dr hab. Jacek Mrowczyk
Akademia Sztuk Pięknych
w Katowicach

Projektant grafiki użytkowej, redaktor, kurator, pedagog. Ukończył Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych oraz Wydział Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Współtwórca i redaktor ogólnopolskiego kwartalnika projektowego „2+3D", ukazującego się w latach 2001–2016. Autor artykułów i książek poświęconych grafice użytkowej. Pracuje w katowickiej Akademii Sztuk Pięknych. Wykłada w uczelniach w kraju i za granicą, między innymi w Rhode Island School of Design w Providence (USA).

6 Promowanie przez pisanie. Rola publikacji i krytyki w kształtowaniu projektowania graficznego

promocja dizajnu

historia typografii

krytyka projektowa

teoria projektowania graficznego

ewolucja praktyk projektowych

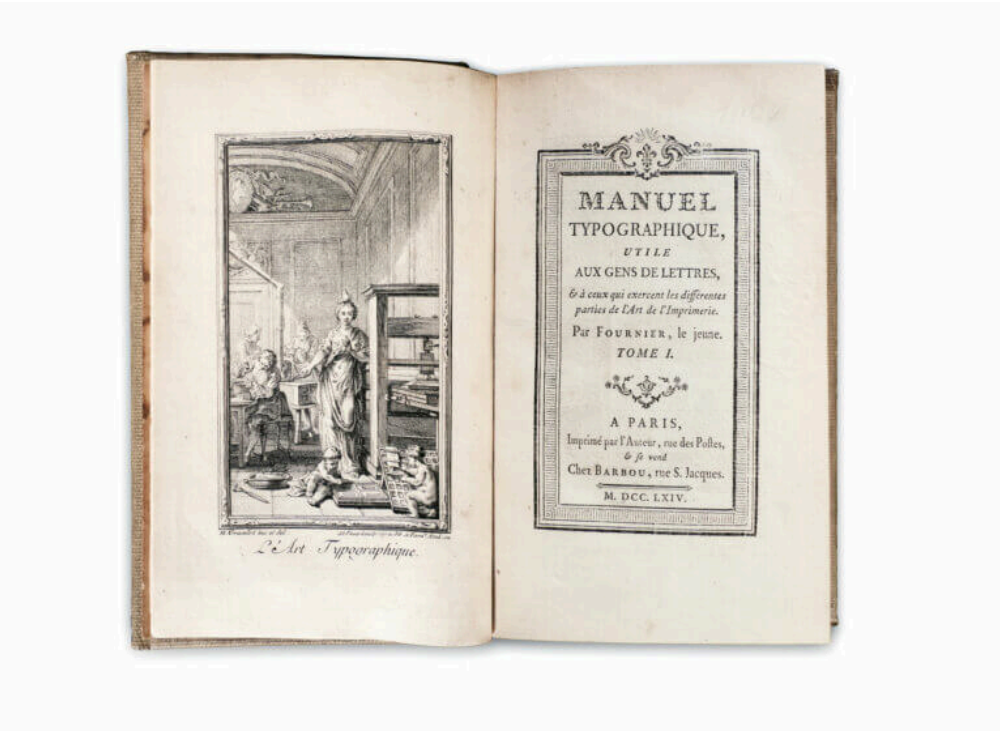
Zagadnienie promocji dizajnu łączy się bezpośrednio z teorią i krytyką projektowania, dzięki którym gromadzona jest wiedza, ustalane są kryteria oceny dokonań, powstają mody, a nawet tworzą się mity i rozwijają kariery celebrytów.

https://doi.org/10.52652/fxyz.20.24.6 →

Popularyzacja wiedzy o projektowaniu towarzyszy mu od samego początku. Choć dizajn jest stosunkowo młodą dziedziną twórczości, a część historyków jego początek lokuje dopiero w okresie zmechanizowanej produkcji, w przypadku projektowania graficznego można sięgnąć co najmniej do wynalazku druku typograficznego, z którym związane było pojawienie się opracowań dotyczących sztuki składu. Początkowo zbierały one doświadczenia zawodowe i porządkowały wiedzę.

Już pod koniec XVII wieku Joseph Moxon publikuje *Mechanick Exercises, or the Doctrine of Handy-Works Applied to the Art of Printing* (*Ćwiczenia mechaniczne, czyli nauka prac praktycznych potrzebnych w sztuce drukarstwa*), w której umieszcza szczegółowe instrukcje dla drukarzy dotyczące odlewania czcionek, zasad składu czy pracy z drukiem wypukłym, które dają nam dziś wgląd w warsztat ówczesnych drukarzy i typografów.

Z ważnych opracowań XVIII-wiecznych warto wskazać dwutomową *Manuel typographique* (*Podręcznik typograficzny*) Pierre'a Simona Fourniera z lat 1764 i 1766, który był zainteresowany historią i teorią typografii (il. 1). Dzięki jego wysiłkowi powstał dopracowany później przez rodzinę Didotów system miar typograficznych.



Il. 1. Rozkładówka książki Pierre'a Simona Fourniera młodszego Manuel typographique, t. 1, 1764, proj. graf. autora. W zbiorach Providence Public Library. Fot. Jacek Mrowczyk

