

Luksus dostępny dla wszystkich

**Projektowanie i rola dyrektora
artystycznego w tworzeniu
pierwszego w Polsce luksusowego
miesięcznika dla kobiet „Twój STYL”**

*Pierwszy numer miesięcznika
„Twój STYL” ukazał się w sierpniu
1990 roku – w czasie dynamicznych
przemian w Polsce. Po wyborach
w 1989 roku, nadal jeszcze w szarej
rzeczywistości, rynek pokochał nowy,
kolorowy, światowy magazyn, który
wystartował z hasłem autorstwa
Romana Wysockiego „Luksus
dostępny dla wszystkich”.
Od marca 1992 roku do kwietnia
2002 roku pełniłem funkcję dyrektora
artystycznego tego magazynu.*



dr Michał Piekarski

Jesienią 1989 roku doświadczeni dziennikarze Krystyna Kaszuba i Roman Wysocki zapragnęli zrealizować ambitny plan: wydanie luksusowego miesięcznika dla kobiet. Udali się do Oficyny Wydawniczej Interim, prowadzonej przez Cezarego Windorbskiego i Grzegorza Bialeckiego, którzy którzy odnieśli już sukces finansowy wydając Alfabet Kisiel. Współpraca tych czterech osób z różnych światów w 2002 roku dała początek wydawnictwu, które przez kolejne lata miało wprowadzać na rynek kolejne tytuły: „Elle”, „Filipinka”, „XL”, „Fryzury”, „Votre Beaute”, „ToTy” oraz „Twój STYL” – najbardziej prestiżowy miesięcznik w Polsce. „Twój STYL” sprzedawano w USA i całej Europie, powstała także osobna wersja rosyjska i wydawnictwo książkowe.



Ryc. 1 Michał Piekarski, projekt okładki „Twój STYL” 05/1993.
Źródło: Archiwum własne autora.

Magazyn szybko wyrósł na zjawisko – był pierwszym prywatnym, luksusowym miesięcznikiem dla kobiet w Polsce, inspirowanym wielkimi światowymi tytułami jak „Vogue”, „Elle”, „Marie Claire” czy „Cosmopolitan”, których obecność w zachodnich kioskach miała już dziesięciolecia tradycji. W peerelowskiej rzeczywistości nie było miejsca na taką jakość – ani w treści, ani w formie.

Tradycja magazynów dla kobiet sięga XIX wieku, kiedy to w 1867 roku ukazał się wydawany do dziś „Harper’s Bazaar”, nieco później, w 1886 roku, światło dzienne ujrzał legendarny „Vogue”. Kolejne dekady przyniosły zmiany treści i formy – około 1909 roku pojawiły się kolorowe okładki, ilustrowane głównie przez imigrantów z Europy, w której Paryż niepodzielnie królował jako centrum kultury i sztuki. Natomiast fotografia pojawiła się w miesięcznikach dopiero w latach trzydziestych XX wieku.

Przełomowym momentem w historii projektowania magazynów było spotkanie redaktor naczelnej „Harper’s Bazaar” Carmel Snow z grafikiem, fotografem i imigrantem z Europy Aleksiejem Brodowiczem podczas wystawy w Nowym Jorku w 1934 roku. Prace Brodowicza tak bardzo spodobały się Snow, że natychmiast zaproponowała mu współpracę. Brodowicz objął stanowisko dyrektora artystycznego i pełnił tę funkcję przez 24 lata, nadając magazynowi unikalny charakter i rozpoznawalny styl. W latach 30. to właśnie „Harper’s Bazaar” jako pierwszy magazyn modowy zaczął realizować sesje zdjęciowe poza studiem – na ulicach miast, w naturalnych pejzażach, na pokładzie statku Queen Elizabeth, a nawet w zoo, w otoczeniu słoni. „Twój STYL” czerpał inspirację z tych przełomowych osiągnięć i korzystał z wiedzy o sposobie prowadzenia magazynów najlep-



Ryc. 2 Krystyna Kaszuba, Redaktor
Naczelna „Twój STYL”, 1998.
Źródło: Archiwum własne autora.

ła amerykańska drukarnia RR Donnelley, „Twój STYL” był jej pierwszym dużym klientem.

