



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



NCBR
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

„PROJEKTOWANIE GRAFIKI WYDAWNICZEJ”

rozwiniecie



Spis treści

Znaczenie grafiki wydawniczej we współczesnej komunikacji	5
Historia grafiki wydawniczej	5
Początki grafiki wydawniczej – rękopisy i iluminacje	5
Wynalezienie druku i narodziny typografii	5
Renesans i barok – rozwój klasycznej typografii	6
XVIII–XIX wiek – narodziny prasy i pierwszych magazynów	6
Modernizm i Bauhaus – funkcjonalność i minimalizm	6
XX wiek – eksperymenty, postmodernizm i komputer	7
XXI wiek – grafika wydawnicza w erze cyfrowej	7
Podstawowe pojęcia i definicje	8
Grafika wydawnicza	8
Typografia	8
Layout (układ strony)	9
Kompozycja graficzna	9
Kolorystyka i paleta barw	9
Ilustracja i fotografia	10
Marginesy, kolumny, paginacja	10
Infografika	11
Rola grafika w procesie wydawniczym	11
Projektant grafiki jako ogniwo procesu wydawniczego	11
Współpraca z zespołem redakcyjnym	11
Etapy pracy grafika w wydawnictwie	12
Odpowiedzialność i kompetencje grafika	13
Elementy składowe grafiki wydawniczej	14
Okładka	14

Strona tytułowa i metryka wydawnicza.....	14
Spis treści	15
Układ rozdziałów i kolumn tekstowych	15
Typografia główna i pomocnicza	16
Ilustracje, zdjęcia i grafiki pomocnicze	16
Przypisy i bibliografia	17
Elementy dodatkowe i interaktywne (dla e-booków)	17
Typografia i skład tekstu	17
Rola typografii w publikacjach	17
Krój pisma – wybór i zastosowanie	18
Hierarchia typograficzna	18
Interlinia, światło międzyliterowe i marginesy.....	19
Justowanie tekstu i wyrównanie	19
Podział tekstu i akapitowanie	20
Typografia funkcjonalna – cytaty, przypisy, tabelki	20
Typografia cyfrowa – różnice w składzie e-booków i PDF.....	20
Błędy typograficzne i ich unikanie	21
Kolor w projektowaniu wydawniczym	21
Znaczenie koloru w publikacjach.....	21
Teoria koloru – podstawy	22
Psychologia koloru	22
Modele kolorów: RGB, CMYK i Pantone.....	23
Dobór palety kolorystycznej	24
Kolor w różnych typach publikacji	24
Narzędzia wspierające pracę z kolorem.....	25
Błędy w projektowaniu kolorystycznym	25
Kompozycja i układ strony	25
Pojęcie kompozycji w projektowaniu graficznym.....	26
Siatki kompozycyjne (grid system).....	26



Struktura strony i rytm wizualny	26
Zasady kompozycji.....	27
Format i proporcje strony	27
Marginesy, przestrzenie i białe tło	28
Kompozycja dynamiczna a statyczna	28
Wyróżnienia i elementy dodatkowe.....	28
Układ w publikacjach cyfrowych.....	29
Przykłady zastosowania różnych układów	29
Projektowanie okładek i stron tytułowych	29
Rola okładki i strony tytułowej	30
Elementy składowe okładki	30
Kompozycja okładki	30
Typografia na okładce	31
Projektowanie strony tytułowej.....	31
Trendy w projektowaniu okładek	31
Praktyczne wskazówki	32



Znaczenie grafiki wydawniczej we współczesnej komunikacji

W dobie ogromnej konkurencji na rynku treści — zarówno drukowanych, jak i cyfrowych — grafika wydawnicza odgrywa kluczową rolę w przyciąganiu uwagi odbiorcy oraz w organizowaniu informacji w sposób przejrzysty i atrakcyjny.

Profesjonalne zaprojektowanie publikacji nie tylko podnosi jej walory estetyczne, ale także wpływa na komfort czytania, ułatwia przyswajanie treści oraz buduje wizerunek marki wydawnictwa lub autora.

Dobrze zaprojektowany układ strony pozwala na intuicyjne poruszanie się po treści, rozróżnianie hierarchii informacji i odczytywanie emocji zawartych w przekazie graficznym. W tym kontekście grafik wydawniczy staje się nie tylko twórcą wizualnej strony publikacji, ale również pośrednikiem między autorem a czytelnikiem.

Historia grafiki wydawniczej

Początki grafiki wydawniczej – rękopisy i iluminacje

Historia grafiki wydawniczej sięga czasów starożytnych, jednak jej właściwy rozwój rozpoczął się wraz z pojawieniem się rękopisów w średniowieczu. Już wtedy zauważalna była potrzeba uporządkowania treści i wzbogacenia jej o elementy wizualne. W klasztorach tworzono bogato zdobione manuskrypty, zawierające misterne inicjały, ornamenty oraz ilustracje – tzw. **iluminacje**. Ich celem było nie tylko uatrakcyjnienie przekazu, ale też ułatwienie nawigacji po tekście i nadanie mu charakteru sakralnego bądź naukowego.

Wynalezienie druku i narodziny typografii

Przełomowym momentem w historii grafiki wydawniczej było wynalezienie ruchomej czcionki przez Johannesa Gutenberga w połowie XV wieku. Druk pozwolił na masową produkcję książek, co zrewolucjonizowało sposób przekazywania wiedzy i informacji. W tym czasie zaczęła się również kształtować typografia jako osobna dziedzina — skupiona na projektowaniu krojów pisma oraz zasadach ich stosowania.

Pierwsze druki, takie jak Biblia Gutenberga, były inspirowane wyglądem rękopisów, jednak z czasem projektanci zaczęli rozwijać własne style typograficzne i układowe. Pojawiły się łamanie tekstu w kolumnach, inicjały drukowane, nagłówki, a także elementy graficzne, takie jak drzeworyty czy winiety.

