal tribute to the local culture (and longing for it) in the era of globalization. The decision I made does not make the design easy. Minuscule letters have much more varied forms than majuscules: different height, occurrences of descenders, the elements with different angles of obliquity and proportions. This experience brought me to a conclusion that the use of text letters can make it difficult to achieve a sense of order and the uniform rhythm in the project.

Poster. Problems with its definition

In my opinion, what happens at the point of convergence of two phenomena may be most interesting. What is easily defined and closed in the frame is at risk of routine and boredom. That is where the idea of a kind of hybrid derives from – a combination of the calendar function with the means of expression and forms characteristic of the poster. What I had in mind was not only the ‘exposition’ similarity (the calendar consists of 13 autonomous pages in 70 x 100 cm format). I try to draw from the language of the typographic poster and semantic typography. In addition, the development of graphic design, the media, and the technologies that surround us make the definitions fall behind the reality. The concept of the poster also evolves, broadening its scope. Novelty as a value desired in art and design makes us incessantly try to cross the established boundaries. We look for new solutions while drawing on the cultural and visual roots.

Should the poster (and generally understood graphic design) be subjective and express the individuality of the artist? Should they be clear, simple and communicative, or should they attract attention by their surprising and ambiguous form? Are they to be executed on commission or can they be created for any other reason? We can give a variety of answers to these questions and it is very possible that each of them will be right and for each of them we will find strong arguments.

Which former definitions of the poster have no longer been relevant? Even the issue of paper and print as the poster vehicle is not so obvious today. Posters appear in public space on displays, monitors. They are present on the Internet and in social media. They can even evolve into an animated form, taking place in time and correlated with the soundtrack. I will give an example of *animated posters* made by Philippe Apeloig, French designer working for cultural institutions in Paris. The issues of format and duplication may be controversial too. Today we more often encounter unique, spatial, interactive posters.

The poster is a kind of visual message. It conveys that message by graphic means of expression which evolve and are a driving force for the evolution of this medium as they are the main factor which draws the viewer's attention. The poster is intended to catch the eye, stand out, stay in memory. As described by Michał Warda, historian and design critic: 'the contemporary poster to a larger extent has become

conspicuous by the power of artistic means of expression rather than by the amazing edition of information.⁹⁵ When in the second half of the 19th century artists and designers started to design posters (instead of printers), the poster clearly separated itself from the playbill preceding the poster in the history of the printing industry. Whenever the graphic designer's craftsmanship expands with new means and technologies, the poster's formula also changes.

The poster does not only play the informative, promoting or advertising role. It is simultaneously a message and a work of art, fulfils both the utilitarian and aesthetic function. It may contain a graphic, photographic, painting or otherwise illustrative layer and combine it with a typographic layer. When typography takes over the function of the graphic layer, when it becomes an image itself, we can talk about the typographic poster.

Typographic poster

In the typographic poster it is the letter which is the most important element and the building material of the visual layer. The function of communicating with the recipient is adopted by words and their visual aspect. The typographic poster works on the border of the word and image. Ewa Stopa-Pielesz, lecturer at the Academy of Fine Arts in Katowice, author of books on typography and design, writes about it: 'I suggest understanding the typographic poster as a special type of poster that uses typography as an intellectual, emotional and aesthetic vehicle of the content'⁹⁶.

The origin of the typographic poster can be seen in the visual poetry (popular throughout Europe as early as the 16th-18th centuries), the works of the poet Stephane Mallarme, the calligraphic works by Apollinaire. The tendency to create images from the script made typographers look for other methods of composition than the traditional linear typesetting. The perception of the text that has been known so far is being reversed. The information it conveys does not reach us gradually as we read. We perceive it immediately as an image. A combination of tendencies and transformations that led to the emergence of the modern typographic poster and visual typography⁹⁷ is broader and more varied than the examples I will give. This text does not aspire in any way to play the role of a full description and characteristics of all the phenomena, attitudes and views associated with the typographic poster. Let me recall these facts and ideas whose beneficiary I feel myself.

Among the precursors who treated the text as an image we can mention the Futurist Filippo Marinetti who in his onomatopoeic poems 'Parole in liberta' (1913), which were also his programme manifesto, resigned from the traditional typesetting in order to refer to sound effects in a typographic composition. It is Marinetti – as Jan

95. Michał Warda, *Plakatowa kultura obrazu i słowa*, [in:] *XII Salon Plakatu Polskiego*, Warszawa 2005, p. 4.

96. Ewa Stopa-Pielesz, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009, p. 40.

97. The division into readable typography (a message intended for long reading) and visual typography (a message intended for immediate perception) was made by the typographer Charles Peignot in 1964.

[in:] Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 233.

Tschichold, one of the most distinguished typographers of the 20th century describes – who initiated the change of the ornamental into functional typography⁹⁸. In his manifesto of 1909 Marinetti states that the form of the letter can be ‘semantic’, meaningful. He writes: ‘if it is necessary, on one page we will use three or four different colours and twenty typefaces. For example, *italics* for a series of similar, spontaneous emotions, **bold** fonts to imitate rapid sounds, etc. Here is a new concept of a typographically visual page⁹⁹. In order to reinforce expression, even deformation of words (their shortening, elongation, change of the number of vowels) is allowed, which is called ‘free expressive spelling’¹⁰⁰. Typography takes on the significance of art, its form becomes substantial. The letter started to be treated as an important element involved in the process of shaping the visual composition. There was a shift from the traditional linear text record to the concept of typography as an image. In 1920, the poets affiliated with the Futurist circles: Anatol Stern and Aleksander Wat wrote in their manifesto: ‘Words have their weight, sound, colour, their drawing, they occupy some space’¹⁰¹. At the same time, another breakthrough takes place: the Dadaist Kurt Schwitters enriches his means of visual expression with fonts that are selected and laid out at random in the process of creating his famous collages. Ewa Stopa-Pielesz describes this remarkable moment as follows: ‘By this action he placed typography in the context of pure art and opened the way for further exploration. He indicated that the letter does not have to be associated only with functionality’¹⁰².

The typographic poster also originates from the tradition of Constructivism and Modernism. Typographic compositions of the avant-garde are an expression of strengthening the role of typography in the then publications. The letter became the main component of the project, reflecting its artistic organization. Devoid of ornaments, Constructivist simple and legible layouts are built on the basis of contrast and structural order. Despite the richness of applied shapes, they are clear. Geometric forms interwoven with typography became the language of artistic expression and the message in design. The intended goal determines the appropriateness of the applied means of expression. This way of Constructivist thinking is especially close to me. I studied at the Academy of Fine Arts in Lodz, the school where this tradition is still alive and nurtured. The Higher School of Fine Arts in Lodz (since 1996 the Strzemiński Academy of Fine Arts in Lodz) was founded in 1945 as the first artistic higher school in Poland where ‘pure art’ and design arts were taught in parallel. Since the beginning of its existence these two concepts have been intertwined in the didactic process.

In the interwar period Lodz actively participated in the development of new tendencies. The programme of the academy was influenced by both contacts and

98. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, p. 53.

99. Filippo T. Marinetti, *Revolucja typograficzna i wolna ortografia ekspresyjna*, [in:] Jan Tschichold *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, p. 53-54.

100. Ibidem, p. 54.

101. Anatol Stern, Aleksander Wat, *Prymitywiści do narodów świata i Polski (manifest futurystyczny)*, Warszawa 1920.

102. Ewa Stopa-Pielesz, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009, p. 40.

the exchange of views between the artists of the Polish and international avant-garde¹⁰³, as well as Władysław Strzemiński's achievements¹⁰⁴.

Władysław Strzemiński taught printers and artists modern typography in classes run at the Public Vocational School no. 10 in Lodz. He was involved in both theoretical and pedagogical activity. In 1933 Strzemiński published his premises in the article titled 'Functional printing'. According to him, words and sentences were supposed to be visual signals. 'Each of the text groups should interact with the content contained in it, express it'¹⁰⁵. It was not merely a study of the visual form and its tensions, but also the readability of the text, its semantics and hierarchisation. This was a search of the form and rhythm resulting from the information that was conveyed. Strzemiński believed that the 'printing' and 'painting' composition should be constructed according to the same principles and that the surface of the text and the artwork should permeate and complement each other. A new design style – characterised by the use of simple geometrical forms, sans serifs, giving up 'ornamentation' of the project which did not result from its function was promoted by BLOK Group (Władysław Strzemiński, Henryk Stażewski, Teresa Żarnowerówna, Henryk Berlewi). This is how the means of expression used to define the form of the artistic avant-garde magazine 'BLOK' are characterised by Piotr Rypson, author of the book 'Nie geśi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949' (Not geese. Polish graphic design 1919-1949): 'For the first time, radical division of columns, geometric rhythms of lines of typesetting were used instead of ornaments. Photomontages, abstract typographic compositions were printed'¹⁰⁶. Similar tendencies are promoted by professors from the Bauhaus and the Dutch group De Stijl. They want to create 'pure typography – out of typesetting, plane and colour'¹⁰⁷. The painter and the Bauhaus lecturer – Johannes Itten created 'symbolic' typography – an attempt to 'visualise' the emotional weight by means of a type of typography and setting.

The new value of textual layouts purified from unnecessary ornaments but 'talking' by their composition, colour and scale was popularized by Jan Tschichold thank to the book 'New typography'. The purpose of the text is its functionality, which is achieved through radical and innovative means of expression. Tschichold postulated the use of block letters and sans serifs. Popularisation of asymmetric layouts in typography, replacing the existing omnipresent composition on the central axis, is also his merit. He noticed the analogy between geometric abstraction and graphic design. The former examines the relations between the forms of painting on the surface of the image, the latter the relations of the image and the text on the surface of the page. Both seek simplicity and order among the contrasting elements. The goal of the project is not solely its composition layout, consisting of dominant geometric forms, and the text, but also its readability and functionality. For Tschichold functional typography is the one which 'tries to derive the phenomenon of the form from

103. Due to these contacts a new concept of teaching introduced in the Bauhaus reaches Lodz.

104. An artist, theoretician and pedagogue, co-founder of the Higher School of Fine Arts in Lodz and its lecturer in 1945-50.