Magazyn był także jednym z inicjatorów powstania Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy oraz systemu badań czytelnictwa, co umożliwiło rzetelne raportowanie nakładów i zwrotów. Jako pierwsza redakcja w Polsce zaczęliśmy pracować na komputerach Macintosh, połączonych siecią ethernetową. Wszystko to było nowe, pionierskie. Rynek DTP (Desktop Publishing) dynamicznie się rozwijał, a graficzne komputery Apple stały się naturalnym wyborem, przy niewielkiej tylko konkurencji ze strony Atari. Uważałem, że błędem jest taktowanie komputera wyłącznie jako narzędzia. Wraz z rozwojem projektowania graficznego w epoce cyfrowej, komputer stawał się nowym medium – takim jak telewizja czy kino – i odgrywał coraz większą rolę w kształtowaniu nowoczesnej, multimedialnej komunikacji wizualnej.

Pracowałem na Macintoshu wyposażonym w dysk SCSI z największą wówczas dostępną pamięcią – 120 MB – oraz stację dyskiek 1,44 MB i jako jedyny w redakcji pracowałem na 20-calowym kolorowym monitorze. Korzystaliśmy z angielskiej wersji systemu Apple Mac OS. Wszystkie programy i dane wgrywano z dyskiek, które niekiedy liczyły po kilkanaście sztuk i musiały być zaaplikowane w odpowiedniej kolejności. W taki sposób instalowałem Quark – program do projektowania publikacji drukowanych, na którym w tamtym czasie pracowali niemal wszyscy graficy na świecie. Okładki, po zaprojektowaniu w redakcji, przenosiłem do studia graficznego w Zakładach Włókielodrukowych RSW Prasa przy ul. Okopowej w Warszawie. To miejsce jako jedyne specjalizowało się w opracowywaniu amerykańskich plakatów filmowych na potrzeby dystrybucji w Polsce. Moje projekty okładek przechodziły tam proces szparowania i wymiany tła na komputerach Silicon Graphics, które – w przeciwieństwie do mojego redakcyjnego Macintosha – szybko i sprawnie przygotowywały rozbarwienie do druku.

szych amerykańskich wydawców. To właśnie oni stworzyli większość kultowych tytułów i mogą się poszczycić wieloletnią naukowo przeanalizowaną tradycją wydawania magazynów.

Pierwszy numer miesięcznika „Twój STYL” ukazał się w sierpniu 1990 roku – w czasie dynamicznych przemian w Polsce. Po wyborach w 1989 r., nadal jeszcze w szarej rzeczywistości, rynek pokochał nowy, kolorowy, światowy magazyn, który wystartował z hasłem autorstwa Romana Wysokiego „Luksus dostępny dla wszystkich”. Od marca 1992 roku do kwietnia 2002 roku pełniłem funkcję dyrektora artystycznego tego magazynu.

Codzienna praca w redakcji „Twojego STYL” wyglądała podobnie, jak przedstawia film *Diabeł ubiera się u Prady*. Nakłady i sprzedaż rosły – przekroczyły ponad 800 tysięcy egzemplarzy – a reklamy napływały szerokim strumieniem. Początkowo drukowaliśmy w Dom Słowa Polskiego) w Warszawie, jednak wraz ze wzrostem nakładu szukaliśmy najlepszych rozwiązań poligraficznych za granicą. Osobiście jeździłem do Wiednia, Holandii, Francji i Włoch, aby kontrolować jakość kolorów i akceptować materiały do druku. Wykorzystywaliśmy druk offsetowy i rotograviurę. Gdy w Krakowie powsta-

Pierwszymi fotografiami na stałe współpracującymi z redakcją byli Władysław Lemm oraz Andrzej Świetlik – współtwórca awangardowej anarchistycznej grupy Łódź Kaliska. Obaj specjalizowali się w portretowaniu bohaterów artykułów.