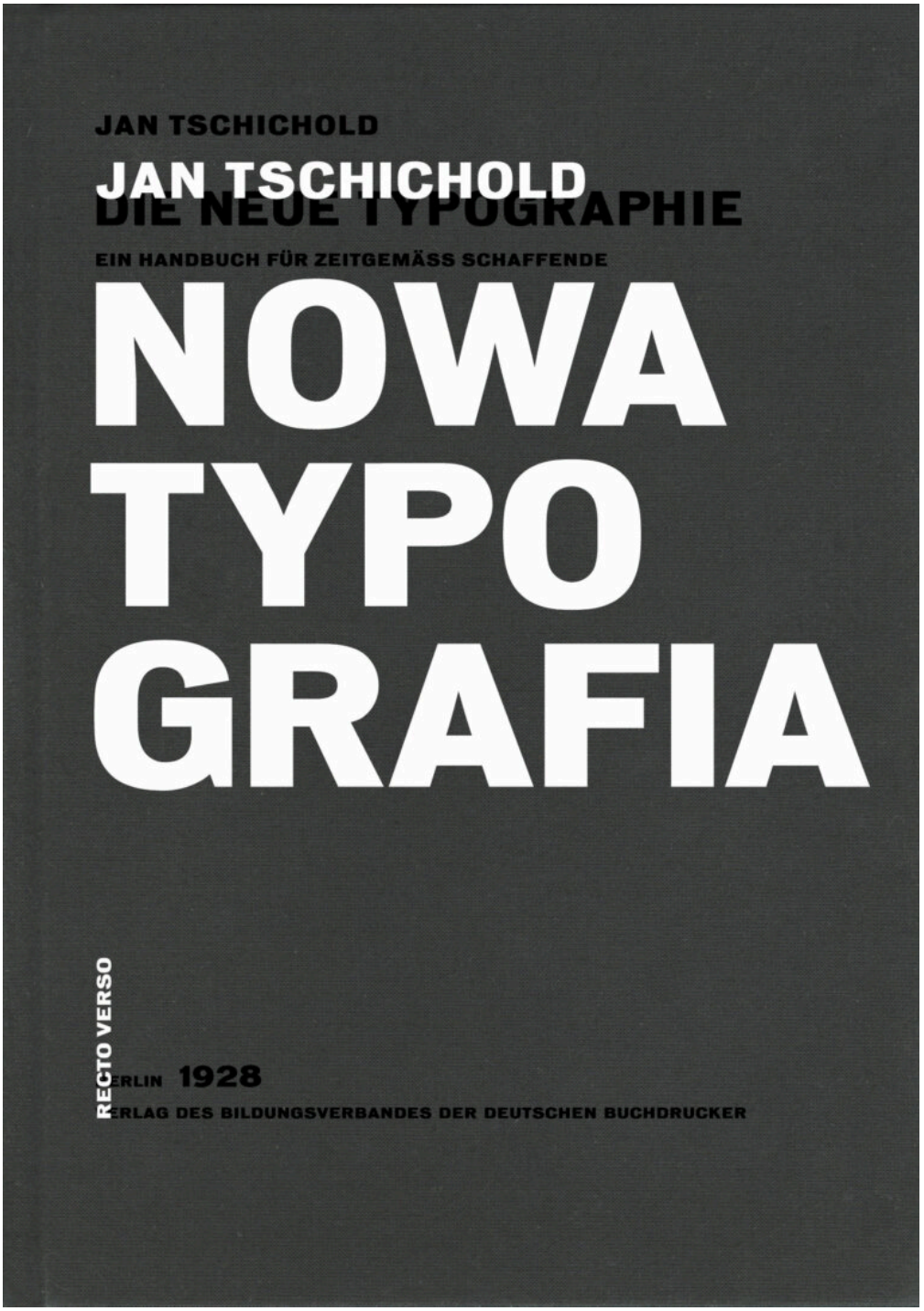
Wraz z rozwojem dyscypliny, jej popularyzacją i demokratyzacją (między innymi za sprawą powszechnego szkolnictwa zawodowego) profesja projektanta stała się dostępna szerszemu gronu. Wiązało się to z potrzebą wypracowania kanonu kształcenia.

Już w pierwszej połowie XX zaczęły pojawiać się teksty i książki krytycznie analizujące istniejącą kondycję branży projektowej oraz przyjęte praktyki. Większość z nich pisana była przez samych dizajnerów, gdyż nie wykształcił się jeszcze zawód krytyka grafiki użytkowej, czy nawet szerzej: kultury materialnej.

Jednym z najważniejszych tekstów na temat typografii, który nie stracił na swojej aktualności, jest *Kryształowy kielich*[1] (*The Crystal Goblet*) Beatrice Warde. Jest to zapis wykładu wygłoszonego w 1932 roku w londyńskim Society of Typographic Designers. Drukiem ukazał się dopiero w 1955 roku i stał się chyba jednym z najczęściej tłumaczonych, drukowanych i cytowanych tekstów w projektowaniu graficznym. Warde opowiadała się w nim za „typografią przeźroczystą", której czytelnik nie dostrzega. Tekst ten stał się niezwykle ważny, zwłaszcza w kontekście późniejszego dyskursu modernizm – postmodernizm.

Bardzo ważne ze względu na krytykę projektowania są dwie książki Jana Tschicholda. Tytuł pierwszej z nich *Nowa typografia*[2] (*Die neue Typographie*), z roku 1928, stał się synonimem typografii funkcjonalnej. Co ciekawe, tłumaczenie angielskie książki dokonane przez Ruariego McLeana na prośbę Tschicholda z 1967 roku nie znalazło wydawcy. Książka ukazała się po angielsku dopiero w roku 1995. Wydanie polskie w roku 2011 (il. 2).

Publikacja (z początku głównie w krajach niemieckojęzycznych) miała ogromny wpływ na upowszechnianie nowoczesnych rozwiązań funkcjonalnych wśród projektantów, zecerów i drukarzy. Swoje przemyślenia Tschichold rozwinął, rewidując część ortodoksyjnych poglądów, w książce *Typographische Gestaltung* (*Projektowanie typograficzne*), która ukazała się w roku 1935 po jego przymusowym wyjeździe z nazistowskich Niemiec do Szwajcarii. Zmiana poglądów Tschicholda doczekała się ostrej polemiki ze strony szwajcarskiego projektanta Maxa Billa, opublikowanej w formie listu do redakcji czasopisma „Schweizer Graphische Mitteilungen" w 1946 roku[3]. Warto przypomnieć, że Bill był późniejszym współzałożycielem i rektorem najbardziej progresywnej powojennej szkoły dizajnu Hochschule für Gestaltung w Ulm, z której dorobku czerpał Ryszard Otręba, tworząc Katedrę Komunikacji Wizualnej na Wydziale Form Przemysłowych krakowskiej ASP.