105. Władysław Strzemiński, *Druk funkcjonalny*, Grafika no. 2 (1933).

106. Piotr Rypson, *Nie geśi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2007, p. 41.

107. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, p. 58.

the function of the text'¹⁰⁸. It is a reflection of the content that it presents. Tschichold states that: 'In terms of meaning and accents, each piece of a text is in a specific, logical, predetermined relation to the rest of the text. The task of a typographer is to express it clearly and unequivocally by means of the relations of size and importance, order, colour, photography, etc.'¹⁰⁹. In this respect, we can regard 'New Typography' and 'Functional Printing' as publications forecasting the visual typography and the contemporary typographic poster.

The Swiss (also called 'international') style, following the ideas of Constructivism and the Bauhaus, sought transparency, order and functionality. Typography became rational, logically arranged with respect to a geometric grid, usually composed dynamically, in asymmetric layouts. The gradual evolution of the so-called Swiss typography and then breaking its principles was the beginning of the so-called 'new wave' or 'Swiss point' in typography. Wolfgang Weingart was a forerunner of this trend. His experiments also resulted from studies of the semantic function of typography. Keith Chi-Hang Tam, typographer and lecturer at the School of Design, the Technical University of Hong Kong, writes about him: 'Weingart believes that, introducing graphical modification of letters, we can actually enhance the meaning. Readability does not matter if there is nothing in the text that would draw our attention'¹¹⁰. Weingart combines and modifies graphic and typographic elements with charm and sensitivity. He definitely blurs the boundaries between pure art and typography.

In the 1980s Katherine McCoy and the students of the Cranbrook Academy that she ran develop the term 'typography as a discourse'. 'The text comes to life under the influence of voice and images can be both read and viewed – the viewers' involvement in the communication process and their interpretation are significant'¹¹¹ writes McCoy. Reading and viewing combine in the act of cognition. Modernist principles definitely pass into oblivion. The form stops being subordinated to the function. The lack of internal logic, chaotic layouts, emotions, freedom, combinations of the image and the text – such an attitude brings in the trend of Deconstructivism, the trend of experimental typography, often brought to the limits of readability. The development of computer technology fosters experimental activities. Letters are subjected to destruction, deformation in the name of this new style and the visual appeal of the project. Typography, which adopts expressive forms, tends to render, enhance the message of the content, and the design activities that build visual power are to attract the recipient's attention. The artist can let off steam as far as his individual expression goes. The proof of this is richness and sometimes extreme diversity of design attitudes of the leading artists: Ed Fella, Joan Dobkin, David Carson, Nevill Broddy or Catherine Zask.

The opponents of this trend are the supporters of the view that typography (both of the continuous text and the one used in the poster) should have a merely practical dimension. The aesthetic dimension is only an optional (but not necessary)

108. Magdalena Frankowska, Artur Frankowski, *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009, p. 11.

109. Jan Tschichold, *Nowa typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011, p. 67.

110. Keith Chi-Hang Tam, *Typograficzny pejzaż Wolfganga Weingarta*, [in:] *2+3D grafika plus produkt*, no. 6 (I/2003).

111. Katherine McCoy, *Przemysław modernizm, uaktualnić funkcjonalizm*, [in:] Przemek Dębowski, Jacek Mrowczyk (ed.) *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, p. 165.

addition. However, it is not the only and unquestionable stance among typographers. Bror Zachrisson, a graphic designer and lecturer, one of the first researchers of legibility and functionality of typography writes in his book 'Studies in the legibility of printed text': 'Many typographic concepts were and are still adopted without considering the functional factor. Famous printers and also great designers such as Fournier and later Bodoni put emphasis on the aesthetic aspect when printing'¹¹².

I am inclined to take the side of those who claim that the primary function of typography of the poster and the typography of the book is also beauty. My belief is confirmed by the words that appeared in the book 'Rule and intuition' written by the prominent Swiss typographer Hans Rudolf Bosshard: 'In principle, we all look for beauty (let us leave behind other factors of good typography now). Although design is primarily focused on functionality, which by itself does not exclude beauty, it also always aims at aesthetic qualities'¹¹³.

Semantics of typographic characters

Semantics deals with the study of the relation of the form of a character to its content. In this context typography is not only a vehicle of meanings, but it is a message itself. Regardless of the literal meaning of the content contained in the script characters, I focus on the information we can read from the form of the script deliberately selected and modified by the designer. Quoting Robert Bringhurst, a poet and typographer: 'Letterforms have their own character and personality, their spirit'¹¹⁴. In the typographic poster, the message is always multi-layered. Communication is richer because in addition to the literal reference of the meaningful element to its meaning, the interpretation expands with other projections and feelings resulting from the graphic image of words. In the case of visual typography reading the message requires a greater involvement of the intellect and intuition of the recipient. In typography intended for reading, a similar message is also included. Quoting Bror Zachrisson: 'The influence of the content has long been acknowledged by historians of printing. In the period preceding the era of industrialism (...) some types of literature tended to use more or less standard typography. For example, there was a distinct typographic difference between serious religious publications and more secular editions'¹¹⁵ – the content determined the style of the publication. In typography intended for reading, there are a number of conventional solutions that readers got used to and that have been in use to date. It is not only a system of headings, footnotes, page breaks, but also the use of italics to expose a given detail.

It is not possible to overrate the significance of the font selection in graphic design. The letterform can deepen or broaden the meaning of the advertisement. In the book 'Liternictwo' (Lettering) written by Włodzimierz Referowski and Jerzy

112. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 93-94.

113. Hans Rudolf Bosshard, *Reguła i intuicja. O rozważadze i spontaniczności projektowania* Wydawnictwo d2d, Kraków 2017, p. 17-18.

114. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, p. 110.

115. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 91-92.

Jabłoński we read: 'The choice of the script, i.e. its typeface, height, slenderness and weight depends on the purpose which the text is to serve and the size of the plane the typographers have at their disposal. Thus, the block alphabet letters perfectly harmonizes with the weight of hardware products, but they are inappropriate for advertising cosmetics or airy fabrics. And vice versa – light, fancy letters can be used for advertising cosmetics, but will not emphasize the massive character of iron or steel goods. To accent the solidity of a product and its durability, typographers often use Gothic or antique letters whose typeface represents these features'¹¹⁶.

Like the phoneme can be expressed in many ways (in high, low, quiet, loud, emotional voice), the grapheme can also manifest a variety of forms. 'The medium is the message'¹¹⁷ – the famous statement coined by Marshall McLuhan, quoted in this context, means that the very choice of the script and the typeface is significant when conveying the message. The choice of the script type, its face and variety is equally significant. Analysing the influence of the typographic form on the content and emotions that this form conveys, I come to the following conclusions: the associations which these forms evoke may arise either from the historical context (related e.g. to the development and use of a given typeface) or from the context of the formal characteristic features of a given typeface (often resulting from the properties of tools used to draw the letter) or from the steps undertaken in the design process (the composition layout, modification of the shape of the letter, etc.). All these elements permeate one another, creating a wide palette of meanings and possible associations; they are sometimes complementary or interrelated.

Historical context

By the historical context I understand a set of associations related to the time in which a given typeface was created or used. The lettering and typographic forms, like other cultural phenomena, reflect the spirit of their epoch. There is even a widespread belief that the typographic forms are a reflection of the forms present in architecture (and other fields of art) characteristic of a given age¹¹⁸. The accurate interpretation of the historical message depends not only on the skilful use of such potential by the designer, but in some cases also on the knowledge and competence of the recipient. Sometimes the message refers to very specific, precise meanings (e.g., the historical period), and sometimes to feelings, emotions, or mood.

An example in which the type of the script is most clearly associated with the epoch in which it was used is Gothic style. As the handwriting and printing scripts they were widespread throughout Europe. They were the first printing scripts that were cast; they were used by Johannes Gutenberg. They are the equivalent of

116. Włodzimierz Referowski, Jerzy Jabłoński *Liternictwo*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1962, p. 59.

117. Marshall McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.

118. This conviction is expressed in the book *The Letter as a Work of Art* by Dr Gerard Knuttel. Bror Zachrisson used this premise for his research whose results he published in the book *Studia nad czytelnością druku (Studies on legibility of printing)*. He checked if this hypothesis was reflected in the respondents' awareness. Unfortunately, these results were not optimistic. Even if the achievements of typography and other fields of art of a given period have something in common, such associations do not function properly in the collective awareness.

the Gothic style in architecture. Fraktur (as the official typeface of the Third Reich in 1933-41) had negative associations after World War II connected with the Nazis fascism. However, it is not the only association that this form can evoke. It depends on the context in which we use the Gothic script. It can be used to evoke associations with long-standing tradition, reliability (in such meaning it is used, for example, on the banknotes of British pounds in the inscription 'Bank of England', titles of newspapers), as well as with masterly craftsmanship and prestige (for example, in the identification of alcoholic products). It can be an apt setting for the title of a theological work, as a typeface associated in the past with the 'church' style. Bror Zachrisson mentioned above gives a suggestive example of the influence of the Gothic script, quoting the writer August Strindberg: 'I have several copies of the Bible from different centuries, and it seems they represent different content; it seems that their power to evoke spiritual tension in me is different. One of them, in black attire, printed in Schwabacher in the 17th century, expresses a threatening power. It seems as if anger and hatred accumulated in that book. It rebukes and punishes'¹¹⁹.