Firma Andrzeja Teleżyńskiego, który wspólnie z Kubą Tatarkiewiczem prowadził niewielką działalność pod nazwą „Tatarkiewicz, Teleżyński i Syn”, nieoficjalnie zajmowała się serwisowaniem sprzętu Apple. Obaj panowie zostali później współzałożycielami firmy SAD – pierwszego polskiego dystrybutora Apple. Jednym z ich osiągnięć jest spolszczona wersja klawiatury angielskiej, która do dziś potrafi wprowadzać w błąd. Przykładowo w miejscu litery „Y” pojawia się „Ż”, zupełnie tak, jak w polskich analogowych maszynach do pisania. Z Kubą Tatarkiewiczem, który opracował polską wersję systemu macOS, metodą prób i błędów, stworzyliśmy styl justowania tekstu z odpowiednio dobranym kerningiem, dzieleniem wyrazów i innymi detalami typograficznymi. Wprowadziłem ten styl w redakcji, używam go do dziś i przekazuję go moim studentom.

Teleżyński i Tatarkiewicz kupili z czasem licencję Bitstreamu, założyli własną firmę i jako pierwsi sprzedawali zestaw światowych fontów z dodanymi polskimi znakami diakrytycznymi. Nazywaliśmy ich żartobliwie „specjalistami od ogonków”. Na sprzedawanej przez nich płycie CD znajdowało się 500 fontów – m.in. Baskerville, Futura, Bodoni i Swiss – wszystkie w polskiej wersji, w formacie PostScript Type 1. Z kolei pozostałe fonty, które zamawiałem dla „Twojego STYLu” np. Gill Sans były polonizowane przez firmę Kentype.

W marcu 1992 roku, od 20. numeru „Twojego STYLu”, objąłem stanowisko dyrektora artystycznego. Stworzyłem zespół znakomitych grafików, wśród których byli Marek Dzwonkowski – późniejszy wieloletni dyrektor artystyczny „Claudii”, Józef Dutkiewicz – obecnie Chief Creative Officer w Gru-

pie Freundschaft, Renata Obniska-Wolska – wieloletnia dyrektor artystyczna „ELLE” oraz wielu innych utalentowanych twórców.

Rynek magazynów był w tamtym czasie niemal pusty, nie ukazywały się tytuły skierowane dla wymagających odbiorców. „Twój STYL” cieszył się ogromnym prestiżem, pełnił funkcję zarówno kulturotwórczą jak i edukacyjną. Intuicyjnie wyprzedzał potrzeby czytelniczek zanim same zaczęły je dostrzegać. Na jego łamach wypowiadali się wybitni przedstawiciele z różnych dziedzin – od kultury, przez naukę, aż po politykę. Ten szeroki i zróżnicowany wachlarz bohaterów nie mówił o polityce, ale skupiał się na sprawach obyczajowych i społecznych, kreując nową jakość debaty publicznej. „Twój STYL” podkreślał znaczenie kobiet, a stworzona przez niego nagroda „Kobieta Roku” wyróżniała wybitne Polki ze świata kultury, nauki, polityki, czy działalności charytatywnej. Jej laureatkami zostały m.in. Magdalena Abakanowicz, Jolanta Kwaśniewska, siostra Małgorzata Chmielewska czy prof. Zofia Kuratowska – ceniona hematolożka. „Twój STYL” zainicjował także w Polsce kampanię „Różowa wstążka”, promującą profilaktykę raka piersi. Do październikowego wydania dołączona została sponsorowana przez Margaret Astor zawieszka pod prysznic z instrukcją samodzielnego badania piersi. Z magazynem na stałe współpracowały znane polskie osobowości – Andrzej Żuławski, Olga Lipińska, Agata Passent, Tomasz Jastrun, który stworzył kultowy cykl „Dzienniki Polek”. Materiał ten okazał się tak obszerny, że ostatecznie ukazał się w formie książkowej, ponieważ w piśmie zabrakło miejsca. Objętość „Twojego STYLu” dochodziła wówczas do 340 stron, co wymagało ogromu pracy projektowej i typograficznej każdego miesiąca. Moja początkowa makieta magazynu z czasem ewoluowała – częściowo intuicyjnie, częściowo pod wpływem światowych trendów, które obserwowałem podczas corocznych



Ryc. 3 Michał Piekarski, projekt okładki magazynu „Insight”, 1989. Źródło: Archiwum własne autora.

wyjazdów do Nowego Jorku. Zacząłem świadomie wykorzystywać typografię jako element kompozycji graficznej rozkładek dużych artykułów.