Renesans i barok – rozwój klasycznej typografii

W okresie renesansu nastąpił rozkwit sztuki drukarskiej i typograficznej. Powstawały nowe kroje pisma, m.in. Garamond, które do dziś uznawane są za klasykę. Układy stron stawały się coraz bardziej przejrzyste, a grafika zyskiwała funkcję edukacyjną – wykresy, ryciny i mapy pojawiały się w książkach naukowych.

W baroku z kolei zaczęto eksperymentować z formą. Pisma stawały się bardziej ozdobne, a strony – pełne dekoracyjnych ramek, winiet i sztychów. Choć mogło to utrudniać czytelność, nadawało publikacjom charakter prestiżowy.

XVIII–XIX wiek – narodziny prasy i pierwszych magazynów

Rewolucja przemysłowa przyniosła nowe technologie druku, w tym maszynowy skład tekstu i litografię. To umożliwiło szybsze i tańsze wydawanie gazet, książek oraz pierwszych magazynów. Pojawiły się nowe formy wydawnicze, a wraz z nimi – potrzeba bardziej funkcjonalnej i zorganizowanej grafiki.

W tym okresie popularne stały się tzw. gazety ilustrowane, w których obrazy i tekst współgrały w spójnej kompozycji. Zaczęto też świadomie wykorzystywać nagłówki, kolumny, diagramy oraz rysunki satyryczne.

Modernizm i Bauhaus – funkcjonalność i minimalizm

Na początku XX wieku pojawił się modernizm w projektowaniu graficznym. Najważniejsze cechy tego nurtu to: czytelność, funkcjonalność, ograniczenie ozdobników i silna typograficzna hierarchia. Szczególnie istotna była tu szkoła Bauhaus, która łączyła sztukę z rzemiosłem i projektowaniem użytkowym.



Zaprojektowane wówczas siatki modułowe (tzw. gridy) oraz minimalistyczne podejście do składu tekstu i obrazu, do dziś stanowią podstawę grafiki wydawniczej. Typografia była traktowana jako narzędzie przekazu, a nie dekoracji.

XX wiek – eksperymenty, postmodernizm i komputer

W drugiej połowie XX wieku projektanci zaczęli łamać zasady modernizmu. Pojawił się **postmodernizm**, który charakteryzował się ironią, kolażem, celowym chaosem i odwołaniami do różnych stylów historycznych. Okładki książek i layouty czasopism stawały się bardziej zróżnicowane i emocjonalne.

Lata 80. i 90. to także gwałtowny rozwój grafiki komputerowej. Programy takie jak Adobe PageMaker, a później Adobe InDesign, Illustrator czy Photoshop, umożliwiły szybkie i precyzyjne projektowanie całych publikacji. To zmieniło sposób pracy grafików — od fizycznego montażu kolumn i obrazów, do w pełni cyfrowych projektów gotowych do druku lub dystrybucji online.

XXI wiek – grafika wydawnicza w erze cyfrowej

Obecnie grafika wydawnicza obejmuje nie tylko druk, ale również publikacje elektroniczne: e-booki, magazyny cyfrowe, aplikacje mobilne oraz strony internetowe. Projektanci muszą brać pod uwagę różne formaty, rozdzielczości ekranów oraz interaktywność. Kluczowe stają się takie aspekty jak UX (User Experience) i UI (User Interface).

Jednocześnie obserwuje się powrót do tradycji — rośnie popularność książek artystycznych, edycji kolekcjonerskich, a nawet samodzielnie składanych zine'ów. Projektowanie graficzne zyskuje więc nowe formy, balansując między technologią a rzemiosłem.



Podstawowe pojęcia i definicje

Zrozumienie podstawowych terminów związanych z grafiką wydawniczą jest kluczowe dla właściwej analizy i projektowania publikacji. Terminologia w tej dziedzinie wywodzi się zarówno z teorii projektowania graficznego, jak i z praktyki poligraficznej i typograficznej.

Grafika wydawnicza

Grafika wydawnicza to dział grafiki użytkowej zajmujący się projektowaniem form wizualnych publikacji drukowanych i cyfrowych. Jej celem jest nadanie treści odpowiedniego wyglądu, który wspiera komunikację, wpływa na percepcję czytelnika i umożliwia intuicyjne poruszanie się po strukturze publikacji.

Obejmuje ona projektowanie:

- układu stron (layout),
- okładek,
- typografii,
- ilustracji i fotografii,
- elementów graficznych (np. wykresów, ikon, ramek),
- nawigacji (w publikacjach cyfrowych).

Typografia

Typografia to dziedzina zajmująca się projektowaniem i stosowaniem krojów pisma w celu uzyskania optymalnej czytelności, estetyki i hierarchii treści. Dobrze dobrana typografia wpływa na rytm czytania, emocjonalny wydzźwięk tekstu i jego ogólną przystępność.

Podstawowe pojęcia typograficzne:

- **Krój pisma (font)** – wizualna forma liter (np. Times New Roman, Helvetica).



- **Pismo szeryfowe i bezszeryfowe** – pisma z ozdobnikami (szeryfami) lub bez nich.
- **Interlinia** – odstęp pomiędzy wierszami tekstu.
- **Justowanie** – wyrównywanie tekstu do lewej/prawej/krawędzi lub obustronne.
- **Kapitały i wersaliki** – wielkie litery w różnych zastosowaniach typograficznych.

Layout (układ strony)

Layout to kompozycja wszystkich elementów wizualnych na stronie – tekstu, obrazów, marginesów, kolumn, nagłówków, przypisów, itd. Głównym zadaniem layoutu jest uporządkowanie treści w sposób przejrzysty i funkcjonalny, zgodnie z zasadami czytelności i estetyki.