Il. 2. Okładka (faksymile) polskiego przekładu książki Jana Tschicholda Nowa typografia, Wydawnictwo Recto Verso, 2011, proj. graf. autora

Tłumaczenie angielskie książki *Typographische Gestaltung*, z którą polemizował Bill, tym razem ukazało się jeszcze za życia Tschicholda w 1967 roku pod tytułem *Asymmetric Typography* (il. 3). Polskiego tłumaczenia książka nigdy się nie doczekała. Warto przy okazji wspomnieć, że Jan Tschichold korespondował z Władysławem Strzemińskim. Ich listy znalazły się w inwentarzu dokumentów Jana i Edith Tschicholdów w Getty Institute w Los Angeles. Zachował się również komentarz Tschicholda do *Druku funkcjonalnego* Strzemińskiego[4]. Według Pauliny Kurc-Maj „Razem pisma te tworzą swoisty dwugłos na temat idei drukarstwa nowoczesnego z lat 30. XX wieku”[5].

Il. 3. Strony angielskiego tłumaczenia książki Jana Tschicholda Typographische Gestaltung z 1935 roku, które ukazało się pod tytułem Asymmetric Typography, 1967, proj. graf. autora. Fot. Przemek Dębowski

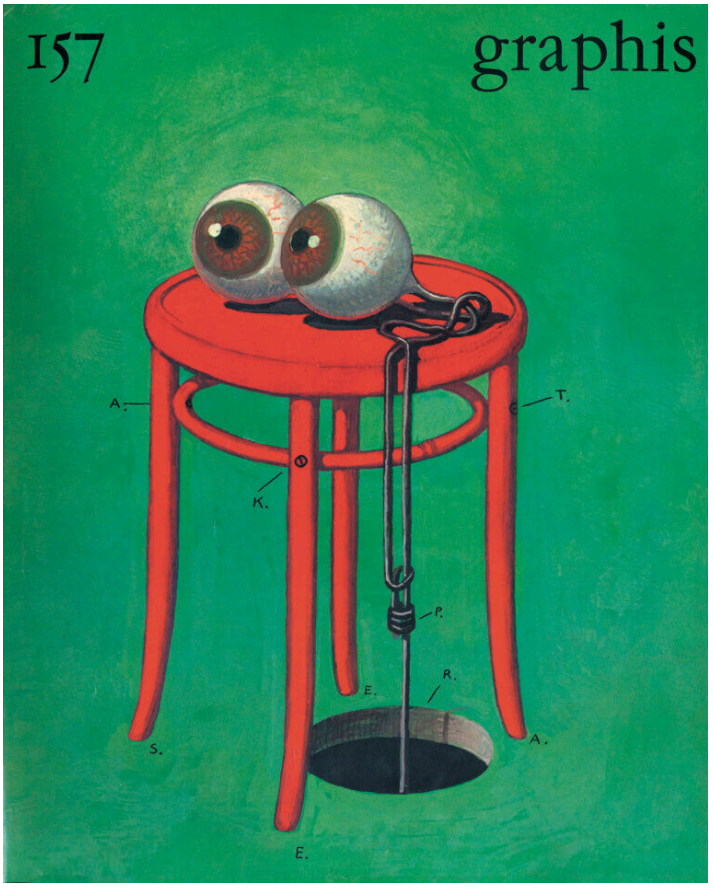
Za odpowiednik *Nowej typografii* w świecie reklamy w czasach art déco uznaje się książkę francuskiego drukarza Alfreda Tolmera *Mise en Page* (*Sztuka składu stron*) z roku 1929, która już po dwóch latach została przetłumaczona na angielski.

Ważną rolę w promocji projektowania po II wojnie światowej odegrały magazyny projektowe. Szczególnie znaczące dla grafiki użytkowej były „Graphis", powstały w 1944 roku, oraz „Neue Graphik – New Graphic Design – Graphisme actuel", ukazujący się w latach 1958–1965 (il. 4). Drugi z nich to kamień milowy w historii projektowania graficznego. Publikowane były tu kluczowe teksty o dizajnie, wyznaczające ramy i punkt odniesienia zarówno dla entuzjastów, jak i krytyków propagowanego na łamach pisma „stylu szwajcarskiego". Zaryzykuję stwierdzenie, że bez trójjęzycznego „Neue Graphik" styl ten nie upowszechniłby się i nie został przemianowany na „międzynarodowy". Jednym ze współtwórców „Neue Graphik" był projektant i teoretyk Josef Müller-Brockmann, który napisał jedną z pierwszych[6] historii projektowania graficznego, wydaną dwujęzycznie w 1971 roku jako *A History of Visual Communication – Geschichte der visuellen Kommunikation* (*Historia komunikacji wizualnej*).