W Holandii, podczas pracy w studiu graficznym telewizji NOS/NOB, w którym projektowałem kwartalnik „Insight”, miałem okazję zapoznać się z dokonaniem mistrzów holenderskiej typografii: Pieta Zwarta, Anthona Beeke, Wima Crouwela oraz z twórczością studiów: Dumbar i Total Design. Inspirowałem się również doświadczeniami legendarnego niemieckiego grafika Willy'ego Fleckhaus' i jego magazynu „Twen” oraz Neville'a Brody'ego, znanego projektanta, typografa i dyrektora artystycznego kultowego magazynu muzycznego „The Face” i magazynu dla mężczyzn „Arena”. Niezwykle innowacyjny styl Brody'ego przyniósł mu międzynarodową sławę. W mojej domowej bibliotece posiadam obydwie części jego książki „The Graphic Language of Neville Brody” i traktuję je wyjątkowo.

Rozkładowki, które wówczas projektowałem utrzymane były w duchu nowego romantyzmu i nowej fali – z niewielkim wpływem punkowego buntu. Stanowiły świadome przeciwieństwo suchego, szwajcarskiego minimalizmu. W tytułach artykułów stosowałem odważne dysproporcje liter. Najważniejsze było dla mnie to, że każdego miesiąca podważałem własne założenia, łamałem własne reguły i tworzyłem nowe kompozycje.

W typografii, podobnie jak i w innych dziedzinach – nie istnieją jedyne, niepodważalne zasady. To, co zazwyczaj uznajemy za reguły, w rzeczywistości jest jedynie zbiorem przyjętych – choć ale nie zawsze w pełni przemyślanych – założeń, które należy odrzucić, aby mogła powstać nowa konwencja. Mnie pobudzały i inspirowały buntownicze awangardy odwołujące się do futuryzmu Marinettiego, dadaizmu Kurta Schwittersa, czy konstruktywizmu Aleksandra Rodczenki. Nigdy nie starałem się ich kopiować. Analizowałem ich twórczość, próbując zrozumieć istotę ich projektów, ich powody i metody.

Ogromną radość tworzenia dawało mi eksperymentowanie z wielkościami liter, dynamiczne rozmieszczanie nagłówków na stronie, które traktowałem jak symbole. Taka improwizacja wymagała jednak znajomości zasad, ponieważ moim celem nie było łamanie reguł dla samego faktu ich łamania, lecz świadoma gra z formą, literami, poszukiwanie nowych pomysłów i próba stworzenia własnego języka typo-wizualnego. Zależało mi, aby na nowo zdefiniować rolę dyrektora artystycznego, rolę typografii i makiety w tworzeniu miesięcznika z dbałością o stronę wizualną i artystyczną, ale także w zgodzie z nowymi ideami. Niejednokrotnie oznaczało to boje z dziennikarzami o długość tekstów, z utartymi schematami o świeżość kompozycji i znaczenie dynamiki i ruchu.

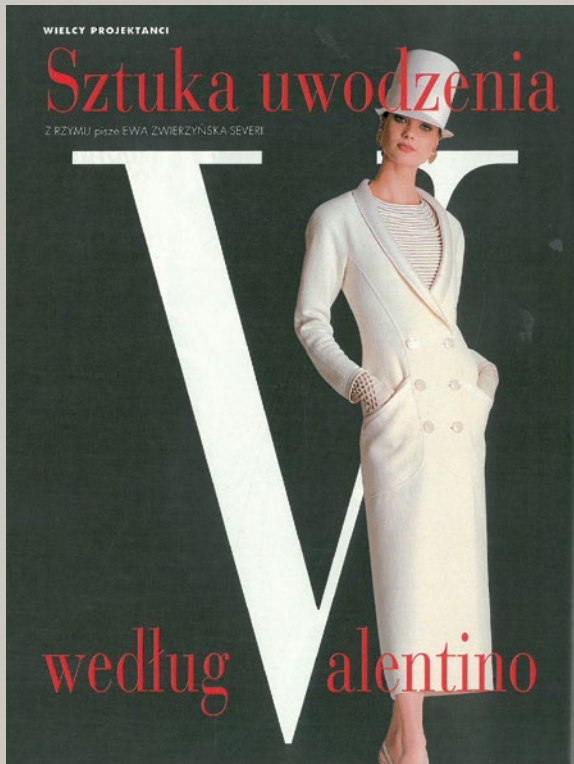
W 1992 zaproponowałem gruntowne zmiany graficzne w układzie magazynu, nawigacji, doborze zdjęć i typografii. Stworzyłem również nowe logo miesięcznika z własnoręcznym zapisem słowa „Twój”, na wzór logotypu „Insight”. „Twój STYL” był wówczas niekwestionowanym liderem na rynku i znacząco wyprzedzał konkurencję. Cieszyłem się pełnym zaufaniem zarządu i redaktor naczelnej, z którą łączyła mnie relacja żartobliwie nazywana „małżeństwem w pracy”, pełna twórczych sporów, ale ostatecznie zgodna i dążąca do wspólnego celu. Wprowadziłem na łamy magazynu ilustracje, które zamawiałem u wybranych artystów do zilustrowania opowiadań i tekstów psychologicznych.