Antiquas with two elements (Renaissance, Baroque, Classicistic) are associated with tranquillity, stability, security and prosperity. They can symbolize literature, law, knowledge, history, tradition. They are usually used for classic works, with the highest legibility. This can be explained by their long history on the publishing market and the resulting habits of readers. It can also be associated with their letterform: serifs accentuate the line of script and help fluently follow the line, and big differences in the appearance of individual letters shorten their recognition time. There are subtle differences in the forms of antiquas coming from different periods, perhaps difficult to capture for a non-specialist in this field. In my opinion, the most distinctive two-element antiqua is the classicist one (e.g. Bodoni) with a high contrast between thin and thick elements of letters and beautifully drawn bowls. I think it is the embodiment of artistry, craftsmanship and elegance. However, we perceive them on the level of intuition and emotions rather than by association with the beginning of the 19th century.

Sans serif scripts, being a manifestation of the ideas of modernity and progress, came into widespread use after World War I. They were introduced to graphic design by the avant-garde artists associated with Constructivism, the Dutch group de Stijl and the German modernist environment associated with the Bauhaus. They originated from the rebellion against the tendencies of nationality and historicism. All characters of the manual script were eliminated: serifs, the varying thickness of the letter elements. 'Objectivity and universality were to be guaranteed by the use of geometric forms which – as it was believed – were the elements of mathematical calculations, and as shapes that are more closely related to the sciences than to the arts, could be understood and appreciated regardless of their cultural meaning.'¹²⁰. The scripts of grotesque type work well in advertising and informational publications, wherever you need a clear but dynamic message. They have a clear, strong drawing of the letter, they are associated with modernity. Their expression is more impersonal, cool and technical than serifs.

119. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 100.

120. Agata Szydłowska, Marian Misiak, *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnicywo Karakter, Kraków 2015, p. 70.

Modernist attempts to simplify and economise the script brought radical and utopian solutions. Władysław Strzemiński's alphabet (developed in 1930) is composed of 'standardized geometrical elements i.e. a straight line and a bowl. The source of the letterform is the contrast, so we reject the elements that repeat symmetrically. We contrast the elements used to construct the letter as a shape, size and slant'¹²¹. Strzemiński assumed that legibility of the typeface was not a feature resulting from its form, but from the reader's habits. He believed that by using a new alphabet in design one could change the habits of the recipient and gradually introduce it into the whole printing industry. The idea turned out to be too daring, but Strzemiński's alphabet has become a synonym of modernist ideas and it is often referred to by contemporary graphic designers. Other alphabets constructed from simplified geometrical elements make a similar impression of modernity. In this way characters are unified. It diminishes their legibility, but it may increase the aesthetic qualities; the letter starts to change into a decorative element and the text block creates a graphic texture.

The circumstances of the use or appearance of a given typeface can generate mechanisms of association in the collective consciousness. As an example of this phenomenon we can specify the typeface Playbill¹²². It is a linear serif antiqua with a horizontal line of contrast. It has massive slab serifs, which makes an impression of 'frivolous and eccentric' character¹²³. The way it was used brought about associations with 'the circus' or 'the Wild West'.

Solidaryca is a similar phenomenon. It is an alphabet referring to the logo of 'Solidarność' (the Independent Self-governing Trade Union 'Solidarity') designed by Jerzy Janiszewski. Originally, the logo appeared as a poster inspired by inscriptions on walls, bringing to mind a crowd of people gathered in order to fight for workers' rights and democracy¹²⁴. Handwritten letters, set close together along with a red and white flag have become a widely used symbol of the struggle for freedom. Solidaryca is not an officially issued typeface, but as Agata Szydłowska and Marian Misiak, the authors of the book 'Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce' ('Paneuropa, Kometa, Hel. Sketches from the history of letter design in Poland') define it: 'it is rather a collection of associations, visual references that so much retained in the collective consciousness that, in fact, in every version they refer us to the original'¹²⁵. The simple and austere aesthetics of the typeface, technological constraints in the design and printing phase revealed in the form, all of this makes us associate it with anti-system activities. The alphabet was created without the knowledge of Jerzy Janiszewski, was disseminated by many people. One could say it began to live its own life and became a symbol of many ideas. The sign 'Solidarity' spun quickly out of control of the author and became the reprinted and processed 'common good'¹²⁶. Solidaryca began to appear in numerous political and social messages.

121. Władysław Strzemiński, *Litery z jakich korzystamy...*, [in:] *Komunikat grupy „a.r.”* no. 2, (1932) [in:] Jacek Mrowczyk (ed.), *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017, p. 74.

122. The 19th-century typeface was reconstructed in the 1950s by Robert Harling.

123. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 73

124. During the protests in the Shipyard in Gdańsk in 1980.

125. Agata Szydłowska, Marian Misiak, *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2015, p. 163.

126. *Ibidem* p. 156.

It is used both by the neo-liberal circles and the conservative environment of the Polish political scene, LGBTQ circles or the feminist Manifa. It has even appeared abroad. It was used by the Hungarian opposition against Viktor Orbán and the international movement Occupy.

In the social consciousness the typeface can also be commercially identified. I can give an example of the alphabets stylized for the script used in the Coca-Cola logo or the titles of 'Harry Potter' books. The former can be encountered in the non-commercial poster as a comment to the consumerist reality, whereas the latter is rather a gadget for the circle of fans of the books and movies telling the story of adventures of the teenage wizard.

Context of the form and the tool

Each typographic character is a visual shape, a combination of lines, bowls, planes in the positive and negative spaces (being the so-called eye of the letter). Typographic characters have varied proportions, optical weight, dynamics, depending both on the shape of each letter and on the typeface in which a given letter occurs.

Handwritten scripts (and italics that derive from them) often have more dynamics than simple varieties. In the lines of the text they are also characterized by greater fluidity. As Phil Baines and Andrew Haslam, the authors of the book, 'Type and Typography' describe it, referring to handwriting as a source and model for printing scripts: 'In general, the faster the letters were written by hand, the lower its status was. Handwritings took many forms: from calm, deprived of continuity and formal, through scripts with simple structure and less formal, to those that were written very quickly – usually cursives and popular scripts. Handwriting of different status was associated with various forms of language'¹²⁷. It is also reflected in this tendency that caps (whose archetype was the Roman square capital cut out in durable material) seem to be more monumental than the text letter (as it was derived from handwriting, common script). The confirmation of this reflection can be found in the words of Adrian Frutiger, a Swiss typographer and artist, visual communication specialist: 'Today, the writer has two alphabetical orders at their disposal. Majuscule (upper case letters) used in architecture, headings and titles, in writing proper names, etc. express something sublime and festive, and minuscule (lower case letters) which became a commonly used means of exchanging written notes of all kinds and in long texts. The possibility of choosing between upper and lower case letters seems to be a luxury of great spiritual values'¹²⁸.

Let us come back to the question of associations evoked by the shape of the letter. The ornamental scripts, such as e.g. English script, full of calligraphic decorations, with a very regular and precise typeface, are considered to be elegant, festive and classic. Their beauty contrasts with modernity. They are used in visiting cards, invitations.

The two-element antiqua can be perceived as classic, connected with tradition, conservative. The Renaissance antiqua (e.g. Garamond) is constructed to a large extent with gentle bowls, giving a soft and biological impression. The two-element char-

127. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 59.

128. Adrian Frutiger, *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo 2d2, Kraków 2010, p. 123.

acter is a result of drawing the letter manually with a flat tool. Therefore, such letter-forms will always be read out as more humanistic, drawn by a human hand and not by means of precise geometric forms. This subtle difference can be captured when comparing Garamond typeface with, for example Bodoni (classified as the classicistic antiqua), which is more reserved, logical and geometric in its character. It is characterised by a strong, regular rhythm of horizontal and vertical elements, flat-cut serifs and circular caps.

Grotesque fonts (sans serif) have a distinct rhythm of vertical, horizontal and slanting elements. They are more dynamic and aggressive. The letters in the bold, extra bold variety, etc. have bigger optical weight. It is their surface that appeals to us. They have a strong graphic appearance and in typography they are a better medium for colour than linear letters. The lack of ornaments and simplicity express sophisticated restraint.

We can also consider significant the context of tools which the letter is drawn with. The tool always affects the emerging form. Depending on the tool used, we can achieve a wide range of associations from the impression of lightness, subtlety, artistry to rapaciousness and aggressiveness. One of the examples of the influence of the letter-making process on its message will be the stencil typefaces that entered the design language in the 1920s. For modernists this type of writing rendered the character of the Machine Age. Today it is associated with a certain severity, the city, militia, industry and graffiti art.

The invention of the computer as a universal tool has resulted not only in the digitization of existing typefaces, but also in the emergence of new ones. Some of them were the response to the specific character of digital tools. For example, problems with printing slanting lines were the reason why Wim Crowel designed the New Alphabet face in 1967. The creation of the script which would be recognizable by digital readers (scanners equipped with appropriate software) was the foundation due to which the OCR-A (Optical Character Recognition) typeface was created in 1968. This script is also readable for people, but its modified, untypical shape made of simplified geometric forms has been associated with futuristic visions of the development of robotics and artificial intelligence. Although today it is no longer a 'futoro' but rather 'retro' character, we cannot ignore the fact that it was the archetype of many stylized typefaces associated with the world of computers. The deformation of a letter with lower points displayed on the screen results in the shape of the so-called bitmap scripts, referring to the concept of resolution and pixel as their basic unit.