Il. 4. Carlo Vivarelli, okładka czasopisma „Neue Grafik" 1963, nr 16

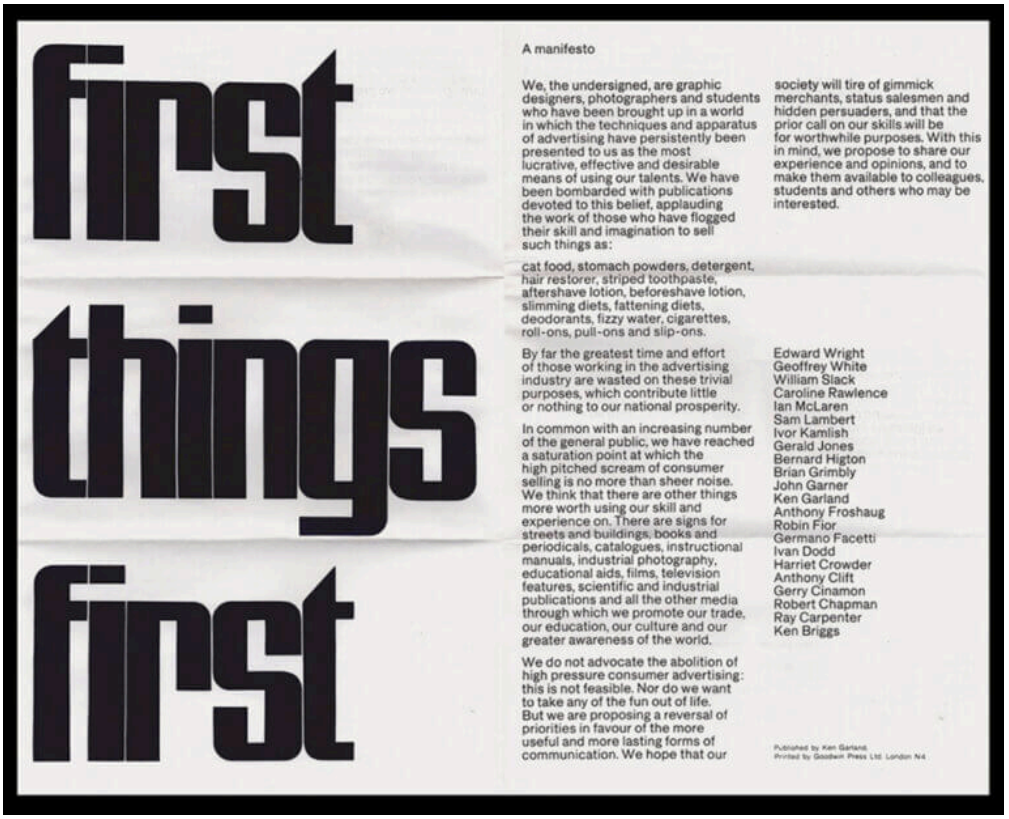
Niesłychaną pozycję w międzynarodowej promocji polskiej grafiki użytkowej zyskał „Projekt" (il. 5). Ten drukowany czterojęzycznie dwumiesięcznik, rozpowszechnił alternatywny dla międzynarodowego funkcjonalizmu, ekspresyjny, daleki od dosłowności język wizualny oparty na ręcznej ekspresji malarskiej i rysunkowej, nazwany polską szkołą plakatu. Dzięki niemu do polski przyjechali studiować projektanci nawet spoza bloku wschodniego, a odcisk polskiego stylu znaleźć można niemal na całym świecie w generacji grafików kształcących się w latach 50.–70. Dodatkowo promocji polskiego plakatu przysłużył się wspomniany już „Graphis" (il. 6), który w przeciwieństwie do „Neue Graphik" miał większe ambicje prezentacji zjawisk ogólnoświatowych. Już pod koniec lat 40. ukazały się w nim dwa artykuły Jana Lenicy[7].

Il. 5. Józef Mroszczak, okładka dwumiesięcznika „Projekt” 1956, nr 1



Il. 6. Franciszek Starowieyski, okładka dwumiesięcznika „Graphis” 1972, nr 157

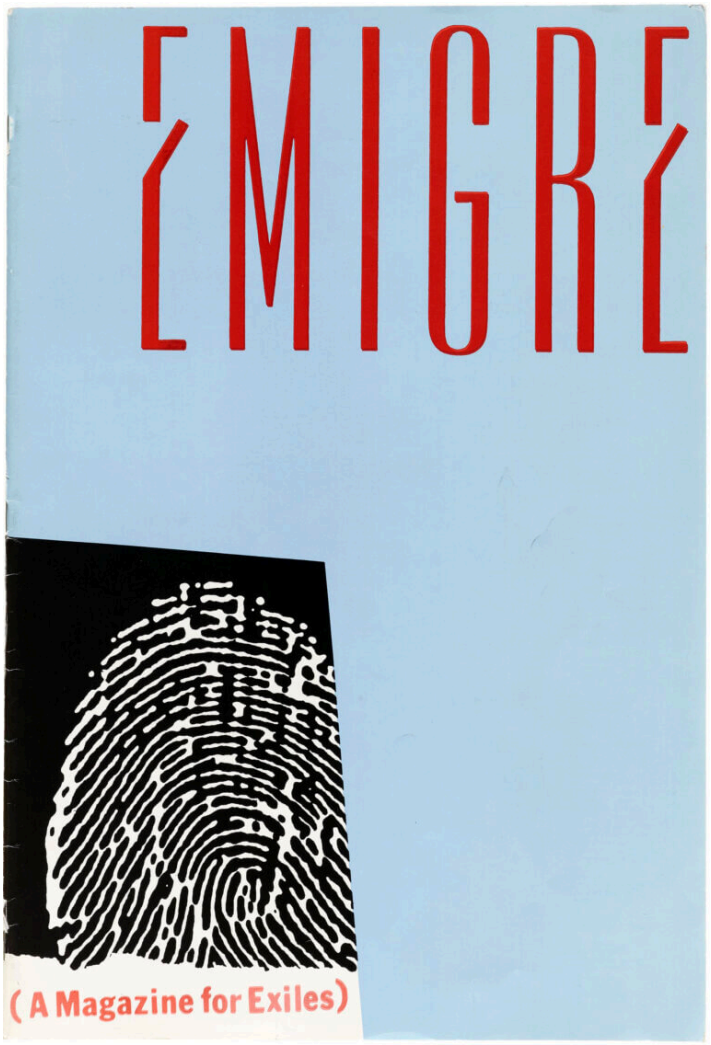
Ważnym głosem, zmieniającym paradygmat projektowania graficznego na lata, był manifest *Najpierw rzeczy pierwsze*[8] (*First Things First*) Kena Garlanda (il. 7). Wydrukowany w nakładzie 400 egzemplarzy w roku 1964 stał się punktem refleksji dla wielu grafików, otwierając dizajn na nowe potrzeby społeczne. Podobną wymowę miała opublikowana w 1971 roku książka Viktora Papanka *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. To dzieło nadal odgrywa kluczową rolę, szczególnie w propagowaniu idei odpowiedzialności i ekologii w kontekście globalnych wyzwań, takich jak niedobory zasobów i kryzys energetyczny. Polskie tłumaczenia *Dizajnu dla realnego świata* ukazały się w latach 2012 i 2023[9].