Często używa się tu siatek modułowych (grids), które umożliwiają konsekwentne rozmieszczanie treści na kolejnych stronach publikacji.

Kompozycja graficzna

Kompozycja odnosi się do układu elementów wizualnych w przestrzeni projektu. Jej celem jest nadanie publikacji harmonii, równowagi i spójności. Kluczowe zasady kompozycji to:

- **Symetria/asymetria** – sposób rozmieszczenia elementów względem osi.
- **Równowaga wizualna** – zrównoważenie masy graficznej.
- **Hierarchia wizualna** – podkreślanie ważności elementów za pomocą rozmiaru, koloru, kroju pisma itp.
- **Kontrast** – zestawianie różnych elementów dla podkreślenia różnic.

Kolorystyka i paleta barw

Kolorystyka w grafice wydawniczej pełni rolę zarówno estetyczną, jak i funkcjonalną. Odpowiednio dobrana paleta barw może budować nastrój publikacji, wzmacniać przekaz, grupować informacje i przyciągać uwagę.



Podstawowe pojęcia z zakresu teorii koloru:

- **Kolory podstawowe i pochodne** – barwy tworzące pełne spektrum.
- **Model CMYK** – kolorystyka stosowana w druku (cyan, magenta, yellow, black).
- **Model RGB** – kolorystyka stosowana w mediach cyfrowych.
- **Psychologia koloru** – wpływ barw na emocje i postrzeganie treści.

Ilustracja i fotografia

Ilustracje i zdjęcia są integralną częścią grafiki wydawniczej, wspierającą przekaz werbalny. Ich zastosowanie musi być świadome i funkcjonalne — ilustracje powinny uzupełniać tekst, a nie go dublować. Istotna jest także spójność stylu wizualnego, jakość techniczna oraz prawa autorskie.

Rodzaje ilustracji i zdjęć w publikacjach:

- rysunki techniczne,
- infografiki,
- zdjęcia reporterskie,
- kolaże artystyczne,
- mapy, schematy, wykresy.

Marginesy, kolumny, paginacja

Elementy strukturalne publikacji wpływają na rytm wizualny i wygodę czytania. Do najważniejszych należą:

- **Marginesy** – puste przestrzenie wokół tekstu, zapewniające „oddech” wizualny.
- **Kolumny** – pionowy podział treści na bloki tekstowe.
- **Paginacja** – numeracja stron, która może przyjmować różne formy i lokalizacje.



Infografika

Infografika to wizualna forma przedstawienia danych i informacji — łączy elementy grafiki, tekstu i wykresów. Jej zadaniem jest uproszczenie złożonych treści i szybkie przekazanie najważniejszych informacji.

Cechy dobrej infografiki:

- zrozumiałość,
- czytelna hierarchia,
- atrakcyjna forma,
- zgodność z pozostałą szatą graficzną publikacji.

Rola grafika w procesie wydawniczym

Projektant grafiki jako ogniwo procesu wydawniczego

Grafik wydawniczy to nie tylko osoba odpowiedzialna za „upiększanie” tekstu. Jego rola jest o wiele bardziej złożona — to specjalista, który projektuje układ treści w taki sposób, by była ona maksymalnie czytelna, funkcjonalna i estetyczna. Grafik bierze udział w niemal każdym etapie przygotowania publikacji: od koncepcji i planowania, aż po ostateczny skład i przygotowanie do druku lub publikacji cyfrowej.

Współpraca z zespołem redakcyjnym

Grafik pracuje w ścisłej współpracy z różnymi członkami zespołu wydawniczego, w tym z:

- **redaktorem prowadzącym** – który koordynuje projekt wydawniczy,
- **korektorem** – odpowiedzialnym za poprawność językową i interpunkcyjną,
- **ilustratorem lub fotografem** – jeśli publikacja zawiera oryginalne obrazy,
- **autorem** – w celu konsultacji rozwiązań graficznych i typograficznych,
- **składaczem i operatorem DTP** – w przypadku większych wydawnictw.



W przypadku publikacji cyfrowych grafik może też współpracować z programistami lub specjalistami UX/UI.

Etapy pracy grafika w wydawnictwie

Otrzymanie briefu i analiza materiałów

Proces rozpoczyna się od **briefu projektowego**, czyli zestawu wytycznych przygotowanych przez redakcję lub dział marketingu. Brief zawiera informacje o rodzaju publikacji, docelowej grupie odbiorców, formacie, objętości, stylu graficznym, wymaganiach technicznych i terminach.

Grafik analizuje dostarczony materiał (tekst, zdjęcia, ilustracje, wykresy) i ocenia jego potencjał graficzny, przewidując, jakie elementy mogą wymagać specjalnego opracowania (np. infografiki, mapy, elementy interaktywne).

Opracowanie koncepcji graficznej

Na tym etapie grafik przygotowuje propozycje layoutów, czyli przykładowych układów stron wewnętrznych oraz projekt okładki. Wybierany jest krój pisma, siatka kompozycyjna, kolorystyka i styl ilustracyjny.

W przypadku publikacji drukowanej uwzględniane są również aspekty techniczne: spady, marginesy, format papieru, grubość grzbietu czy kolory CMYK. Dla e-booków istotne będą interaktywność i responsywność.

Projektowanie i skład (DTP)

Po zatwierdzeniu koncepcji, grafik przystępuje do właściwego projektowania stron – rozmieszcza tekst i obrazy, łamie tekst według ustalonej siatki, stosuje hierarchię nagłówków, umieszcza podpisy i przypisy.

Ten etap często nazywany jest składem DTP (Desktop Publishing) i może trwać od kilku dni do kilku tygodni, w zależności od objętości i złożoności publikacji. Narzędzia najczęściej wykorzystywane to Adobe InDesign, Affinity Publisher lub QuarkXPress.