↑ **Ryc. 4** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 4 /1993. Źródło: Archiwum własne autora.



↓ **Ryc. 5** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 5/1993. Źródło: Archiwum własne autora.





← **Ryc. 6** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 01/1992. Źródło: Archiwum własne autora.

✦ **Ryc. 7** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 06/1992. Źródło: Archiwum własne autora.

✦ **Ryc. 8** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 12/1992. Źródło: Archiwum własne autora.

✦ **Ryc. 9** Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 11/1992. Źródło: Archiwum własne autora.



Miesięcznik jest ciekawy wtedy, gdy zaskakuje, gdy każdy numer przynosi różnorodność, przyciąga uwagę nieoczywistym tematem. Nie chodzi jednak o kolejną gwiazdę z serialu bez wyrazistego przekazu. Grafik jest pierwszym czytelnikiem – co miesiąc miałem więc przed sobą dziesiątki stron maszynopisów. Musiałem „obejrzeć” tekst, aby zobaczyć czy niesie dramat, humor, czy refleksję, poznać jego ideę, aby potem ją zwizualizować. Czuwałem nad estetyką całego magazynu. Czytelnik najpierw patrzy, a dopiero później czyta. Dlatego layout – makieta miesięcznika – ma kluczowe znaczenie. To ona buduje tożsamość pisma, buduje komunikację z czytelnikiem, zachwycą, daje przyjemność z kontaktu. Wskazuje to, co jest ważne, co poboczne. Prowadzi wzrok, może zachęcić lub zniechęcić. Tytuł, lead, wyimki, podpisy – te rzucające się w oczy elementy szybkiego czytania – dają wgląd w treść artykułu. Nawet jeśli czytelnik nie przeczyta całości, powinny dostarczyć informacji o temacie. Mają za zadanie zachęcać do przeczytania, aby kontakt z magazynem sprawiał przyjemność, a sam artykuł wyglądał intrygująco. Redaktorzy byli motywowani przez Krystynę Kaszubę (ryc. 2), aby przygotowywali teksty z ciekawym tytułem, dopracowanym leadem, podpisami i wyimkami, które stanowiły podstawę pracy dla grafika. Elementy te były odpowiednio akcentowane przez wyróżnianie kolorem, wielkością czy grubością czcionki. Zasady redakcji tekstów są w gruncie rzeczy stałe – to projekt graficzny makiety czyni każdy magazyn unikalnym. Wizualizacja, za którą odpowiadałem oprócz zamawianych i zatwierdzanych przez mnie zdjęć obejmowała także typografię. Dlatego w makiecie miesięcznika tak ważne było projektowanie elementów szybkiego czytania. „Twój STYL” był tematycznie



*W projektach
świadomie wykorzystuję
kontrastujące
elementy, aby budować
napięcie i zaangażowanie;
zestawiam kolor, kształt
i proporcje.*

zróżnicowany, więc każdy jego dział wymagał indywidualnego układu. Inaczej projektowałem rozkładowki modowe, w których zdjęcia były najważniejsze, a inaczej sekcje w których dominował tekst. Nowy numer, który trafiał do rąk czytelniczek, musiał być jednocześnie spójną kontynuacją linii graficznej całego pisma i zapowiedzią czegoś nowego, obietnicą świeżości. Dzięki mojej pracy mogę z przekonaniem stwierdzić, że urodziłem się we właściwym czasie i miejscu. Mogłem wprowadzać zmiany, tworzyć nowe projekty, eksperymentować z kompozycjami typograficznymi, być pionierem – tworzyć to, co w polskiej prasie dotąd nie istniało.