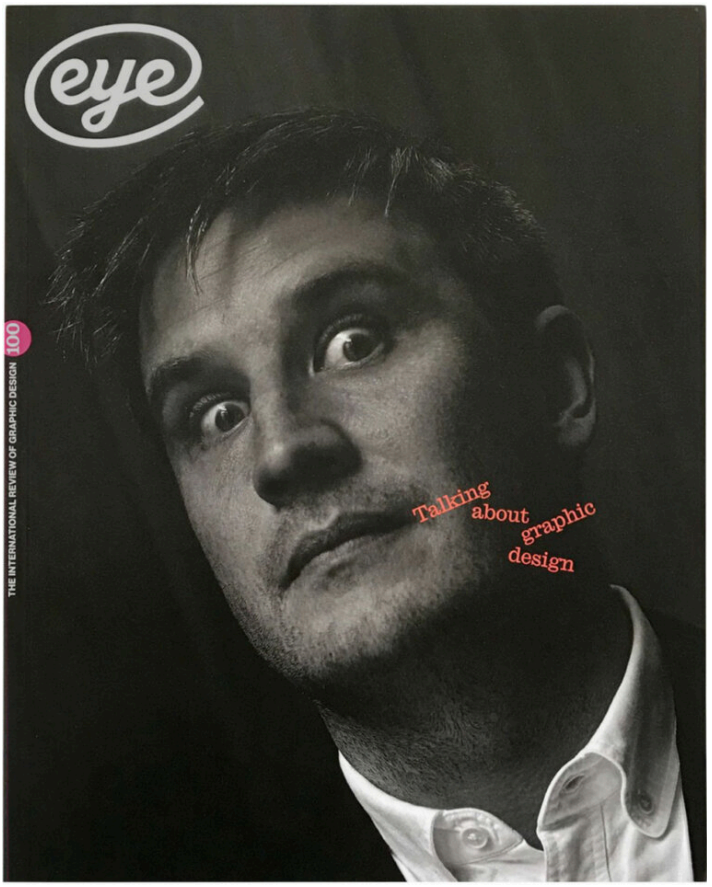
Il. 7. Manifest Najpierw rzeczy pierwsze (First Things First) Kena Garlanda, 1964. Źródło: eyeondesign.aiga.org

Magazynem ważnym w popularyzacji kolejnego nurtu projektowania graficznego był amerykański „Emigre" (il. 8). Powstał w tym samym 1984 roku, w którym do produkcji wszedł pierwszy Macintosh firmy Apple. Reprezentował więc pionierów w pełni korzystających ze składu komputerowego. Założony przez dwoje emigrantów, Holendra Rudy'ego VanderLansa i Słowaczkę Zuzanę Licko (urodzoną w Czechosłowacji jako Ličková), stał się egzemplifikacją potrzeby uwolnienia od obowiązującego funkcjonalizmu powiązanego z nową typografią czy stylem szwajcarskim. To na łamach „Emigre" ukazały się słynne polemiczne teksty nazwane legibility wars (boje o czytelność). Do najgłośniejszych należy miażdżąca krytyka funkcjonalistów pod tytułem *Modernizm żywych trupów*[10] (*Zombie Modernism*), którą napisał w roku 1995 Jeffery Keedy.

Dla Stevena Hellera, amerykańskiego krytyka dizajnu „to była raczej potyczka między grupą młodych dizajnerów, [...] obwołanych nową falą, postmodernistami, szwajcarskimi punkami, czy jak tam zwał, którzy uważali za konieczne odrzucenie status quo na rzecz czegoś bardziej swobodnego i współczesnego. Taka praktyka oznaczała krytyczność względem starych strażników dizajnu, którzy wierzyli, że projektowanie powinno być proste – czyste, na ścisłych siatkach i »zhelwetyzowane«. [...] Chociaż wielu może dziś o nich nie pamiętać, »boje o czytelność« są rzeczywiście częścią naszej wspólnej historii projektowania graficznego – określeniem momentu definiującego (a właściwie redefiniującego), kiedy szala przechyliła się w stronę nowej ery cyfrowej"[11].



Il. 8. Rudy VanderLans, okładka czasopisma „Emigre" 1984, nr 1. Źródło: emigre.com/Magazine/1



Il. 9. Richard Turley, fot. Maria Spann, okładka czasopisma „Eye" 2020, nr 100

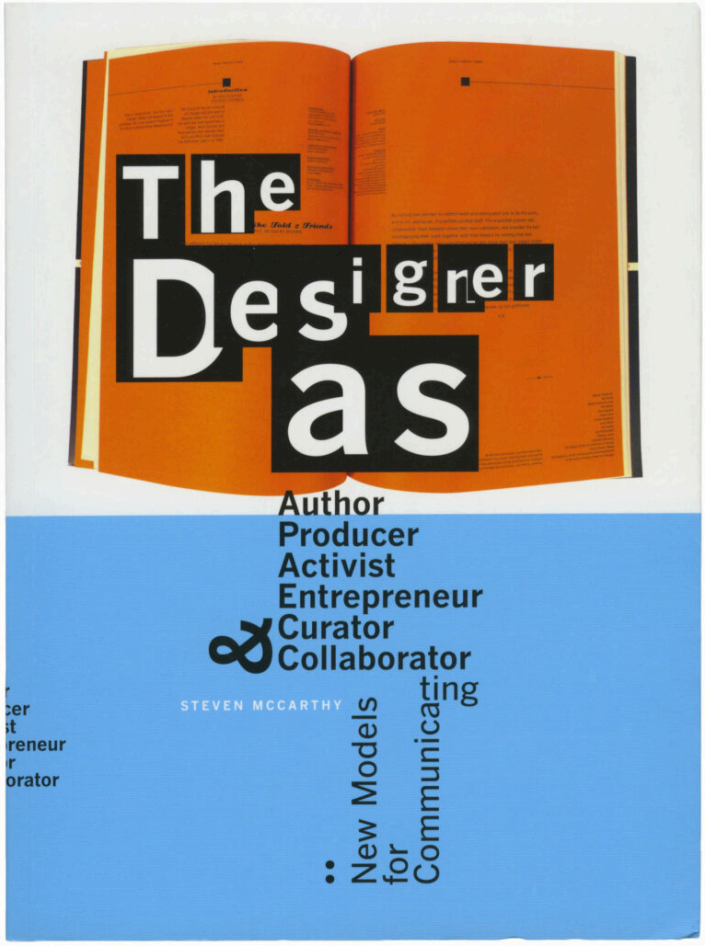
Ogromną rolę w rozwoju krytyki projektowej odgrywał też brytyjski magazyn „Eye", założony w 1990 roku (il. 9). Jak pisał w jubileuszowym numerze Rick Poynor, brytyjski krytyk, założyciel magazynu, „w miarę jak czasopismo »Eye« rozwijało się w ciągu kolejnych dwóch lub trzech lat, stawało się bardziej zorientowane na czytelników amerykańskich niż europejskich"[12]. Choć dziś krytycznie możemy patrzeć na takie zawężenie i pomijanie kultur z innych kontynentów, to na łamach „Eye" w 1995 roku ukazał się jeden z najważniejszych tekstów o krytyce w projektowaniu graficznym. W dwugłosie wypowiedzieli się ówczesny redaktor naczelny Rick Poynor oraz amerykański projektant Michael Rock. Choć tekst ma już blisko 30 lat, pozostaje wciąż bardzo aktualny. Michael Rock zauważył w nim, że „chociaż możemy tego nie dostrzegać, krytyka projektowania jest wszechobecna, stanowiąc podstawę wszelkiej działalności instytucjonalnej – edukacji projektowej, historii, działalności wydawniczej i stowarzyszeń zawodowych. Już dobór, opis i reprodukcja zaprojektowanych artefaktów w książkach i czasopismach są pracą z zakresu teorii"[13].