Korekty i poprawki



Po złożeniu wstępnej wersji publikacji, redaktor i korektor nanoszą uwagi – mogą one dotyczyć zarówno treści, jak i aspektów wizualnych (np. wyrównanie kolumn, błędna interlinia, nieczytelna infografika). Grafik wprowadza poprawki, przygotowuje wersję finalną i wysyła do akceptacji.

Przygotowanie do druku lub publikacji cyfrowej

Ostatnim etapem jest przygotowanie plików do publikacji. W przypadku druku grafik tworzy tzw. pliki produkcyjne w formacie PDF/X, zawierające spady, znaczniki cięcia i odpowiednie profile kolorów. Dla e-booków projekt musi być zgodny z formatami EPUB, MOBI lub PDF interaktywny, z aktywnymi linkami i zakładkami.

Odpowiedzialność i kompetencje grafika

Grafik ponosi odpowiedzialność za:

- spójność wizualną publikacji,
- techniczną poprawność plików,
- zgodność z zasadami typografii,
- czytelność treści i hierarchię informacji,
- estetykę i zgodność z założeniami briefu,
- komunikację z resztą zespołu.

Kompetencje niezbędne w pracy grafika wydawniczego to:

- biegłość w obsłudze oprogramowania DTP,
- znajomość zasad typografii, koloru i kompozycji,
- umiejętność pracy z tekstem i obrazem,
- skrupulatność i dbałość o detale,
- komunikatywność i umiejętność pracy zespołowej,
- znajomość procesu druku i przygotowania plików produkcyjnych.



Elementy składowe grafiki wydawniczej

Projektowanie grafiki wydawniczej to proces kompleksowy, który wymaga nie tylko wiedzy artystycznej, ale także zrozumienia struktury publikacji. Każda publikacja – czy to książka, magazyn, katalog, czy e-book – składa się z określonych elementów graficznych i układowych. Prawidłowe zaprojektowanie tych komponentów ma kluczowe znaczenie dla komfortu odbiorcy, funkcjonalności materiału i spójności wizualnej całości.

Okładka

Okładka to wizytówka publikacji – pierwsze, co widzi czytelnik. Jej zadaniem jest przyciągnięcie uwagi, oddanie charakteru treści i zbudowanie odpowiedniego nastroju. W przypadku książek i magazynów często to właśnie okładka decyduje o zakupie.

Elementy okładki:

- **Front** – zawiera tytuł, podtytuł, nazwisko autora, grafikę, kolorystykę i branding wydawcy.
- **Grzbiet** – nazwa tytułu i autora; musi być czytelny, zwłaszcza na półce.
- **Tył (rewers)** – zazwyczaj zawiera opis publikacji, kod ISBN, notę biograficzną autora lub opinie.

Projektant musi także uwzględnić tzw. spady (bleedy) – czyli obszary obrazu wychodzące poza finalny format cięcia, ważne przy druku

Strona tytułowa i metryka wydawnicza

Strona tytułowa to pierwsza strona wewnętrzna publikacji, zawierająca tytuł, autora, wydawnictwo oraz ewentualny podtytuł i grafikę tytułową. Może być minimalistyczna lub bogato zdobiona, zależnie od stylistyki publikacji.

Metryka wydawnicza (stopka redakcyjna) to fragment informacyjny umieszczany zazwyczaj na odwrocie strony tytułowej lub na końcu publikacji. Zawiera:



- nazwiska autorów, redaktorów, grafików,
- nazwę wydawnictwa,
- rok i miejsce wydania,
- numer ISBN,
- informacje o prawach autorskich,
- dane o druku i nakładzie.

Spis treści

Spis treści pełni funkcję nawigacyjną, szczególnie w publikacjach długich i wielorozdziałowych. Projektant powinien zadbać o:

- logiczny i przejrzysty układ,
- wyróżnienie numerów stron i nagłówków,
- stosowanie wyrównania tekstu dla zwiększenia czytelności,
- konsekwencję typograficzną z resztą publikacji.

W e-bookach spis treści często ma formę klikalną, co wymaga dodania znaczników nawigacyjnych (linków, zakładek).

Układ rozdziałów i kolumn tekstowych

Treść główna publikacji dzielona jest zazwyczaj na rozdziały, sekcje i podsekcje. Każdy rozdział powinien rozpoczynać się od **strony tytułowej rozdziału** z wyróżnionym numerem, nagłówkiem i ewentualną ilustracją.

W zależności od rodzaju publikacji, grafik projektuje:

- **układ jedno- lub wielokolumnowy,**
- **elementy wyróżniające nagłówki, cytaty, przypisy,**
- **sekcje specjalne** – np. boksy informacyjne, ramki, podsumowania.



Układ kolumn ma ogromny wpływ na komfort czytania – zbyt wąskie utrudniają śledzenie linii, zbyt szerokie – męczą wzrok.

Typografia główna i pomocnicza

Podstawą każdej publikacji jest tekst. Dobór krojów pisma i sposób ich użycia decyduje o profesjonalizmie projektu. Grafik zwykle stosuje:

- **jeden lub dwa kroje pisma** – np. szeryfowy do tekstu głównego, bezszeryfowy do nagłówek,
- **czytelne interlinie** (zazwyczaj 120–145% wielkości czcionki),
- **konsekwentne wyrównanie** (np. justowanie z podziałem wyrazów),
- **hierarchię nagłówek** – H1, H2, H3 itp., różniące się rozmiarem, kolorem lub stylem (bold, italic),
- **punctuation hanging** – optyczne wyrównanie marginesów dla zwiększenia estetyki kolumny.