Należę do pierwszej fali projektantów graficznych, którzy mieli możliwość manipulowania obrazem i literą dzięki komputerom Apple Macintosh. Ta otworzyło przede mną zupełnie nowe perspektywy. Praca na komputerze zmienia sposób myślenia o projektowaniu. Kiedy uświadamiasz sobie, że możesz tworzyć projekty na ekranie, wykorzystać do tego nawet sztuczną inteligencję, zaczynasz myśleć inaczej. Komputer staje się przestrzenią mentalną i oferuje nieliniowe, niemal nieograniczone możliwości. Zrodzony w głowie pomysł jest formowany na ekranie przy użyciu programów graficznych. Komputer oszczędza wysiłek i czas, które możemy wykorzystać na eksperymentowanie i testowanie nowych opcji, czego nie mogliśmy robić wcześniej.

Próbowałem więc różnych układów, kompozycji i proporcji. Byłem zachwycony, gdy udało mi się zestawić wielkie „F” z pozostałą częścią tytułu zapisanego drobnym fontem. Obok umieściłem małą i dużą fotografię, otrzymując układ, który wydawał mi się zupełnie inny, nowy, nieprzewidywalny, mój. Podobnie postępowałem w projektach dla „Twojego STYLu” – poszukiwałem ekspresji, dynamiki i mocnego wyrazu. Zestawiałem i kontrastowałem wielkości w tytułach otwierających kilkustronicowe artykuły. W jednym z projektów wykorzystałem pierwszą literę nazwiska projektanta mody – „V” – zestawiając ją z oszparowaną sylwetką modelki.

Kiedy przejąłem odpowiedzialność za szatę graficzną magazynu, na jednej z pierwszych rozkładowek z 1992 roku, połączyłem elementy kół i groszków widocznych na zdjęciu z tytułem artykułu. Lead i początek tekstu umieściłem na lewej stronie, a na prawej – duże zdjęcie (ryc. 6). Zróżnicowanie wielkości elementów wprowadziło większą dynamikę do układu na rozkładowce. Podobny zabieg wykorzystałem w czerwcowym otwarciu artykułu „Moda umarła, niech żyje moda” (ryc. 7). Te przykłady doskonale obrazują poszukiwania zróżnicowanego zestawienia wielkości i krojów liter w tytułach, widocznych również w rozkładowkach „Zima w kolorze lata” (ryc. 9), czy „Posag na trzy sezony” (ryc. 10). W projekcie „Zmarszczki te zdradzają” lead ułożyłem po sko-



Ryc. 10 Michał Piekarski,
projekt rozkładówki magazynu
„Twój STYL” 11/1993. Źródło:
Archiwum własne autora.

sie litery „Z” (ryc. 13), co nadało stronie początkowej większą dynamikę. Z kolei w otwarciu artykułu o Dudzie-Graczu, oprócz wyeksponowania nazwiska, wzmocniłem kilka wyrazów w leadzie aby kompozycja była tekstowo ciekawsza (ryc. 18). Na rozkładówce tytułowej artykułu o modzie słowo „Letnia” namalowałem własnoręcznie kredkami (ryc. 16). W każdym numerze starałem się zaskakiwać czytelniczki nowym pomysłem na układ tytułu. Czasami bawiłem się nazwiskami i wielkościami wybranych liter (ryc. 15), innym razem tytuł umieszczałem za leśnym krajobrazem na zdjęciu, sprawiając, że stawał się elementem ilustracji (ryc. 17).

W projektach świadomie wykorzystuję kontrastujące elementy, aby budować napięcie i zaangażowanie; zestawiam kolor, kształt i proporcje. Pogrubione czcionki sąsiadują z lekkimi, a gigantyczne litery dominują nad maleńkimi. Te kompozycje powstawały żywiołowo i intuicyjnie, ponieważ w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych nie było wówczas pracowni projektowania prasy. Do 1982 roku takie miejsce o nazwie Pracownia Projektowania Druków Periodycznych istniała tylko w Łodzi i prowadzona była przez Krzysztofa Lenka do czasu jego wyjazdu do USA.