Rock zwrócił uwagę, że pewne zjawiska, kierunki czy nazwiska dizajnerów byłyby nieobecne bez promujących projektowanie wydarzeń: targów, konferencji, oraz krytyki dizajnu w ramach działalności wydawniczej. „Choć rzadko na przykład spotykałem się z rzeczywistymi pracami Neville'a Brody'ego, widziałem setki przykładów jego prac opublikowanych w międzynarodowej prasie o projektowaniu i w jego własnych książkach, starannie zakomponowanych i zredagowanych tak, aby sprawiały wrażenie pełnej artystycznej ciągłości. W ten sposób poprzez publikacje Brody wywiera wpływ i zyskuje reputację, których nigdy nie osiągnąłby samą praktyką"[14].

Rock docenił rolę krytyków sięgających po teorie społeczne i kulturowe. Jego zdaniem „krytycy projektowania, którzy byli pod wpływem studiów kulturowych, zwykle unikają nadgorliwego podejścia charakterystycznego dla dziennikarstwa zajmującego się dizajnem i zamiast tego starają się odczytywać zaprojektowane obiekty jako artefakty kulturowe. [...] Krytyka nie dostarcza odpowiedzi, tylko opinii, a opinie powinny być różnorodne. Krytyka kulturowa okazała się przydatna, ponieważ analizowała retorykę instytucjonalną projektowania i badała mity, które utrwalane poprzez edukację i praktykę, służą ochronie i promocji profesji"[15].

Ważną pozycją książkową rewidującą obszar pracy twórców grafiki użytkowej była publikacja Stevena McCarthy'ego *The Designer as...* (*Projektant jako...*), z roku 2013 (il. 10). Zdaniem McCarthy'ego, w odróżnieniu od tradycyjnego projektowania, „idee w ramach autorstwa projektowego obejmują rozszerzoną i bardziej znaczącą rolę projektantów grafików ze względu na różnorodność podejść"[16]. Pogrupował grafików, analizując obszary ich działania, jako projektantów autorów, producentów, aktywistów, przedsiębiorców, kuratorów, współpracowników. McCarthy wyszedł poza klasyczne rozumienie dizajnu. „Zrozumiałe jest, że postępowi projektanci chcą połączyć formę i treść w bardziej całościowe przesłanie ich własnego autorstwa, stając się tym samym architektami swojej przyszłości"[17] – pisał.

Pierwszy ze wskazanych przez McCarthy'ego obszarów, w którym działają „projektanci autorzy", był zresztą wcześniej przedmiotem innego ważnego tekstu – Michaela Rocka z 1996 roku *Być autorem* (*Designer as Author*). „Można przyjąć, że w dziedzinie grafiki autor to ktoś, kto pisze i publikuje materiały na temat wzornictwa – Joseph Müller-Brockmann czy Rudy VanderLans, Paul Rand lub Erik Spiekermann, William Morris bądź Neville Brody, Robin Kinross albo Ellen Lupton. Taki przedsiębiorczy charakter autorstwa umożliwia jednostce zabranie głosu i pozwala jej dotrzeć do wielu odbiorców. Na ogół działalność autorów przebiega trzema torami: edytorstwo, pisarstwo i projektowanie"[18].



Il. 10. Martin Venezky's Appetite Engineers, okładka książki Stevena McCarthy'ego The Designer as..., 2013

Il. 11. J. Abbott Miller, Ellen Lupton, Steve Hoskins, Deborah Drodvillo, Paul Carlos, fot. James Wojcik, okładka książki Ellen Lupton i Abbotta Millera Design Writing Reseach, 1999

Wyjątkowa na tym tle jest działalność wspomnianej Ellen Lupton. „Ellen Lupton i jej partner J. Abbott Miller niemal samodzielnie stworzyli nowy nurt projektowania graficznego, łączący działalność krytyczno-analityczną i praktyczną"[19] – pisał Rock. Prace Lupton i Millera wyróżniają się nie tylko ze względu na treść, ale również poziom graficzny prac. Najważniejszą publikacją duetu Lupton – Miller jest książka *Design Writing Research* z 1996 roku (il. 11). Tłumaczy ona językiem przystępnym dla projektantów pojęcia postmodernizmu oraz dekonstrukcji i związane z nimi semiotyczne teorie Ferdinanda de Saussure'a i Jacques'a Derridy. Lupton łączy swoją praktykę „projektanta autora" z pracą kuratorską (w latach 1992–2022 była kuratorką Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum w Nowym Jorku) oraz pedagogiczną. Prowadzi obecnie program studiów magisterskich w Maryland Institute College of Art (MICA) w Baltimore.