Ilustracje, zdjęcia i grafiki pomocnicze

Ilustracje i zdjęcia pełnią funkcję zarówno dekoracyjną, jak i informacyjną. Ważne, by:

- były spójne ze stylem publikacji,
- miały odpowiednią rozdzielczość (min. 300 dpi dla druku),
- nie zakłócały układu tekstu,
- posiadały podpisy i źródła, jeśli są cytowane.

Grafik pomocniczy może zawierać:

- wykresy i infografiki,
- tabele i schematy,
- ikony i oznaczenia.



Grafik musi dbać o jakość obrazu, kontrast i balans kolorów – szczególnie w przypadku druku czarno-białego.

Przypisy i bibliografia

Elementy te często są pomijane przez projektantów, jednak ich odpowiednie zaprojektowanie wpływa na profesjonalizm i przejrzystość publikacji:

- **przypisy dolne** – umieszczane na dole strony, mniejszym krojem,
- **przypisy końcowe** – zebrane w osobnej sekcji,
- **bibliografia** – usystematyzowana lista źródeł, może zawierać dodatkowe oznaczenia typograficzne (kursywa, bold, odstępy).

Elementy dodatkowe i interaktywne (dla e-booków)

W publikacjach cyfrowych grafik może wzbogacić projekt o:

- **hiperłącza i odnośniki**,
- **animacje i rozwijane sekcje**,
- **multimedia** (audio, wideo, galerie),
- **menu nawigacyjne**, np. w górnej lub bocznej części ekranu,
- **zakładki PDF**, które ułatwiają poruszanie się po pliku.

Projekt musi uwzględniać różne urządzenia (komputery, tablety, smartfony) oraz zapewniać responsywność i dostępność.

Typografia i skład tekstu

Rola typografii w publikacjach

Typografia jest fundamentem każdej publikacji. Odpowiednio dobrane kroje pisma, wielkość znaków, odstępy i układ typograficzny mają bezpośredni wpływ na czytelność, estetykę i odbiór treści. Dobry skład tekstu pozwala odbiorcy skupić się na przekazie, nie zwracając uwagi na formę, co stanowi jedno z podstawowych założeń profesjonalnego projektowania wydawniczego.



Typografia w grafice wydawniczej pełni trzy podstawowe funkcje:

- **komunikacyjną** – przekazuje treść w sposób jasny i zrozumiały,
- **estetyczną** – wpływa na wizualną atrakcyjność publikacji,
- **hierarchiczną** – pozwala czytelnikowi łatwo odróżnić ważniejsze fragmenty tekstu od mniej istotnych.

Krój pisma – wybór i zastosowanie

Dobór kroju pisma zależy od rodzaju publikacji, jej grupy docelowej, charakteru treści oraz medium (druk/cyfrowe). Ogólnie przyjętą praktyką jest stosowanie:

- **krojów szeryfowych** (np. Garamond, Baskerville, Times New Roman) – dla tekstów głównych w publikacjach drukowanych, ze względu na ich klasyczną czytelność,
- **krojów bezszeryfowych** (np. Helvetica, Futura, Open Sans) – dla nagłówków, infografik, tabel oraz tekstów cyfrowych.

Ważne jest także zachowanie **spójności typograficznej** – najlepiej ograniczyć się do 2–3 krojów pisma w jednej publikacji.

Hierarchia typograficzna

Dobrze zaprojektowana hierarchia typograficzna umożliwia intuicyjne poruszanie się po treści i szybkie odnalezienie kluczowych informacji. Projektanci wykorzystują m.in.:

- **różne rozmiary czcionki** – większy rozmiar dla nagłówków, mniejszy dla przypisów,
- **kontrast stylów** – np. bold dla podtytułów, italic dla cytatów,
- **kolor i kapitaliki** – do wyróżnienia sekcji,
- **odstępny przed i po akapitach** – dla zwiększenia przejrzystości.



Dobrze zaprojektowana hierarchia umożliwi czytelnikowi „skanowanie” strony i szybkie zrozumienie jej struktury.

Interlinia, światło międzyliterowe i marginesy

Interlinia (leading)

To odstęp pomiędzy wierszami tekstu. Powinna być dostosowana do wielkości czcionki – zazwyczaj wynosi **120%–145%** wysokości pisma. Zbyt mała interlinia utrudnia czytanie, a zbyt duża zaburza ciągłość tekstu.

Kerning i tracking

- **Kerning** – regulacja odstępu między konkretnymi parami liter, np. „A” i „V”.
- **Tracking** – ogólna regulacja światła między wszystkimi znakami w tekście.

Marginesy

Ułatwiają czytanie, zapobiegają optycznemu przeciążeniu strony. Dobrze dobrane marginesy poprawiają czytelność i równowagę kompozycji.

Justowanie tekstu i wyrównanie

Wyrównanie tekstu ma znaczący wpływ na estetykę i rytm czytania. W grafice wydawniczej najczęściej stosuje się:

- **justowanie obustronne** – klasyczne i estetyczne rozwiązanie dla tekstów głównych,
- **wyrównanie do lewej** – bardziej swobodne i nowoczesne, często używane w publikacjach cyfrowych,
- **wyrównanie do prawej** – rzadziej stosowane, używane głównie w elementach dekoracyjnych lub tabelach,
- **wyśrodkowanie** – stosowane dla tytułów i elementów specjalnych.

Przy justowaniu bardzo ważne jest stosowanie dzielenia wyrazów, by uniknąć nieestetycznych „rzek” (przerw między wyrazami).



Podział tekstu i akapitowanie

Tekst główny powinien być dzielony na logiczne akapity – krótkie bloki tekstowe, które ułatwiają czytanie. Typowe sposoby akcentowania akapitów to:

- **wcięcie akapitowe** (najczęściej 0,5–1 cm),
- **odstęp między akapitami** (np. 6–12 pt),
- **pogrubienie lub inicjał** – dla pierwszego zdania akapitu w tekstach artystycznych.

Styl akapitowania powinien być konsekwentny w całej publikacji.