On the other hand, vernacular scripts, once understood as rooted in the local tradition, whereas today rather as those created by dilettantes without any theoretical knowledge, evoke totally different associations. We associate them with the colloquial language, imperfection, negligence. They are rough, inharmonious, but also fresh in their form. In recent years they have entered the artwork of professionals. Many designers find inspiration in them, for some they are the reason to treat typography humorously.

Many described associations reach us on the level of intuition and emotions. The 'mood'¹²⁹ was even a reason to make some attempts to classify scripts and to carry out some experimental research. W. Mengel and G. Schantz divide typefaces into soft, medium and hard, and also personal and objective. C. H. Baylis distinguishes typefaces of: top class, dignified, elegant, old-fashioned, modern, overall, feminine and masculine. A. T. Poffenberger and R. B. Franken study the emotional feel of scripts according to the following qualities: low value, objectivity, economy, richness and the power of expression.

Bror Zachrisson, in the work mentioned above, presents a very interesting point of view. He describes the influence of the designer's personality on the look of the typeface he designs. The way the writer's personality characterizes the writer is the subject of studies of the well-known and widely commented graphology. Zachrisson says that we can also apply this kind of knowledge to well-thought-out and carefully drawn forms, not just to those created with the unconscious reflex. 'The designer's personality does not disappear in his work and has a strong influence on the typeface. [...] However, there are some limits – of rather small span – of the choice of means of expression. [...] Nevertheless, there are some opportunities to create a font that will speak in its own voice'¹³⁰.

Deformation, modification. Context of the composition

'Metaphorical' lettering was an attempt to combine the function of an information medium and a symbolic idea at the beginning of the 19th century'¹³¹. Tuscan typeface, produced from 1815 by the Vincent Figgins foundry in London, which has decorative fish-shaped tails, can be given as an example of this phenomenon. Rustic, designed in the same place in 1845 (and Log Cabin modelled on it later), looks as if the letters were arranged from pieces of wooden logs. It was used to create associations with nature and 'used [...] to clearly advertise camping sites, hunting lodges and all kind of rural products and ideas.'¹³². Since then there have been many illustrative and humorous typefaces (for example Candy Bits that looks like candies, Key Caps resembling computer keyboard keys or Snow Caps covered with caps of snow), and though today they are not highly esteemed, they are an example of how the form of a typographic character can broaden its meaning. The works by Stefan Sagmeister, who constructs typography from various materials and objects, always to enrich its message, are the development of this idea and its transfer to the higher artistic level.

129. That statement can be found in the book by Bror Zachrisson *Studia nad czytelnością druku (Studies in the legibility of printed text)* in which he describes the above mentioned attempts of classification and experimental studies in the chapter *Emocjonalny stosunek czytelnika do kroju pisma i typografii (The reader's emotional attitude to the typeface and typography)* quoting the following articles: W. Mengel, G. Schantz *Unsere bleiernen Lettern* [in:] *Der Druckspiegel*, Załącznik 9B, (9.IX/1954); C. H. Baylis *Trends in typefaces* [in:] *Printer's Ink*. (8.VIII/1955), p. 44-46; A. T. Poffenberger i R. B. Franken *Appropriateness of typefaces*, [in:] *Journal of Applied Psychology* 7, (1923), p. 312.

130. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 99.

131. Steven Heller, Veronique Vienne, *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, TMC, Raszyn 2012, p. 38.

132. Ibidem.

Deformations, modifications of the shape and proportions, abandoning accepted norms – all these activities influence the expression of the typographic image. Modifications may be a result of technical necessity, such as changing the letter's proportions to 'match' it to the condition of the plane on which it occurs. They may be used to 'adorn' the letter, or to enrich it with the illustrative aspect, for example decorative initials that start the continuous text. They may have a task to enrich the typographic message with an emotional layer. This is how Phil Baines and Andrew Haslam describe it: 'Printmaking could be seen as more expressive, we would like to say painterly, so that it could express emotions or evoke feelings. Such acts as blurring, bending, breaking, cutting endow the script with a new visual rhythm'¹³³. Actions carried out to modify the letterform are so numerous and varied that I do not see any chance to create any classification. There are as many activities and methods as designers. I come to a conclusion that in principle, every aspect and element of a project can express emotions and create associations. There is an unlimited number of possibilities.

The selection of the typeface and formation of letter shapes are not the only important elements of the process. The thing that is equally significant is how to compose the text on a plane. Typography is a full-fledged compositional element that builds the expression and mood of a piece of art.

Typographic compositions on a grid¹³⁴ are characterised by rationality, legibility and functionality. They are an expression of coherence, order and logical consistency. Such layouts usually form a closed and static composition; the elements of the composition are interdependent. Similar feelings can be evoked by layouts based on the golden ratio¹³⁵, or Villard's cascade¹³⁶. Opponents of this kind of solutions accuse them of predictability and emotional chill. However, they are never automatic, mindless solutions. Quoting the work mentioned above: 'There is a conceptual relation between the physical characteristics of the subject of a book and the proportions of a page'¹³⁷. The composition towards the edge of the page, elements protruding beyond the fixed grid, their diagonal placement or asymmetry increase the dynamics of the layout. Such actions can be intensified until the effect of chaos and randomness.

As far as continuous texts are concerned, we can achieve a variety of effects controlling the line length, kerning and line spacing. In this way we can change the optical weight, unity of the text, texture of the text block. The text can be aligned to central axis, from the left or right, or justified on both sides. The left-hand alignment

133. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 126.

134. It refers to the modular construction system consisting of vertical and horizontal lines based on the numerical intervals.

135. The golden ratio (also called the divine or golden proportion) is 'a division of a section into two parts so that the ratio of the length of the longer part to the shorter one could be the same as the ratio of the length of the whole section to the length of the longer one' [in:]

https://pl.wikipedia.org/wiki/Złoty_podział.

136. The rule based on the geometrical harmony which allows us to define the size and position of the column on the page. The division of the page results from the use of diagonals. These proportions, present in medieval manuscripts and old prints, were studied and described in the book *The form of book* by Jan Tschichold, [in:] Phil Baines, Andrew Haslam *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 147.

137. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 148.

reflects the natural way of handwriting. It appeared in the printed text surprisingly late; it became popular in the early 20th century, with the advent of Modernism. Texts aligned to the axis are associated with printing, tradition, solemn mood – this type of composition appeared on the title pages as early as about 1500 (today it is most often used in job printing). Continuous texts in books were most often justified on both sides.

Function vs. form. Legibility vs. expression

I am interested in exploring how far we can modify known and recognizable letter shapes before they lose their legibility. Challenging the rules of functionality and modifying the typographic form, we can strengthen its symbolic meaning, build new associations and emotions. This is both a destructive and creative act. When we bring the project to the limits of legibility, its content becomes more difficult to read out, but its form is more strongly expressed. When the elements are unobvious they are also a method of attracting the viewer, forcing them to stop and try to decode the message.

Functionalism is closely related to utility of things, and functionality of the calendar is determined by its capability to give information. The characteristic feature of my cycle is that I upset a balance between the function and the form. The form is no longer subordinate to the function, i.e. factual information about the current date and day of the week. My assumption is a different kind of function: expressing my associations connected with months and seasons of the year; a strong visual impact of the project that will attract the viewer's attention and encourage him to interact with the calendar, to come up with his own interpretation.

Victor Vasarely – one of the most prominent representatives of geometric abstraction, believed that ‘it is more important to sense the presence of a work of art than to understand this work’¹³⁸. In this way he expressed the opinion that the perception based on senses is most important in art. This idea is very close to my views. The result is certain decorativeness, a strong optical effect of my work. What is characteristic of the presented cycle is subjectivism that outweighs objective, clear and unambiguous message.

The reflections on the relation of functionality to emotionality and subjectivity in the presented project lead me to questions about the essence of design graphics. Is the graphic designer an artist or a craftsman? Does functionality limit the ‘artistic’ approach to design? Emil Ruder, a Swiss typographer and designer, reassures me saying: ‘Typography has two faces. On the one hand, it is an activity that brings practical results; on the other hand, it concerns the form of artistic expression. Both aspects are the true children of their age; sometimes the form is more important and sometimes the function, and in favourable circumstances the form and the function are complementary to each other.’¹³⁹

138. Tony Richardson, Nikos Stangos, *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980, p. 358.

Subjectivism. Ambiguity

The form of my calendar is based on subjective associations and decisions. It is a very personal and emotional project. I think its reception and interpretation depends to a large extent on the experience and associations of the recipient. According to Umberto Eco's concept of 'an open work of art', the message can not only change due to the means of expression used by the author, but it can also depend on the viewer. A variety of interpretations is not only possible but also desirable. 'A work of art is a message indefinite in its essence, multiplicity of meanings that coexist in a single form'¹⁴⁰. It does not indicate the lack of control of the artist, the lack of 'the form introduced consciously to master the vision'¹⁴¹. What is necessary here is the intention to communicate, the idea which gave rise to the work of art. An unobvious, unclear message (and it is often the case of a work based on visual means of expression) is also a medium of information. According to Umberto Eco, it is 'highly informative (because it leads us to numerous interpretative choices), but it is on the verge of information overload, i.e. it can be understood as a specimen of total disorder'¹⁴². That kind of message forces us to make 'an interpretative effort'¹⁴³. The recipient must find the method to 'decode' the information. That kind of expression is a combination of elements of what is surprising and illogical and of rational elements rooted in what we know and understand. In the case of my work, reading out the names of the months or finding the calendar's order is just part of the communication process. The system of graphic elements (that are meaningful) can also be decoded. The visual message contains not only a set of forms and colours, but also their rhythmic patterns, qualitative differences between them, relations in the spatial layout, proportions. All these elements make up a network, a code of the work. The meanings they generate are not clear and exact, and they often work by triggering emotions. Norikazu Kita, a Japanese poster designer said that '[...] there is nothing more frightening than putting one interpretation on a work of art'¹⁴⁴. I really appreciate this opinion coming from an outstanding graphic designer.