Wiedzę o biznesie wydawniczym zdobywałem także w trakcie corocznych, dwutygodniowych wyjazdów do Nowego Jorku na konferencje Folio Show. Miałem tam okazję spotkać się, rozmawiać czy konsultować się z czołowymi projektantami magazynów na świecie.

Pamiętam moment, kiedy pokazywałem miesięcznik „Twój STYL” Davidowi Carsonowi z miesięcznika „Ray Gun” czy DJ Stoutowi, dyrektorowi artystycznemu „Texas Monthly”, a obecnie partnerowi w agencji Pentagram. Dzięki tym kontaktom wprowadziliśmy w redakcji amerykański model pracy. Czerpaliśmy wiedzę i doświadczenie od najlepszych. To właśnie z Nowego Jorku przywiozłem koncepcję PPM (pre-production meeting) – spotkania poprzedzającego sesję zdjęciową, podczas którego wspólnie z fotografem, stylistą, makijażystą i fryzjerem ustalaliśmy pomysły oparte na moich inspiracjach. Jako pierwsi w Polsce zaczęliśmy wykonywać profesjonalne sesje zdjęciowe bohaterom naszych artykułów. To była zupełna nowość, podobnie jak stworzenie stanowisk fotoedytora i stylistki (pierwszą była Monika Jaruzelska). Od tego momentu fotograf nie pracował już sam – na planie zdjęciowym towarzyszyła mu już zawsze ekipa specjalistów.

W 1992 roku do redakcji zaczęła się pojawiać regularnie pani Monika z walizeczką wielkości aktówki, w której znajdowały się starannie ułożone rzędy slajdów pochodzące z nowo powstałej agencji fotograficznej East News. Agencja założona przez znanego fotografa Wojtkę Łaskę wkrótce stała się przedstawicielem czołowych agencji fotograficznych. Byliśmy jej pierwszym klientem i nawiązaliśmy bliską współpracę. Z naszej inicjatywy East News wynajęła biuro bezpośrednio pod redakcją przy ul. Świętojerskiej w Warszawie. Dzięki temu zyskaliśmy bezpo-



← Ryc. 11 Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 06/1996. Źródło: Archiwum własne autora.



→ Ryc. 12 Michał Piekarski, projekt rozkładówki magazynu „Twój STYL” 10/1993. Źródło: Archiwum własne autora.

średni dostęp do aktualnych fotografii ze całego świata – w tym z pokazów mody – i definitywnie zakończyliśmy erę „pożyczania” zdjęć z zachodnich miesięczników.

„Twój STYL”, prowadzony przez Krystynę Kaszubę, która dawała przestrzeń na eksperymenty graficzne, bez wątpienia był jednym z kluczy do sukcesu. Ja cieszyłem się pełną swobodą działania i mogłem robić to, co lubiłem najbardziej – bawić się literami. To właśnie w redakcji „Twojego STYL-u” zrodziło się wiele nowych pomysłów i poszukiwań, które ukształtowały moją późniejszą pracę. Do dziś fascynuje się tym, jak litery i słowa mogą stawać się obrazem, a ekspresja twórcza – nośnikiem informacji. Jak obraz staje się treścią, a treść – obrazem. Jak informacja zamienia się w eks-

presję, a ekspresja – w informację. Doświadczamy tych zjawisk jednocześnie, dlatego zwracam szczególną uwagę na sposób w jaki układ i organizacja strony wpływają na informacje i interpretację. Nie czuję się mniej poważnym grafikiem tylko dlatego, że zaakceptowałem ulotność swojej pracy. W końcu projekt magazynu żyje tylko przez miesiąc, a potem znika, zastępuje go nowe wydanie. To może brzmieć zaskakująco, ale właśnie ta ulotność okazała się siłą.

„Twój STYL” odniósł – a właściwie wygenerował – ogromny sukces. Z każdym kolejnym numerem magazyn rósł objętościowo. Granicą dalszego zwiększenia nakładu i liczby stron przestały być ambicje wydawcy czy oczekiwania reklamodawców, a stały się nią możliwości drukarni, sys-

Zdradzają nasz wiek, przeszycia psychiczne, chowakier, także niegigieniczny tryb życia. Mówi się o oczach, że są zwierciadłem duszy. Nie tylko oczy, cała twarz, usta, czoło uwieczniają to, co się dzieje wewnątrz: radość, pogodę ducha, spokój albo przeczucie: zmęczenie, smutek.