Typografia funkcjonalna – cytaty, przypisy, tabelki

W tekstach akademickich, naukowych i popularnonaukowych typografia musi oddzielać różne elementy treści:

- **cytaty blokowe** – wyróżnione w osobnym akapicie, często mniejszą czcionką i innym krojem,
- **przypisy dolne** – w mniejszym rozmiarze, zazwyczaj w tym samym kroju pisma,
- **tabele i wykresy** – muszą być jednoznaczne, z podpisami, legendą i uporządkowanym układem kolumn.

Typografia cyfrowa – różnice w składzie e-booków i PDF

W przypadku publikacji cyfrowych (e-booków, interaktywnych PDF-ów) typografia podlega dodatkowym wymaganiom:

- **odpowiednia wielkość i skalowalność czcionki** – czytelność na różnych urządzeniach,
- **brak sztywnych łamań** – tekst musi dostosować się do rozdzielczości ekranu,
- **linki i interaktywność** – hiperłącza, spis treści z zakładkami, wyszukiwarka,



- **kontrast i dostępność** – szczególnie istotne w e-bookach, zgodnych z zasadami WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).

Typografia cyfrowa wymaga kompromisu między estetyką a elastycznością technologiczną.

Błędy typograficzne i ich unikanie

Najczęstsze błędy w składzie tekstu to:

- zbyt wiele krojów pisma na jednej stronie,
- brak konsekwencji w wielkościach i odstępach,
- złe wyrównanie tekstu i nieczytelny kontrast,
- błędy w dzieleniu wyrazów i zawieszonych spójnikach (tzw. sierotki),
- niepoprawna kolejność stylów nagłówków.

Unikanie tych błędów wymaga zarówno wiedzy, jak i uważnego przeglądu całości projektu.

Kolor w projektowaniu wydawniczym

Kolor jest jednym z najpotężniejszych narzędzi komunikacji wizualnej. W grafice wydawniczej pełni funkcje nie tylko estetyczne, ale także informacyjne i psychologiczne. Odpowiednio dobrana paleta kolorystyczna może wspomagać przekaz treści, podkreślać strukturę dokumentu, wzmacniać identyfikację wizualną i przyciągać uwagę czytelnika.

Znaczenie koloru w publikacjach

Kolor oddziałuje na odbiorcę na poziomie emocjonalnym i poznawczym. Może:

- **nadawać ton i nastrój** publikacji (np. ciepłe kolory = energia, chłodne = spokój),
- **organizować treść** (np. kolory sekcji, tła, nagłówków),



- **podkreślać hierarchię informacji** (np. czerwony nagłówek sygnalizuje wagę),
- **tworzyć rozpoznawalność marki** (np. barwy firmowe wydawnictwa),
- **ułatwiać orientację w publikacji** (np. kolorowe zakładki w katalogach).

Teoria koloru – podstawy

Zrozumienie podstaw teorii koloru jest niezbędne dla efektywnego projektowania wydawniczego.

Model koła barw

Koło barw dzieli kolory na:

- **podstawowe (pierwotne)** – czerwony, żółty, niebieski,
- **pochodne (wtórne)** – pomarańczowy, zielony, fioletowy,
- **trzeciorzędowe** – połączenia barw podstawowych i pochodnych.

Relacje kolorystyczne:

- **kolory komplementarne** – kontrastujące (np. niebieski i pomarańczowy),
- **analogiczne** – leżące obok siebie na kole (np. niebieski, turkus, zielony),
- **triadyczne** – trzy kolory równomiernie rozmieszczone na kole,
- **monochromatyczne** – różne odcienie tego samego koloru.

Psychologia koloru

Różne kolory wywołują różne emocje i skojarzenia kulturowe. Projektant powinien świadomie dobierać kolory do tematu i odbiorcy publikacji.

Kolor	Skojarzenia / Efekty
Czerwony	energia, pasja, niebezpieczeństwo



Kolor

Skojarzenia / Efekty

Niebieski	spokój, profesjonalizm, chłód
Zielony	natura, harmonia, zdrowie
Żółty	optymizm, ciepło, młodość
Czarny	elegancja, siła, powaga
Biały	czystość, prostota, nowoczesność
Fioletowy	luksus, kreatywność, duchowość
Pomarańczowy	entuzjazm, zabawa, przyjazność

Psychologia koloru może różnić się w zależności od kontekstu kulturowego, dlatego przy projektach międzynarodowych należy uwzględniać lokalne znaczenia kolorów.

Modele kolorów: RGB, CMYK i Pantone

CMYK

Model kolorów stosowany w druku (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black). Kolory CMYK są tworzone przez nakładanie warstw tuszu na papier. Drukarnie wymagają, by wszystkie projekty były przygotowane w tym trybie.

RGB

Model barw używany w urządzeniach cyfrowych (Red, Green, Blue). Kolory RGB są jaśniejsze i bardziej nasycone niż CMYK, ale nie nadają się do druku. E-booki, PDF-y i strony internetowe są projektowane w RGB.

Pantone (PMS)

System standaryzowanych kolorów (Pantone Matching System) – umożliwia dokładne odwzorowanie konkretnych kolorów, np. w identyfikacji wizualnej marek. Stosowany w druku offsetowym i sitodruku.

Dobór palety kolorystycznej

Projektant powinien opracować spójną paletę kolorów odpowiadającą charakterowi publikacji. Warto trzymać się zasady 60–30–10:

- **60%** – kolor dominujący (np. tło),
- **30%** – kolor wspierający (np. nagłówki),
- **10%** – kolor akcentowy (np. linki, wyróżnienia).

Paleta może być:

- **monochromatyczna** – spokojna, elegancka, np. do raportów i esejów,
- **komplementarna** – dynamiczna, kontrastowa, np. do magazynów i katalogów,
- **neutralna z akcentami** – minimalistyczna, z mocnymi detalami (np. biel + czerń + czerwień).