W Polsce, gdzie lata 80. upłynęły w mroku stanu wojennego, nigdy nie doszło do konfrontacji modernizm – postmodernizm, a zmiana narzędzia na komputer opóźniła się prawie 10 lat. W ostatniej dekadzie XX wieku, poza ośrodkami akademickimi, nie istniała praktycznie krytyka branżowa[20]. W latach 2001–2016 wydawany był kwartalnik „2+3D" (który miałem okazję współtworzyć). Na łamach czasopisma pojawiło się mnóstwo ciekawych

tekstów, w tym wiele uzupełniających lukę w opisie historii dizajnu. W projektowaniu graficznym najciekawszy ze względu na krytykę zawodową był chyba *Plakat, forma, interpretacja*[21] Marcina Giżyckiego, który w nowy sposób ukazywał zjawisko polskiej szkoły plakatu i który – co ciekawe – po latach jest jeszcze lepiej odbierany.

W literaturze współczesnej poświęconej projektowaniu graficznemu można wyróżnić kilka kategorii. Na pierwszym miejscu znajdują się pozycje autorstwa historyków i krytyków dizajnu. Wychodzą one zwykle nakładem oficyn specjalizujących się w sztuce i projektowaniu, w tym historycznym. W Polsce to między innymi wydawnictwa Bosz, Wytwórnia czy krakowski Karakter, który publikuje książki najważniejszych polskich krytyczek i krytyków dizajnu: Olgi Drendy, Janusza Górskiego, Patryka Hardzieja, Patryka Mogilnickiego, Piotra Rypsona, Agaty Szydłowskiej, Marcina Wichy. Karakter wydał też bardzo wartościowe rozmowy Ewy Sataleckiej z Krzysztofem Lenkiem i Romanem Duszkiem (*Podaj dalej*[22] i *Spirala*[23]). Mamy też publikacje muzeów i instytucji kulturalnych, które są katalogami do wystaw czy konkursów. Poza drukami Muzeum Plakatu w Wilanowie na uwagę zasługują między innymi wydawnictwa Międzynarodowego Centrum Kultury w Krakowie, które wydało świetną publikację poświęconą książkom o fotografii *Fotoblok*[24] czy Muzeum Sztuki w Łodzi ze znakomitym opracowaniem *Zmiana pola widzenia. Druk nowoczesny i awangarda*[25] z 2014 roku. Ostatnia grupa to podręczniki do nauki projektowania. Rynek oferuje tu szeroki wybór, który obejmuje na przykład tłumaczenia klasyków, wydawane przez d2d, a także liczne przekłady PWN-u (wśród których jest kilka bardzo dobrych i bardzo wiele mniej udanych). W istocie promocja dizajnu odbywa się w bardzo różnorodny sposób, a teksty krytyczne, o których piszę, są jednym z wielu elementów. Szczególną kategorię tworzą centra dizajnu, takie jak Instytut Dizajnu w Kielcach, IWP w Warszawie czy Zamek Cieszyn, który pod dyrekcją Ewy Gołębiowskiej w latach 2005–2021 wykonał niebywałą pracę na rzecz upowszechniania projektowania.

Kiedy pyta mnie ktoś o potrzebę pisania o projektowaniu, przypomina mi się od razu krótki tekst Krzysztofa Lenka napisany na czwartą stronę książki, którą stworzyłem z Michałem Wardą: „polski rynek grafiki użytkowej jest dziś miejscem dynamicznych zmian. Niezbędna jest więc projektantom krytyka zawodu porównująca ich osiągnięcia ze światowymi. Książka [...] potrzebna jest polskiemu projektowaniu tak jak nerki zdrowemu organizmowi”[26]. Wpływ krytyki szczególnie ważny jest dziś, kiedy praca projektantów zmienia swój charakter i jest w coraz mniejszym stopniu ograniczona do biernego pośrednictwa między klientem i użytkownikiem, a sami dizajnerzy mają coraz większy wybór narzędzi, włączając w to możliwości, które daje sztuczna inteligencja. Bez wielokanałowej dyskusji o kondycji projektowania, w tym z wykorzystaniem mediów społecznościowych, konferencji, wystaw i konkursów, opisu historii zawodu, publikowania tekstów krytycznych,

zarówno akademickich, branżowych, jak i popularyzujących szeroko dizajn, nie może być mowy o prawidłowym postępie w rozwoju zawodu, koniecznych zmianach w kształceniu ani kreowaniu postaw etycznych wśród projektantów.

Przypisy

1. B. Warde, *Kryształowy kielich, czyli druk powinien być niewidoczny*, tł. D. Dziewońska, w: *Widzieć/wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, red. P. Dębowski, J. Mrowczyk, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, s. 37–45.
2. J. Tschichold, *Nowa typografia. Podręcznik dla tworzących w duchu współczesności*, tł. E. Borg, Wydawnictwo Recto Verso, Łódź 2011.
3. Zob. M. Bill, *O typografii*, tł. A. Kożuch, w: *Widzieć/wiedzieć*, dz. cyt., s. 47–54.
4. W. Strzemiński, *Druk funkcjonalny*, z komentarzem J. Tschicholda, w: *Zmiana pola widzenia. Druk nowoczesny i awangarda | Changing the Field of View: Modern Printing and the Avant-Garde*, red. P. Kurc-Maj, Muzeum Sztuki w Łodzi, Łódź 2014.
5. P. Kurc-Maj, *Korespondencja. Władysław Strzemiński – Jan Tschichold*, w: *Zmiana pola widzenia*, dz. cyt., s. 62.
6. Już w 1936 roku Leon Friend i Joeseph Hefter napisali książkę *Graphic Design* (*Projektowanie graficzne*), która była pierwszą próbą kompleksowego omówienia osiągnięć sztuki druku.
7. J. Lenica, *Polnische Nachkriegsplakate*, „Graphis" 1948, 4, no. 24, s. 358–362 oraz *Polnische Plakate und Kinderbücher*, „Graphis" 1949, 5, no. 27, s. 248–256.
8. K. Garland, *Najpierw rzeczy pierwsze*, tł. K. Szymaniak, A. Puchejda, w: *Widzieć/wiedzieć*, dz. cyt., s. 329–332.
9. Odpowiednio: Recto Verso, Łódź i d2d, Kraków, przekł. J. Holzman.
10. J. Keedy, *Modernizm żywych trupów*, tł. D. Żukowski, w: *Widzieć/wiedzieć*, dz. cyt., s. 141–159.
11. S. Heller, *Lost – and Found – in Translation*, „Print" 2016, no. 70, s. 59–60.
12. R. Poynor, *Eye's Early Years Founding Editor Rick Poynor Recalls the Aims and Ideas behind the Launch of an Independent Design Magazine*, „Eye" 2020, no. 100, s. 127.
13. R. Poynor, M. Rock, *What Is This Thing Called Graphic Design Criticism*, „Eye" 1995, no. 16, s. 56.
14. Tamże, s. 56.
15. Tamże, s. 57–58.