I wonder how the issue of the message ambiguity is related to graphic design? Graphic design is expected to produce a clear and distinct message. However, if it was its only goal, nothing would distinguish it from factual, conventional information. It is an aesthetic impression that should characterise graphic design. Design is always something between functionality, legibility and the aesthetic form close to art. Phil Baines and Andrew Haslam distinguish and describe four approaches to graphic design: documentary, analytical, conceptual and expressive. Not only may a selected approach be a response to the project's character and requirements, but it can also be a result of the designer's preferences and temper. In my opinion the expressive approach is close to me and it is in line with the premises of my project of the calendar.

139. Emil Ruder, *Typography, a manual of design*, 1981, p.12, [in:] Phil Baines, Andrew Haslam *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 152-153.

140. Umberto Eco, *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Czytelnik, Warszawa 1994, p. 6.

141. Ibidem, p. 184.

142. Umberto Eco, *Pejzaż semiotyczny*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1972, p. 94.

143. Ibidem.

144. Katarzyna Matul, *Falszywe plakaty*, [in:] *2+3D grafika plus produkt*, no. 13 (IV/2004), p. 35.

The authors' description is as follows: "The expressive approach refers to the viewer's emotions. A project, like music, appeals directly to us: it works by colour, emphasis on certain elements and symbols in order to emotionally shock the recipient. Full clarity is not always the author's intention: this approach to the project is impressionistic, poetic and lyrical, which encourages a reflection on the content."¹⁴⁵.

Selection of typefaces

The choice of fonts I use is also a personal choice and, one can say, sentimental. It is not a complete and objective ranking of the most important phenomena in the script design from the 18th century to the present. I pay tribute to designers and typefaces that have turned out to be particularly important and significant to me, but also remarkable for the history of typography. The set that I have chosen can be considered the so-called 'classics' that have stood the test of time and are still used in design. Most of them were originally intended for relief printing and typesetting. Most of the typefaces I have chosen were body faces. 'They have long been regarded as the most perfect manifestation of printing art'¹⁴⁶. I check their potential in the typographic poster and in graphic design, whose tool the computer is. The task of body faces treated in a traditional way is their 'invisibility', transparency¹⁴⁷. Today the old division into the body typefaces and display typefaces is diminishing. I think that modern design resigns from this transparency, exposes the beauty of letterforms, typographic forms that have been hidden so far, known only to few enthusiasts. I want to base my projects on these forms, to build of them. I make an attempt to confront the scripts which have their historical connotation with my design. I am checking what material they are in drastic solutions I use in typography.

Bodoni bold and Futura medium italic – styczeń/January

January is an encounter of the old and the new. In the typographic layer it is a combination of tradition and modernity. It is the only month in which two typefaces appear.

The one-element, sans serif Futura was designed by German typographer, teacher and designer Paul Renner in 1927-30. Designing an antiqua in geometric forms was an expression of modernity. That is what Jan Tschichold wrote about the first early grotesque typefaces: 'In the grotesque script letters are devoid of any ornaments; their essence – the skeleton, inner line – appears for the first time as something pure and genuine'¹⁴⁸. It was an expression of the modernist revolution that

145. Phil Baines, Andrew Haslam, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, p. 124.

146. Ibidem, p. 51.

147. Beatrice Warde writes about it in her lecture *Kryształowy kielich* ([in:] Przemek Dębowski, Jacek Mrowczyk (ed.), *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, p. 37-45). According to Warde typography should be subject to the work's functionality, and it should not be a result of the designer's self-expression.

148. Jan Tschichold, *Nowa Typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Lodz 2011, p. 20.

took place in typography at the beginning of the 20th century due to Constructivism, De Stijl group, and the Bauhaus school. It is characterised by mechanical precision, it is spare and austere. Thanks to its universal, logical form, it is still popular.

Bodoni typeface dating back to the beginning of the 19th century is also characterized by a kind of geometric simplicity, but in a more traditional and humanistic manner. It is more drawn than written. It was designed by Giambattista Bodoni, Italian script designer, printer and stamps' engraver. It has a high contrast of the line thickness, thin slab serifs and circular caps, which makes it distinguished by its decorativeness, elegance, monumentality. According to Bror Zachrisson, 'it seems rather academic and austere'¹⁴⁹.

Bodoni and Futura overlap each other. They reveal the differences in construction and dynamics (a juxtaposition of the bold typeface with the vertical axis in Bodoni and the medium italic in Futura). At the same time it is possible to see a common skeleton of different types of the antiqua.

04b_03 – luty/February

04b_03 font was designed by Yuji Oschimoto, Japanese graphic and games designer in 2003. It belongs to the popular font family '04' and is one of the most popular bitmap fonts whose form refers to the phenomenon of 'pixelating' – deformation of the form of a vector sign transferred into a bitmap. Associated with the world of computers, it is a suggestive testimony of the digital revolution. It is impersonal and restrained, it ideally renders the mood connected with the old understanding of the word 'luty' (February): severe, tough, threatening.

Century 725 roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed – marzec/March

The two-element, serif typeface Century 725 was designed by Heinrich Wilhelm Hoffmeister at the beginning of the 20th century. As for me, it is an example of beautiful typographic craftsmanship. It is characterized by high legibility, elegance. It belongs to the group of first typefaces which were designed as a family. It occurs in six varieties (roman, italic, bold, black, condensed, bold condensed). That is the reason why it is used (in all varieties) in marzec (March) when the weather is changeable and varied – there is a Polish saying 'w marcu jak w garncu' (in March like in the pot).

VAG Rundschrift – kwiecień/April

VAG Rundschrift was designed by Peter Bury in 2007. It was modelled on VAG Rounded typeface designed in 1979 (for Volkswagen AG). The origin of the face is not clear. Some sources claim that it was designed by Gerry Barney from the Sedley Place agency, other attribute it to Wolf Rogosky and Gerd Hiepler. It is a one-element, sans serif antiqua with geometric construction and distinctive circular letter

149. Bror Zachrisson, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970, p. 235.

caps. If any typeface can be perceived as optimistic and warm, then I think that is what VAG Rundschrift is. I try to avoid considering it as associated with the automotive industry and the keyboard of Apple computers in which it was used. Taking into account its softness and cheerful character, I use it in the context of the season when plants and flowers grow. It goes together with soft, undulating lines: 'kwiecień – plecień' (April the weaver).

Zapf Humanist 601 italic – maj/May

Zapf Humanist 601 typeface which I used is a digitised version of Optima released by the company Bitstream, designed in 1958 by German calligrapher, typeface designer, artist and teacher Hermann Zapf. Optima is considered a sans serif typeface. It has narrowed central parts of stems and the so-called hidden serifs, which is the reason why its classification is not obvious. Its form is inspired by ancient and Renaissance inscriptions engraved in stone, and there are also references to calligraphic forms. Tranquil, solemn and elegant, yet simultaneously light and delicate, it is a very versatile typeface, well suited as a body script and a job script. Some designers say that it is a 'feminine' typeface, often used in cosmetics and perfume advertisements, fashion publications and women's magazines. I have chosen it as a representative of May, according to Latin etymology dedicated to Maia – the ancient mother-earth, goddess of growth. 'Maić się' means to adorn, to cover with flowers. That is the reason why I came up with the idea to break the typography with fine, but thickened point raster.

Geometric Slabserif bold italic – czerwiec/June

The linear, sans serif antiqua, the so-called 'Egyptian', whose original versions appeared in the first half of the 19th century, has geometric serifs of the same width as the stem. Geometric Slabserif is a digital version of Rockwell typeface released by the company Bitstream, designed by Frank Hinman Pierpont for Monotype in 1934. It is a geometric typeface, with the letter "o" close to the circle. June is the 'month of bees', so the dynamics of this face, its straight power was broken by an isometric pattern referring to a six-sided honeycomb pattern; it is interwoven into its structure and the texture of a 'swarm' of fine stochastic raster that creates the background hum.

Verdana bold and bold italic – lipiec/July

It is one of the most popular typefaces dedicated to be used on the Internet. Adapted for display on the screen, legible even at a low number of points, it is a testimony of the digital revolution. Verdana was designed by Matthew Carter and Thomas Rickner in 1994. Its name is derived from the English word 'verdant' meaning the hue of juicy, green vegetation. In addition, the typeface was created in Seattle, a city with a large area of urban green. The form of overlapping letters juxtaposed in the bold and bold italic varieties is a dynamic reference to the rhythms of light and shade in this sunny month. Centrally arranged circles are not only a solar symbol, but also an association with the grain of the tree which was worshiped in this month in the past.

Baskerville Old Face – sierpień/August

Baskerville Old Face is Isaac Moor's 1992 digitised adaptation of the 18-th-century antiqua created by John Baskerville – English calligrapher, printer and entrepreneur. Robert Bringhurst describes it as ‘a typeface with a rationalist axis, distinguished by a consistent symmetry and a delicate finish’¹⁵⁰. Baskerville's antiqua is a type of Baroque typeface, with strong serifs and accented vertical elements of letters. It has a clearer contrast and a more vertical axis of circular parts of letters than the Renaissance antiqua. It is therefore considered to be an intermediate type in evolution towards the classicist antiqua. It is both aesthetic and functional, and perhaps that is the reason why it is one of the 18th-century typefaces most often adapted by font manufacturers.