Kolor w różnych typach publikacji

Publikacje drukowane:

- należy unikać zbyt ciemnych lub zbyt jasnych kolorów na dużych powierzchniach,
- kolor musi być zgodny z profilem drukarni i skalibrowany monitorem,
- uwzględnia się kolor papieru, który wpływa na ostateczny odbiór barw.

Publikacje cyfrowe:

- kolory mogą być bardziej nasycone,
- trzeba zachować kontrast między tłem a tekstem (dla dostępności),



- warto testować projekt na różnych ekranach i rozdzielczościach.

Narzędzia wspierające pracę z kolorem

Projektanci często korzystają z aplikacji i narzędzi ułatwiających dobór kolorów:

- **Adobe Color** – tworzenie palet kolorystycznych online,
- **Coolers.co** – generator spójnych zestawów barw,
- **Pantone Connect** – cyfrowy katalog kolorów Pantone,
- **ColorZilla (wtyczka do przeglądarki)** – do pobierania kolorów ze stron internetowych,
- **Contrast Checker** – testowanie zgodności z WCAG (czytelność tekstu na tle).

Błędy w projektowaniu kolorystycznym

Najczęstsze błędy, których należy unikać:

- zbyt wiele kolorów naraz (chaos wizualny),
- brak kontrastu między tekstem a tłem (słaba czytelność),
- ignorowanie trybu druku (RGB zamiast CMYK),
- nieprzemyślany dobór kolorów do treści (np. rażący róż w podręczniku prawniczym),
- brak spójności pomiędzy okładką a wnętrzem publikacji.

Kompozycja i układ strony

Efektywna kompozycja strony to klucz do przejrzystej, estetycznej i funkcjonalnej publikacji. Odpowiedni układ elementów graficznych i tekstowych nie tylko porządkuje treść, ale również wpływa na doświadczenie czytelnika – prowadzi jego wzrok, buduje rytm czytania i pomaga szybciej zrozumieć informacje.



Pojęcie kompozycji w projektowaniu graficznym

Kompozycja to sposób rozmieszczenia elementów wizualnych na stronie. Dobra kompozycja opiera się na równowadze, harmonii i kontrastach. W projektowaniu wydawniczym kompozycja musi spełniać dwa główne cele:

- **estetyczny** – strona powinna wyglądać profesjonalnie i atrakcyjnie,
- **funkcjonalny** – treść ma być łatwa do odczytania i logicznie uporządkowana.

Siatki kompozycyjne (grid system)

Siatki (grids) to niewidoczne linie pomocnicze, które organizują układ strony. Ułatwiają utrzymanie porządku i spójności w projekcie.

Najczęściej stosowane siatki:

- **jednokolumnowe** – do książek, tekstów literackich,
- **dwukolumnowe** – do podręczników, broszur,
- **trój- i czterokolumnowe** – do magazynów, katalogów, raportów,
- **modułowe siatki** – zawierają podział poziomy i pionowy (np. 12x12), idealne do układów z wieloma typami treści (teksty, zdjęcia, wykresy).

Siatki pomagają utrzymać marginesy, odstępy, wyrównania i relacje pomiędzy elementami na stronie.

Struktura strony i rytm wizualny

Strona publikacji powinna mieć jasną strukturę, czyli przewidywalny układ, który czytelnik szybko rozpoznaje. Elementy wspierające strukturę to:

- **nagłówki** – informują o podziale treści,
- **podtytuły** – tworzą kolejne poziomy hierarchii,
- **ramki, linie, separatory** – pomagają oddzielić sekcje,
- **akcenty kolorystyczne** – kierują wzrok.



Rytm wizualny polega na powtarzalności i harmonijnym rozmieszczeniu elementów – np. regularna wielkość ilustracji, stały odstęp między nagłówkiem a tekstem.

Zasady kompozycji

Równowaga (balance)

Rozmieszczenie elementów graficznych i tekstowych powinno być zrównoważone optycznie – ani zbyt ciężkie z jednej strony, ani zbyt puste z drugiej. Równowaga może być:

- **symetryczna** – klasyczna, formalna, np. w książkach akademickich,
- **asymetryczna** – dynamiczna, nowoczesna, stosowana w magazynach i layoutach kreatywnych.

Kontrast

Kontrast pomiędzy rozmiarem czcionki, kolorami, kształtami czy fakturami przyciąga uwagę i wskazuje ważne treści.

Hierarchia wizualna

Najważniejsze informacje muszą być najbardziej widoczne. Projektant powinien zadbać o jasny układ tytułów, nagłówków, tekstu głównego i elementów pomocniczych.

Jednolitość i spójność

Elementy powtarzalne (np. stopka, numer strony, marginesy, interlinie) powinny wyglądać tak samo na każdej stronie – to buduje poczucie ładu.

Format i proporcje strony

Rozmiar i proporcja strony wpływają na całą kompozycję. Przykładowe formaty:

- **A5 (148 × 210 mm)** – książki beletrystyczne, poradniki,
- **A4 (210 × 297 mm)** – podręczniki, raporty,
- **B5 (176 × 250 mm)** – czasopisma, zeszyty naukowe.



Projektant powinien dobrać format w zależności od treści, objętości i sposobu dystrybucji (druk czy online).

Marginesy, przestrzenie i białe tło

Białe tło (white space), czyli pusta przestrzeń wokół tekstu i ilustracji, jest niezbędne dla czytelności. Pomaga oddzielić elementy, daje „oddech” oczom i zwiększa estetykę projektu.

- **Marginesy** (zewewnętrzne) – chronią treść przed krawędzią druku,
- **Szpalty i kolumny** – organizują tekst i pomagają utrzymać rytm,
- **Odległości między blokami** – muszą być przemyślane i spójne w całej publikacji.