MARSZCZKI

te zdradczyni!

N

także podawano ją Tristramowi, ale przenieść nie mógł się. "Tęskniłem za nią, jak nigdy przedtem".

Jej kochanek nie wytrzymał na długie godziny, dlatego przez długi czas...

W końcu...

ajbliższa cię

ROMAN WILHELMI

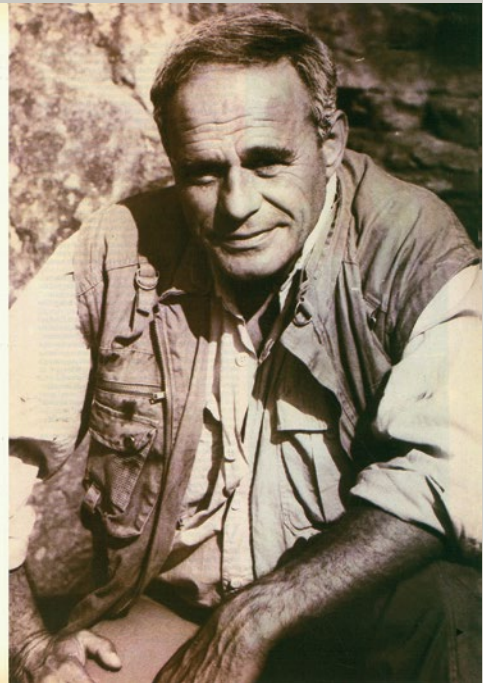
Joanna Rawik

Smór publiczności był jego pierwszym doświadczeniem teatralnym. Drobnego chłopca z ogoloną "na glanc" głową (kara za palenie papierosów) przeniesiono w koszyku przez scenę zamprowizowaną w jednej z kaplic kościoła Selezjanów. Rola Chrystuska nie zrobiła na Romku wrażenia, ale smór publiczności pozostał w jego świadomości tak trwale, że po mat-

ZA KULISAMI ŚWIATY

rze nie zastanawiał się ani chwili. Został aktorem. Dzięki lat dyscypliny w szkolnym internacie Selezjanów urosła w niego postać, którą w Warszawie w Poznaniu wszyscy kochali.

92



letnia

Nieduża sukienka letnia, antidotum na drżawactwo i ekstrawagancję mody, już drugi sezon utrzymuje się na wysokiej porcji naszej listy przebojów. Uszyta z mieszanki bawełny i wiskozy w drobne groszki i wzorki jest bezpretensjonalna, a wręcz pocziwa.

W wersji przesyłkowej - do zamówienia

Do anatomii naszego ciała odnosi się z szacunkiem - ramiona, biust i talia znajdują się na swoim miejscu, a jej długość jest do zaakceptowania nawet przez najbardziej nietolerancyjną ciocię. Ktoś, niewykłaczony, sama w jakichś lutech czerniastych czy pięćdziesiątych coś takiego nosiła, więc nawet teraz jej w oku zakłóci.

Rzecz może być zarówno miłą, jak weekendowa. Zależy od kontekstu, w jakim się ją ubawi. Noszona z opadającymi lub sandałami - zakończona sukienką zabrzmi rustykalnie, a miękko czarna, czy gładko jasna mokroty z kłamek nadadzą jej charakter... od poniedziałku do

Stawka i białko

Ryc. 13-18 Michał Piekarski, projekty rozkładowek magazynu „Twój STYL” 1992/1993. Źródło: Archiwum własne autora.



tem dystrybucji, czy dostępność papieru. Drukowana rozkładówka daje niesamowitą przestrzeń do tworzenia kompozycji, a sam magazyn pozwala na „kinowe” doświadczenie lektury. Daje wolność, której często odmawia się projektantom, zamkniętym w szablonowych ramach mediów cyfrowych. Fundamentalne znaczenie w projektowaniu miesięczników czy książek ma płynne przechodzenie z jednej strony na drugą – to doświadczenie ciągłości i rytmu jest niemożliwe do odtworzenia w internecie. Ten efekt, obok szelstu papieru, daje mi największą przyjemność z projektowania dla druku.

dr Michał Piekarski
ORCID: 0000-0003-4024-1995