Baskerville typeface is bright and elegant, has beautifully drawn bowls and therefore it seemed suitable for the summer, the season of warmth and harvest. The deformation that it has been subjected to is based on diagonal cuts, removal of some details or their shift. For me it is associated with the harvest and the dazzling sun, which was the starting point in the selection of forms and design activities.

Avant Garde bold – wrzesień/September

The typeface was designed by Herb Lubalin (and developed by Tom Carnase) in 1970. Originally it was a set of letters that created the logo of the magazine *Avant Garde*: one-element, constructed of geometric shapes. It is dynamic and modern, has an uncompromising ‘avant-garde spirit’. It was famous for its rich, varied set of ligatures. That is what Szymon Bojko, deceased Polish historian and art critic wrote about the *Avant Garde* font: ‘It made a real world career because of the interesting shape and combinations of letters in one graphic sign. Lubalin used ligatures to obtain a beautiful and creative effect, not burdened with decorative subordination but emphasising the richness of lettering constructions’¹⁵¹. Potent, with the beautiful and straightforward form, it works rather as a display than a body typeface. In this card of the calendar it appears as entangled in soft, biological lines which are my association with the September gossamer.

Franklin Gothic demi – październik/October

Franklin Gothic typeface was designed by Morris Fuller Benton in 1902-1912. It belongs to a group of the first grotesque typefaces and in the United States it enjoyed similar popularity as *Akzidenz-Grotesk* in Europe. Although it was designed more than a century ago, its form is very ‘contemporary’ and universal. This sans serif body script is an expression of the industrial revolution that radically altered the methods of production – including the textile production. Hence my perverse idea to use it in the month dedicated to combing flax fibres, surrounded by linear rhythms that look like a textile weave.

150. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, p. 107.

151. Szymon Bojko, *Herb Lubalin*, [in:] *Projekt. Sztuka wizualna i projektowanie*, no. 129 (II/1979), p. 25.

Swiss 721 condensed and condensed italic – listopad/November

Swiss 721 typeface, which was created for Bitstream in 1982, is a popular adaptation of Helvetica. This digitised version varies slightly from the original one according to slightly changed proportions of the elements forming the character. Helvetica was designed by the Swiss typographer Max Miedinger in 1957 (modelled on the German typeface Akzidenz Grotesk – a representative of the age of Realism of the late 19th century). It was popularized by prominent designers affiliated with the so-called Swiss style. Opinions about it are divided. Robert Chwałowski, lecturer and promotor of typographic knowledge, wrote about it: ‘«Helvetica» [...] is the Latin term for Switzerland. ‘Helvetica’ is the crowning achievement of Swiss typography: simple, neutral and therefore universal’¹⁵². Martin Majoor, a Dutch typeface designer, is of different opinion. According to Majoor ‘«Helvetica» does not significantly differ from «Akzidenz Grotesk». It only pretends to be better, but in fact it is deprived of its character [...]. «Helvetica» is nothing but a graceless copy’¹⁵³. And then he continues: ‘In fact, the script is deprived of expression’¹⁵⁴, ‘is an ill-fated project’¹⁵⁵. I would not like to stay impartial and I do not feel competent enough to say whether Helvetica was an outstanding or mediocre project. However, I cannot miss the fact that it is probably the most widespread and popular typeface in the world of design. I also do not think it is ‘deprived of expression’. I rather agree with Robert Bringhurst, who writes about Helvetica without valuing, analysing its features: ‘thick, uniform lines and a tiny aperture bring to our mind strength and persistence’¹⁵⁶. We can associate its pure, restrained shape with the international corporate style. It is omnipresent. It is also impersonal and reserved, but it does not mean that there is no potential to use it in the poster. I try to subject it to deformations that give the impression of motion, wind and hazy blur.

Times New Roman bold – grudzień/December

It was designed by Stanley Morison and Victor Lardent in 1932 on commission of the newspaper ‘The Times’. A year later the Monotype company made it available for commercial use. ‘This typeface has a humanistic axis, but it is characterized by Mannerist proportions, Baroque thickness and sharp neoclassical details’¹⁵⁷. Highly legible, designed for an economical approach to the page space, it is considered the most popular font of the first half of the 20th century and one of the most ubiquitous typefaces in history. Although today it is not very popular, it works well when we look for associations with tradition. In this calendar card, the letters are ‘cut’ and their fragments are separated. Frozen blocks of ice, snow, chill and fast-falling dusk – it is December.

152. Robert Chwałowski, *Arial vs. Helvetica*, [in:] 2+3D. *Grafika plus produkt*, no. 13 (IV/2004), p. 22.

153. Martin Majoor, *Helvetica była błędem*, [in:] 2+3D. *Grafika plus produkt*, no. 16 (III/2005), p. 13-14.

154. *Ibidem*, p. 14.

155. *Ibidem*.

156. Robert Bringhurst, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007, p. 107.

157. *Ibidem*.

Language of geometry

For me art and graphic design are a kind of language, communication by the image. I have chosen typography and geometry for my design expression. Still during my studies at the Faculty of Graphic Arts and Painting at the Academy of Fine Arts in Lodz, in the Screen Printing Studio run by Professor Andrzej Smoczyński I began to explore the properties of geometric forms and rasters as a correlator of space and motion, devoid of references to mimetically treated reality. My own search was accompanied by the fascination by with optical art.

Is geometric art, as some people claim, an expression of spiritual reality? In the case of my works, I would not dare say that. I feel connected with the material reality, its spatiality, multi-layering, motion and dynamics. I think my works are emotional, but there is no spiritual depth or metaphysics in them. I rather share the view described by Professor Grzegorz Sztabiński, lecturer of my alma mater: 'Many artists and art theoreticians believe that [...] geometry does not set us back from reality, and it brings us closer to it, allows us to better understand and control it'¹⁵⁸. In my view, studying geometry means that I study the order of the world and the laws that govern it, and it is an analysis of general rules and structures of reality as well as our minds. I think geometric art refers to the reality of our mind and results from its properties and capabilities.

Amadee Ozenfant and Charles Eduardo Jeanneret-Gris (Le Corbusier) – the representatives of Purism – claimed that the human basic need is the need for order. The fact that we deal with geometry is a result of this need. Le Corbusier writes: 'One of the greatest pleasures of the human mind is to perceive the order of nature and to measure one's own participation in the status quo; the work of art seems to us an organising work – a masterpiece of human order'¹⁵⁹. Furthermore, these works have an aesthetic impact on us in which we can see geometrical rules. It is reflected in my personality, character, and thus, in my work. I like order, clarity. In design I am interested in using a grid and a well-ordered structure. What I do is based on emotions, but also on reflection – more than on spontaneity. So perhaps the tendency towards geometry, which gives the opportunity to rationalize the composition, is simply a manifestation of my personality.

I think that in geometric, abstract forms there is the visual power and intensity resulting from the release from literal mimetism or anecdote. That is what Wassily Kandinsky wrote about it: 'One can spot one of the differences between the figurative and abstract art. In the former the sense [sound] of the element as such is veiled, suppressed. In abstract art a full, not dull sound can be heard'¹⁶⁰. The content, though not descriptive, gains the strongest expression and conciseness.

For me geometry is not only an aesthetic formula and a goal in itself. It is a kind of language, a message that allows for a variety of interpretations. Not only is a discursive language available, but also, for example a language of images or music. It is of course the language in a metaphorical sense; the message stimulating the ima-

158. Grzegorz Sztabiński, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, p. 13.

159. Le Corbusier, *Puryzm*, [in:] Elżbieta Grabska, Hanna Morawska (ed.), *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, p.106.

160. Wasyl Kandyński, *Punkt i linia a płaszczyzna*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, p. 51.

gination, but at the same time elusive. Geometry can be a message, but it can never be decoded explicitly and precisely. Bożena Kowalska, art historian, critic and art theoretician writes in this way: ‘The message is always included – also in the works of these artists who renounce the presence of any content that originates from the areas going beyond art, concentrating exclusively on the issues of form. First of all, it is a message concerning the solution of the artistic problems they deal with: arrangements of forms, colours, directions of tensions, rhythms and spatial layouts. Secondly, it is an expression of specific emotional experiences’¹⁶¹. In the context of the language of geometry, it is difficult to talk about the existence of a system of meanings or codes generally accepted and valid. It is different for every artist (and sometimes even for every work).

I am close to the attitude of artists associated with op-art. They presented phenomena occurring in nature, the relationships of colours, motion and depth in isolation from specific objects, using geometric forms. I use the word ‘abstracting’ to call the process of selecting certain characteristics of nature and translating them into an abstract image. I also use this method in my work. In abstracting, I move to the limits of recognisability of the initial associations (or even beyond it). It is not only an intellectual but also intuitive, emotional, decorative and at the same time structural activity. Still during my studies I became interested in optical art. I remember how impressed I was at the exhibition of works by Bridget Riley, which I saw at the Museum of Art in Lodz in 2005. I was enthralled by the form of these works, their visual power, and then, reading about Riley's work, I realized that we have similar premises. Building spatiality is just one of them. Bridget Riley's paintings resulted from her personal experience of nature. The starting point for the composition could be a reflection of light on the surface of water, the grass waving in the wind or shapes of clouds in the sky. These motifs were transformed and developed during her painting work. She studied the effect of multiplication and scaling on forms and colours. She began with a work in black and white; colour was introduced as a successive element.

I situate the effects of my work somewhere between the abstraction and reality. There are a lot of artists who perceive geometric abstraction as freed from descriptiveness, from associations with an object. In my opinion we can escape from that content neither in the process of design nor perception. The applied forms are a result of abstracting my associations concerning the names of months and the phenomena accompanying the seasons of the year. The work that is created derives from specific references to reality, but it is more generalized. I try to find a characteristic element, important for me in every name of the month and their specific nature. It is transposed into graphic objects that make up the composition.