Kompozycja dynamiczna a statyczna

- **Kompozycja statyczna** – oparta na osi symetrii, spokojna i uporządkowana. Idealna dla publikacji naukowych, edukacyjnych.
- **Kompozycja dynamiczna** – asymetryczna, z mocnymi kontrastami i ruchem. Często stosowana w projektach artystycznych, reklamowych i magazynach.

Projektant decyduje, która forma lepiej odda charakter publikacji.

Wyróżnienia i elementy dodatkowe

Publikacje zawierają wiele elementów ułatwiających nawigację i wzbogacających treść:

- **stopki i nagłówki biegnące** – nazwa rozdziału, autora, numer strony,
- **cytaty wyróżnione** – zwiększają atrakcyjność i podkreślają ważne myśli,
- **ramki z definicjami lub przykładami** – ułatwiają zapamiętywanie informacji,
- **ikony i symbole** – porządkują treść, skracają komunikat.

Wszystkie te elementy muszą być podporządkowane głównej siatce i stylowi projektu.



Układ w publikacjach cyfrowych

Kompozycja w publikacjach cyfrowych rządzi się własnymi prawami:

- musi być **responsywna** – dobrze wyglądać na różnych urządzeniach,
- opiera się na **modułach i blokach**, a nie sztywnych kolumnach,
- tekst i grafika **skalują się automatycznie** do wielkości ekranu,
- **nawigacja** (menu, zakładki, linki) musi być czytelna i funkcjonalna.

Projektowanie e-booka lub interaktywnego PDF-u wymaga połączenia umiejętności projektowych i technologicznych.

Przykłady zastosowania różnych układów

- **Książka literacka (A5)**: układ jednokolumnowy, szerokie marginesy, klasyczne kroje pisma, minimalizm.
- **Raport roczny (A4)**: dwukolumnowy układ, wykresy, kolory firmowe, infografiki.
- **Magazyn kulturalny (B5)**: dynamiczny layout, zróżnicowana siatka, ilustracje, kolorowe nagłówki.
- **E-book poradnikowy (ekranowy PDF)**: uproszczona kompozycja, duże fonty, linki wewnętrzne, łatwa nawigacja.

Projektowanie okładek i stron tytułowych

Okładka i strona tytułowa to wizytówki każdej publikacji. To właśnie one jako pierwsze przyciągają uwagę czytelnika i mają za zadanie zachęcić do sięgnięcia po książkę, magazyn lub raport. Projektowanie tych elementów wymaga połączenia kreatywności, zrozumienia tematu oraz znajomości zasad typografii i kompozycji.



Rola okładki i strony tytułowej

- **Okładka** to pierwsze wrażenie wizualne. Musi być atrakcyjna, spójna z treścią i estetyczna. Pełni funkcję marketingową, zachęcającą do zakupu lub przeczytania publikacji.
- **Strona tytułowa** stanowi oficjalne przedstawienie publikacji – zawiera tytuł, autora, wydawnictwo oraz często datę wydania. Powinna być czytelna i elegancka, tworząc pierwsze „spotkanie” z treścią.

Elementy składowe okładki

1. **Tytuł** – centralny element, musi być wyraźny, dobrze widoczny i czytelny.
2. **Autor/autorka** – umieszczany zazwyczaj poniżej tytułu lub w dolnej części okładki.
3. **Ilustracja/grafika** – wizualna metafora tematu publikacji lub abstrakcyjny motyw.
4. **Logo wydawnictwa** – dla budowania rozpoznawalności marki.
5. **Informacje dodatkowe** – np. hasła reklamowe, cytaty, nagrody.
6. **Grzbiet i tylna okładka** – zawierają tytuł, autora, krótki opis, kod kreskowy, cenę.

Kompozycja okładki

- Kompozycja powinna być wyważona, z zachowaniem hierarchii – tytuł najbardziej widoczny, potem autor i elementy graficzne.
- W projektach minimalistycznych często stosuje się duży tytuł na jednolitym tle.
- W projektach artystycznych okładka może zawierać złożone ilustracje lub zdjęcia.
- Kolory okładki muszą być spójne z wnętrzem i charakterem publikacji.



Typografia na okładce

- Wybór kroju pisma jest kluczowy: tytuł powinien być czytelny i charakterystyczny.
- Można stosować kontrast pomiędzy tytułem a nazwiskiem autora (np. różne kroje lub wielkości).
- Unika się zbyt wielu krojów – max 2–3 na okładce.
- Tekst nie powinien ginać na tle grafiki.

Projektowanie strony tytułowej

- Strona tytułowa jest zwykle bardziej stonowana niż okładka.
- Zawiera: tytuł publikacji, podtytuł (jeśli jest), nazwisko autora, logo i dane wydawnictwa.
- Układ powinien być prosty, z zachowaniem czytelnych odstępów i marginesów.
- Często stosuje się centralne wyrównanie tekstu lub wyrównanie do lewej strony.

Trendy w projektowaniu okładek

- **Minimalizm** – duże pola jednolitego koloru, prosty, wyraźny tekst,
- **Fotografia i kolaże** – dynamiczne i nowoczesne,
- **Typografia jako główny element** – tekst staje się obrazem,
- **Tekstury i efekty 3D** – podkreślające wyjątkowość,
- **Ekologia** – okładki wykonane z papierów z recyklingu, naturalne kolory.



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



NCBR
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

Praktyczne wskazówki

- Sprawdź wymiary i wymagania drukarni,
- Uwzględnij spady i marginesy,
- Testuj okładkę w wersji cyfrowej i drukowanej,
- Pamiętaj o funkcjonalności na różnych nośnikach (np. miniaturki w sklepach internetowych),
- Zawsze rób kilka wersji i konsultuj z zespołem lub klientem.