16. S.J. McCarthy, *The Designer as Author, Producer, Activist, Entrepreneur, Curator & Collaborator: New Models for Communicating*, BIS Publishers, Amsterdam 2013, s. 11.
17. Tamże, s. 99.
18. M. Rock, *Być autorem*, tł. D. Dziewońska, w: *Widzieć/Wiedzieć*, dz. cyt., s. 294
19. Tamże, s. 295.
20. Wyjątek stanowiła inicjatywa Andrzeja Tomaszewskiego, który założył kwartalnik „ProTypo", poświęcony zagadnieniom typografii i poligrafii. Pismo miało kontynuować wychodzącą w latach 1966–1978 „Literę". Opublikowano, niestety, zaledwie pięć numerów w latach 1991–1992.
21. Tekst był rozwinięciem zagadnień z tekstu opublikowanego w książce *Widzieć/Wiedzieć* (dz. cyt.) *Mit plakatu*. Zagadnienia poruszone w artykule z „2+3D" (2011, nr 40, s. 50–55) były również przedmiotem wykładu wygłoszonego przez Giżyckiego w maju 2011 roku w Toruniu w tramach festiwalu Plaster, zorganizowanego przez CSW Znaki Czasu.
22. *Podaj dalej. Dizajn, nauczanie, życie*. Krzysztof Lenk w rozmowie z Ewą Satalecką, Karakter, Kraków 2018.
23. *Spirala. Zwierzenia projektanta*. Romana Duszka wysłuchała Ewa Satalecka, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2021.
24. Ł. Gorczyca, A. Mazur, *Fotoblok. Europa Środkowa w książkach fotograficznych*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2019.
25. *Zmiana pola widzenia*, dz. cyt.
26. K. Lenk, [nota na czwartej stronie okładki], w: J. Mrowczyk, M. Warda, *PGR. Projektowanie graficzne w Polsce*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2010.

Abstrakt

W opracowaniu podjęto się próby analizy i krytycznego omówienia ewolucji promocji projektowania graficznego, z naciskiem na wpływ teorii, krytyki zawodowej oraz publikacji na rozwój i percepcję dziedziny. Przeanalizowano historię projektowania, zaczynając od epoki zmechanizowanej produkcji i wynalazku druku typograficznego, przez rozwój teorii i praktyki w zakresie typografii, aż po współczesne dyskursy i praktyki projektowe. Szczególną uwagę poświęcono kluczowym postaciom i publikacjom, które miały znaczący wpływ na rozwój projektowania graficznego, takim jak prace Josepha Moxona, Pierre'a Simona Fourniera, Jana Tschicholda, Beatrice Warde, a także późniejszym periodykom – „Graphis", „Neue Graphik" czy „Projektowi". Opracowanie ukazuje również, jak rozwojowi teorii i praktyk dizajnu towarzyszyła rosnąca potrzeba krytyki i refleksji nad rolą grafiki użytkowej w społeczeństwie, co widoczne jest w manifestach takich jak *First Things First* Kena Garlanda oraz działalności pism, na przykład „Emigre" i „Eye". Podkreślono znaczenie zmian postaw i obszarów działań dizajnera oraz ich wpływ na współczesne praktyki projektowe. Analiza ta podkreśla, że promocja projektowania graficznego nie ogranicza się jedynie do aspektów wizualnych, ale obejmuje również szeroki kontekst kulturowy, edukacyjny i społeczny, co stanowi o jej bogactwie i złożoności. Z przeprowadzonej analizy wynika, że dziedzina ta ciągle ewoluuje, reagując na zmieniające się potrzeby społeczne i technologiczne, co przyczynia się do jej dynamicznego rozwoju i adaptacji.

Artykuł dostępny online:

https://formy.xyz/artykul/promowanie-przez-pisanie-rola-publikacji-i-krytyki-w-ksztaltowaniu-projektowania-graficznego/

dostęp: 10.04.2026

6 Promoting by Writing. The Role of Publication and Criticism in Shaping Graphic Design

Abstract EN

This article attempts to analyse and critically discuss the evolution of graphic design promotion with emphasis on the influence of theory, professional criticism and publications on the development and perception of the discipline. It analyses the history of design from the epoch of mechanised production and invention of typographic print, through the development of theory and practice of typography, to the contemporary discourses and practices of design. Particular attention is paid to key figures and publications, which have had significant influence on the development of graphic design, such as the works of Joseph Moxon, Pierre Simon Fournier, Jan Tschichold, Beatrice Warde, as well as the later periodicals – "Graphis", "Neue Graphik" and "Projekt". Moreover, the text presents how the development of design theories and practices have been accompanied by the need for criticism and reflection over the role a applied graphics in the society, as apparent from such manifestos as Ken Garland's *First Things First* and the activity of magazines, e.g. "Emigre" and "Eye". There is emphasis on the meaning of attitudes and areas of designer's operations, as well as their influence on contemporary design practices. The analysis highlights that the promotion of graphic design is not limited to visual aspects, but also includes a broad cultural, educational and social context, underlying its diversity and complexity. As the results of the analysis demonstrate, the discipline constantly evolves, responding to changeable social and technological needs, which contributes to its dynamic development and adaptation.

Keywords: design promotion, history of typography, design criticism, graphic design theory, design practices evolution