Bożena Kowalska also writes about it: ‘Geometry is a symbolic representation of the fundamental forces of nature’¹⁶². Geometric shapes result from the simplification of forms of nature, they are the search for its essence. Vertical and horizontal arrangements are the expression of two opposing forces. The horizontal aspect is like a horizon, it is stable, material, static. The vertical position is the expression of the oppos-

161. Bożena Kowalska, *W poszukiwaniuładu. Artysci o sztuce*, Galeria Sztuki Współczesnej BWA Katowice, Galeria EL, Elbląg 2001, p. 13.

162. Ibidem, p. 48.

ite spirituality and motion¹⁶³. It is a combination of the opposites: passivity and activity, male and female strength. Whereas diagonals and slanting lines are for me the expression of what is dynamic, variable and aggressive. The circle is seen as a symbol of the Sun, cosmos, fullness, and the line becomes an expression of movement and the passage of time. Multiplications of geometric shapes, used in the calendar's project, are for me an expression of continuity and cyclicity. They have the nature of a question about the structure of time and space. The rhythms of lines and other shapes are an expression of the orderly structure of the world.

Language of geometry in graphic design

The use of Euclidean forms in design is not a new idea. The transfer of the achievements of geometric abstraction and Neo-Plasticism into the design area took place on the ground of Constructivism and Avant-garde. 'Geometric art was involved [...] in the great project of Modernism'¹⁶⁴. Typographic forms and photographs became the elements composed according to the already known principles, along with abstract shapes. Geometric elements, rasters and multiplication of forms are also my personal artistic language. I give them the role of characters and explore their function for my own sake.

Geometry became a 'design' language due to the activity of the avant-garde artists such as Henryk Berlewi. Recognized as a forerunner of Op-art and Minimal art, he was also a precursor of modern graphic design, to which he introduced abstract solutions. The mechanized means that appeared in his artwork are widely used today, also by me. His ideas are very close to me. Observing and analysing the contemporary painting and new materials introduced to it (for example glass, wood, newspaper prints), Henryk Berlewi noticed that it goes away from the so far existing two-dimensional aspect towards a kind of relief, which he called *skulptomalerei*. As he wanted to preserve the flat surface of the painting, not resigning from the visual impact of various materials and textures, he worked out their graphic *equivalents*. Magdalena and Artur Frankowsky described this phenomenon in their book dedicated to Berlewi: 'The artist, searching for new means of expression, transformed the structure of painting materials into a system of rasters composed of circles, dots, straight and undulating lines as well as square surfaces of different force and intensity'¹⁶⁵. They are not literal activities, far from the photographic likeness. I suppose it is an activity analogous to what I call *abstracting* and apply in my work. At the same time Berlewi believes that his *mechano-textures* have an emotional impact, they evoke impressions. He uses them in the context of the typographic composition. He limits the colour scheme of his works to black and white, sometimes allowing for the application of red.

The Avant-garde movement found its cultivation in the typographic poster. In the catalogue accompanying the first edition of the exhibition 'Typo & Construc-

163. For example, Wassily Kandinsky characterises the horizontal line as cool, and the vertical line as warm.

164. Grzegorz Sztabiński, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, p. 31.

165. Magdalena Frankowska, Artur Frankowski *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009, p. 47.

tion' in Lodz, Zdzisław Schubert describes two attitudes related to the typographic poster in Poland. The first one uses expressive, painting typography. The second is a result of a rational approach to design and nurtures the Constructivist tendencies. It is the attitude that is a frequent language of the Lodz design environment. Now we are living in a globalized reality. It is more and more difficult to tell the difference between projects created in different parts of Europe and even the world. Perhaps that is why what is local, what distinguishes us from others seems to me so valuable and unique. For me as an artist and designer the encounter with the so-called 'Lodz school of poster' was a very important and developing experience. Thanks to the possibility of getting to know the poster art of the lecturers of the Academy of Fine Arts in Lodz: Professor Bogusław Balicki and Professor Stanisław Łabęcki I understood that abstract and geometric motifs and typography can be used to express certain ideas, feelings and emotions. The posters of this artistic duo designed for exhibitions, which they began to create before the mid-1960s for the Museum of Art in Lodz and the Lodz Artistic Exhibitions Bureau, are characterized by an original graphic language. They are balanced and spare compositions, as is the lettering used in them, and what is most important, they are not literal and obvious. They are a comment, reflection expressed by original means of expression, their own individual language. This phenomenon was aptly characterised by Jan Kubasiewicz – artist, designer, lecturer at the Massachusetts College of Art and Design: 'In [...] the exhibition posters the designers presented the viewers 'archetypal' features of the presented artists' visual language, which they discovered themselves'¹⁶⁶. They refer to the theme of the exhibitions by their own original interpretation. It is also an equally important aspect of their artwork, as important as the use of geometric forms, raster structures, typography as a graphic language. Individualism, the sense of being an artist, a combination of fine art and functional art – these are also my cherished ideas.

Formal means of expression

A cycle

According to the definition of the Polish Language Dictionary, a cycle is 'a set of literary, musical, artistic works that form a whole'¹⁶⁷. If a given 'set of works' is to form an integral whole, there must be a connective value combining elements so that they had something in common. In my case, it is, on the one hand, the consistency of the theme resulting from the structure of the thirteen-page calendar, and on the other hand, the coherence of formal assumptions. They are (additionally to the previously mentioned typographic assumptions): a limited colour scheme and the use of rhythmic arrangements of forms.

Limiting the dominant layer of the composition to black and white contrasting with the pure colour enhances the clarity of design. Black and white express the dual-

166. Jacek Mrowczyk (ed.), *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017, p. 271.

167. <https://sjp.pwn.pl/slowniki/cykl.html>.

ity of opposite phenomena (like day and night, light and darkness, good and evil). For Wassily Kandinsky black was the symbol of death, while white represented birth. White is silence, quietness. The alternating layouts of black and white result from the multiplication of forms and the use of raster structures. The choice of such solutions is based on reflection on time and how I try to translate it into graphic means of expression. Time is difficult to define. We owe its measurability to periodic, repetitive processes. We can express the passage of time with a number of certain cyclic events, sunrises and sunsets, repetition of seasons of the year, movements of the pendulum in the clock.

A geometric ornament itself, isolated from the context in which it is located, does not express any message, it is merely decorative. When it is in the system, in the cycle, confronted with another arrangement, it has a chance to gain meaning and content by contrast or development, continuation. I think that a cycle gives common meaning to the particular works that form it. It creates an integral message. The narrative of my calendar tells a story about the variability and cyclicity of the months and seasons of the year.

Raster as a graphic tool

I have always been interested in the visual language based on regular rhythm, the architectural structure of the grid and a repetitive pattern. The raster pattern perfectly fits into the areas of my search. I was interested in its form and the graphic impact. My fascination with the raster originated from my experience with the screen printing technique. I quickly ceased to treat the raster only as a technical tool to transfer the colour value and tonal blends into the printing process. I began to treat the raster freely, in isolation from its tasks and technological conditioning. The applied forms result from transformation of the linear, point and stochastic raster. In the presented works I connect this matter with typography.

The raster texture viewed from a distance creates a plane filled with colour or an image gradient. It works on the border of optical illusion. Looking closely, we can see individual, single shapes. It much depends on the scale used there and the distance of the viewer. In my works, rasters or related geometric patterns are enlarged. It helps to study their construction, but at the same time it contradicts the basic function of the raster. I am interested in the transitional moment, when we stop seeing the raster as a colour stain, and we start seeing (as a separate element) every point or line that make up the raster.

The raster texture is also a tool that creates an impression of depth due to the changes of density and size of the elements. I am interested in searching for the impression of spatiality, the three-dimensional aspect in a two-dimensional image. My inspiration is based on the solutions appearing in Op-art and geometric abstraction. The impression of depth is achieved by means of flat forms. Rudolf Arnheim in his book 'Art and visual perception' states that there is nothing like a definitely flat image, only a two-dimensional one, even if we use the simplest, most spare means of expression (e.g. a point or a line). We will always identify the difference between such an element and the surrounding plane with their spatial relation.

We can also combine all aspects of spatiality with the aspect of time. An interesting point of view concerning the issue of space and time in painting is depicted

by Wassily Kandinsky in his book 'Point and line to plane': '[...] the illusory depth is an actual one from the pictorial point of view and consequently a certain, even though immeasurable, time is required to follow the form elements receding into depth. Therefore: the transformation of the material basic plane into indefinable space offers the opportunity of increasing the span of time'¹⁶⁸. Building the depth in a painting expands its perception in time.

The interplay of composition layers

Another feature of the presented work, also resulting from my attempts to find spatiality is the multi-layered composition. The subject of my interest is the mutual interplay of the typographic layer and the layers of the rhythmicised geometric forms. The juxtaposition results in the influence of the structures on each other, often leading to the loss of readability of the text. I often combine an open and closed layout on the plane. The space of the open layer extends beyond the boundaries of the project, as well as into depth. The arrangement of the open and closed composition creates contrast in the structure of the poster. The open structure is usually interpreted as a background against which the closed structure is placed and displayed. Obviously, it is not always the rule, but the starting point for the spatiality search and exploration. In my works the typographic layer is also not always a clear and unambiguous closed system. The individual layers are sometimes found in the perspective contradiction. This space is rather more surrealistic and abstract than logical.

Colour

In our culture, since the time of the pagans we have seen time as recurring yearly cycles. The use of the shape of the circle to illustrate this cyclicity seems obvious. Time runs around the circle, returning every year to the starting point. The year is a repetitive and constant structure. The circle is a figure without the beginning and the end, an expression of fullness. Time extends in eternity, and its cycles are conventional and result from the rhythmicity of phenomena. The clock face is also a circle.

The sunlight is inextricably associated with our perception of the passage of time: the course of hours and seasons of the year. In my work I use the idea of the colour wheel (colours following the order of the rainbow) resulting from the dispersion of light. I decided to combine these two associations into one quality. I used the colour wheel originating from the dispersion of visible light and the circle as a cycle of seasons to create a system revealed in the structure of the calendar project. The colour wheel was divided into twelve parts and each one was assigned to one month.

The division into warm and cool colours is one of the basic steps taken to order colours. Thinking of the seasons of the year as divided into warm and cold is equally common. The association of these two orders is pretty obvious and simple.

168. Wassily Kandinsky, *Point and Line to Plane*, translated by Howard Dearstyne and Hilla Rebay published by The Solomon R. Guggenheim, New York City 1947, p. 145, note 1

In the project colours appear in the form of gradient transitions coming in the rainbow order. I treat them as a gradual change, a mild transformation extended over time. Both black and white, as well as changes in the temperature of colour are factors affecting the depth of the composition. Warm colours are seen as closer to the eye of the viewer, whereas cold colours seem to be further. The temperature and value gradient is therefore an additional means of expression that builds space.

To create the system, I use the colour wheel derived from the HSB model, which (unlike the CMYK and RGB models) is not designed to display colour in print or on the screen. It is based on how our eye and brain see the colour and how they interpret it. Two components of saturation and brightness were added to the spectrum of visible light presented in the form of a circle. I use the first parameter (concerning colour) whose range is defined by the angle ranging from 0 to 360°. Individual colours of the HSB model were translated to the mode of the CMYK colour wheel. Due to the digital printing technology, I made corrections of the colour composition. I wanted to achieve clear colours, better matched after printing with their spectral counterpart.



The colour wheel divided into twelve fragmentary gradients.
Each fragment is the smooth transition from one colour to another.

Conclusion

Summarizing the most important phenomena that have influenced the design of my project, I can mention the typographic poster and the phenomenon of 'self-editions'. I transfer the idea of 'self-edition' present in the poster to the calendar, which was not created on commercial commission, but came from my need to express myself. I am aware of the fact that my project does not meet the requirements of traditional functionality that we expect from a calendar. The digital revolution, which gives us highly functional solutions in the form of applications, has changed our perception of the printed calendar as a purely functional object, opening the way for its evolution into a work of art. A similar process occurs in the case of the poster. The transfer of advertising into the space of other media has made the author's original poster develop dynamically.

The project is subjective, emotional, more focused on the visual effect than functionality. I accept its ambiguity – I give the viewer leeway to interpret it. I draw upon the postulate that both pure and functional art are a kind of message, and the formal means that they use can be regarded as a kind of language. I assume that design can use the means of expression combined with pure art, graphic arts and painting. It can speak in the language of geometric abstraction, and endow typographic characters with emotional expression.

In my work I am considering the semantic capability of typography. I consider the historical context of typography, its visual form and composition, the tools, and all kind of modifications introduced during the design process to be a source of associations and emotions it can evoke.

The forms and geometric layout I use are for me an expression of the orderly construction of the world, the structure of time and space, but also kind of abstracting associations which are evoked by specific phenomena associated with the characteristics of the months and seasons of the year. The appearing colour is based on the spectrum of visible light, depicted in the form of the colour wheel. Although in the project it has a peripheral function, it is complementary to the system.

Project/Execution

The project has been executed in the form of 13 digital prints in the format 100 x 70 cm, on the matt paper of the density of 170g/m³.

On the successive pages I present in a smaller scale projects of particular posters which make up the calendar. As I wished to most faithfully render the original colours of the project, the successive pages have been printed in the same digital printing technology, on the matt paper of the density decreased to 140 g/m³.

Bibliography:

5. *Festiwal Plakatu w Krakowie*, Galeria Plakatu w Krakowie, 2005
- Arnheim Rudolf, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, Oficyna, 2014
- Baines Phil, Haslam Andrew, *Pismo i typografia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010
- Bosshard Hans Rudolf, *Reguła i intuicja. O rozwadze i spontaniczności projektowania* Wydawnictwo d2d, Kraków 2017
- Bringhurst Robert, *Elementarz stylu w typografii*, Design Plus, Kraków 2007
- Chi-Hang Tam Keith, *Typograficzny pejzaż Wolfganga Weingarta*, [in:] *2+3D grafika plus produkt*, no. 6 (I/2003)
- Delavaux Celine, *The museum of illusions – Optical tricks in art*, Prestel, Munich, Londyn, Nowy Jork 2013
- Dębowski Przemek, Mrowczyk Jacek (ed.) *Widzieć / wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011
- Eco Umberto, *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Czytelnik, Warszawa 1994
- Frankowska Magdalena, Frankowski Artur, *Berlewi*, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2009
- Frutiger Adrian, *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo 2d2, Kraków 2010
- Gloger Zygmunt, *Encyklopedia staropolska*, Druk P. Laskauera i W. Babickiego, Warszawa 1900
- Grabowska-Konwent Anna (ed.) *Typo & Konstrukcja: wystawa plakatu*, Miejska Galeria Sztuki w Łodzi, 2000
- Grabska Elżbieta, Morawska Hanna (ed.), *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977
- Heller Steven, Vienne Veronique, *100 idei, które zmieniły projektowanie graficzne*, TMC, Raszyn 2012
- Itten Johannes, *Sztuka barwy*, Wydawnictwo d2d, Kraków 2015
- Jouan Laura, *The poster defined and redefined in: Look at me! New poster design*, Promopress, Barcelona 2015
- Kandyński Wasyl, *O duchowości w sztuce*, Państwowa Galeria Sztuki w Łodzi, Łódź 1996
- Kandyński Wasyl, *Punkt i linia a płaszczyzna*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986
- Kotula Adam, Krakowski Piotr, *Sztuka abstrakcyjna*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1973
- Kowalska Bożena, *W poszukiwaniuładu. Artyści o sztuce*, Galeria Sztuki Współczesnej BWA Katowice, Galeria EL, Elbląg 2001

Matul Katarzyna, *Falszywe plakaty*, [in:] *2+3D grafika plus produkt*, no. 13 (IV/2004)

McLuhan Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004

Mrowczyk Jacek (ed.) *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, Wydawnictwo 2+3D, Kraków 2017

Popiel Walentyna, *Kiedy trawień był majem*, [in:] *Tygodnik Polski*, no. 12 (20.III./1960)

Referowski Włodzimierz, Jabłoński Jerzy, *Liternictwo*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1962

Richardson Tony, Stangos Nikos, *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980

Rypson Piotr, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2007

Save The Date, New Ideas and Approaches in Calendar Design, Viction 2010

Schubert Zdzisław, *Typo & Konstrukcja: przegląd plakatu polskiego*, Państwowa Galeria Sztuki, Łódź 1996

Seddon Tony, *The evolution of Type, A Graphic Guide to 100 Landmark Typefaces*, Thames & Hudson, London 2015

Stopa-Pielesz Ewa, *Estetyka w typografii wobec postulatu czytelności*, Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, 2009

Stopa-Pielesz Ewa, *Wykłady*, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Folia Academiae, Katowice 2009

Sztabiński Grzegorz, *Dlaczego geometria? Problemy współczesnej sztuki geometrycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004

Szydłowska Agata, Marian Misiak *PanEuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2015

Tschichold Jan, *Nowa Typografia*, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011

Tyczkowski Krzysztof, *Lettera Magica*, Polski Drukarz Sp. z o.o., Łódź 2005

Typo & Konstrukcja 3, Miejska Galeria Sztuki w Łodzi, 2006

Urbaniec Maciej, *Obraz i słowo*, [in:] *XII Międzynarodowego Biennale Plakatu*, Warszawa 1988

Warda Michał, *Plakatowa kultura obrazu i słowa*, [in:] *XII Salon Plakatu Polskiego*, Warszawa 2005

Zachrisson Bror, *Studia nad czytelnością druku*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1970

Zbierski Teodor, *Semiotyka książki*, Ossolineum, Wrocław 1978

Zwoźniak Zdzisław, *Kalendarze*, Krajowa Agencja Wydawnicza 1981

Electronic resources:

<https://apeloig.com/>
<http://literat.ug.edu.pl/glogers/0021.htm>
<http://obcyjezykpolski.pl/pazdziernik-bo-wtedy-odpadaja-pazdzierze/>
<http://obcyjezykpolski.pl/polszczyzna-od-reki-pana-literki/o-nazwach-wrzesien-i-pazdziernik/>
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Baskerville>
https://pl.wikipedia.org/wiki/Czerwiec_polski
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz>
https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_gregoriański
https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_słoneczny
[https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_\(publikacja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kalendarz_(publikacja))
[https://pl.wikipedia.org/wiki/Optima_\(czcionka\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Optima_(czcionka))
https://pl.wikipedia.org/wiki/Times_New_Roman
https://pl.wikipedia.org/wiki/Złoty_podział
<https://sjp.pwn.pl/slowniki/cykl.html>
<https://www.slawoslaw.pl/category/miesiace/>
<https://www.linotype.com/1083026/century-725-family.html>
<https://www.linotype.com/1487710/itc-avant-garde-gothic-family.html>
<https://www.linotype.com/1540/times-new-roman-family.html>
<https://www.linotype.com/1562935/vag-rounded-family.html>
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/swiss-721/>
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/zapf-humanist-601/>
<https://www.myfonts.com/fonts/linotype/vag-rounded/>
<https://www.myfonts.com/fonts/paratype/geometric-slabserif-712-bt/>
<http://www.teknidermy.com/issue/4/iviewyuj.html>