

Przedmowa David Blatner

InDesign

Profesjonalna typografia
w Adobe InDesign CC

i tekst

WYDANIE CZWARTE

Nigel French

InDesign i tekst

Profesjonalna typografia
w Adobe InDesign

WYDANIE CZWARTE

Nigel French

przekład Marek Włodarz

[Kup książkę](#)

InDesign i tekst. Profesjonalna typografia w Adobe InDesign, wydanie czwarte

Authorized translation from the English language edition, entitled:
InDesign Type: Professional Typography with Adobe® InDesign®, Fourth Edition;
ISBN 978-0-13-484671-2; by Nigel French;
published by Pearson Education, Inc, publishing as Adobe Press.
Copyright © 2018 by Nigel French

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

Polish Language edition published by APN PROMISE SA.
Copyright © 2021.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Żadna część niniejszej książki nie może być powielana ani rozpowszechniana w jakiegokolwiek formie i w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny), włącznie z fotokopiowaniem, nagrywaniem na taśmy lub przy użyciu innych systemów bez pisemnej zgody wydawcy.

Projekt graficzny okładki: Aren Straiger i Nigel French
Projekt układu: Nigel French, Charlene Charles-Will i Kim Scott

APN PROMISE SA, ul. Domaniewska 44a, 02-672 Warszawa
tel. +48 22 35 51 600, fax +48 22 35 51 699
e-mail: wydawnictwo@promise.pl

APN PROMISE SA dołożyła wszelkich starań, aby zapewnić najwyższą jakość tej publikacji. Jednakże nikomu nie udziela się rękojmi ani gwarancji.
APN PROMISE SA nie jest w żadnym wypadku odpowiedzialna za jakiegokolwiek szkody będące następstwem korzystania z informacji zawartych w niniejszej publikacji, nawet jeśli APN PROMISE została powiadomiona o możliwości wystąpienia szkód.

Adobe, logo Adobe oraz InDesign są zastrzeżonymi znakami towarowymi Adobe Systems Incorporated.

Wszystkie inne nazwy handlowe i towarowe występujące w niniejszej publikacji mogą być znakami towarowymi zastrzeżonymi lub nazwami zastrzeżonymi odpowiednich firm odońnych właścicieli.

ISBN: 978-83-7541-452-3 (druk), 978-83-7541-453-0 (ebook)

Przekład: Marek Włodarz
Konsultacja merytoryczna: Błażej Pajda, Andrzej Tomaszewski
Korekta: Ewa Swędrowska
Skład i łamanie: MAWART Marek Włodarz

Podziękowania

Chciałbym najserdeczniej podziękować kilku osobom za ich pomoc (i cierpliwość). Są to: Nancy Davis, Laura Norman, Tracey Croom, Linda Laflamme, Scout Festa, David Van Ness, Mike Rankin, Kim Wimpsett, Bart Van de Weile, Jack Lewis, wszyscy z Creative Pro — a zwłaszcza David i Anne-Marie — oraz dobrzy koledzy z Lynda.com/LinkedIn Learning. A nade wszystko chciałbym też podziękować Melanie za to, że jest.



[Kup książkę](#)

Spis treści

Przedmowa	ix
Wprowadzenie	xi
Uwagi do polskiego wydania	xv
Rozdział 1: O czcionkach	1
Wybieranie krojów	2
Anatomia i klasyfikacja czcionek	4
Mapa InDesign: gdzie znaleźć opcje czcionek?	12
Wyświetlanie strony	17
Tworzenie przestrzeni roboczej	21
Rozdział 2: Wprowadzanie tekstu	25
Tworzenie ramek tekstowych	26
Przelewanie tekstu	27
Wiązanie ramek tekstowych	32
Korzystanie z edytora wątków	45
Sprzątanie tekstu	46
Rozdział 3: Wybieranie czcionek	49
Metody zaznaczania tekstu	50
Opcje formatowania znaków	51
Adobe Fonts	66
Rozróżnialność i czytelność	68
Rozdział 4: Typografia ekranowa	75
Rodzaje publikacji cyfrowych	76
Wybieranie czcionek dla ekranów	78
Przygotowywanie tekstu na ekran	83
Rozdział 5: Interlinia	95
Dobieranie właściwych odstępów	96
Unikanie automatycznej interlinii	100
Zachowajmy spójność, z wyjątkiem...	105

Rozdział 6: Wyrównanie	109
Wyrównanie w poziomie	110
Wyrównanie w pionie	126
Rozdział 7: Odstępy międzyliterowe, światła i kerning	133
Odstępy międzyliterowe kontra światła	134
Światła kontra kerning	138
Kerning	145
Rozdział 8: Drobne (ale ważne) szczegóły	151
Znaki specjalne	152
Spacje i odstępy	158
Panel glifów	160
Funkcje OpenType	164
Rozdział 9: Wcięcia i odstępy akapitowe	175
Wcięcia pierwszego wiersza	176
Podcięcia	178
Wcięcia z prawej i lewej	179
Odstępy przed i po akapicie	181
Rozdział 10: Dzielenie (i niedzielenie) słów, wierszy, akapitów i stron	187
Dzielenie wyrazów	188
Znaki łamania	197
Keep Options (Opcje przenoszenia)	201
Rozdział 11: Tabele	205
Estetyka tabel	206
Tworzenie tabeli	209
Metody zaznaczania tabeli	212
Praca z wierszami i kolumnami	214
Formatowanie komórek tabeli	217
Inne uwagi dotyczące tabel	218
Rozdział 12: Listy wypunktowane i numerowane	223
Praca z listami	224
Listy wypunktowane	224
Listy numerowane	227
Tabulatory	231

Rozdział 13: Inicjały wpuszczone	237
Tworzenie prostego inicjału wpuszczonego	238
Estetyka inicjałów	240
Trudne inicjały	247
Rozdział 14: Łączenie krojów pisma	249
Rzeczy, których lepiej unikać	250
Vive la Différence	250
To sprawa rodzinna	250
Szukanie kontrastu	252
Z tej samej stajni	255
Odpowiedniość historyczna	255
Łączenie cech charakterystycznych	255
Rozdział 15: Style	257
Kilka definicji	258
Dlaczego trzeba używać stylów?	258
Tworzenie stylów akapitowych	259
Stosowanie stylów	261
Edytowanie i dostosowywanie stylów	264
Style znakowe	271
Style obiektowe	276
Style tabel i komórek	279
Funkcjonalności powiązane ze stylami	281
Rozdział 16: Tekst i obraz	299
Oblewanie tekstem	300
Proste efekty tekstowe	310
Rozdział 17: Geometria strony, siatki i marginesy	321
Definiowanie ustawień dokumentu	322
Strony wzorcowe	326
Ustawianie łamów	334
Korzystanie z siatek	337
Biała przestrzeń	351
Rozdział 18: Lista kontrolna	357
Indeks	363



[Kup książkę](#)

Przedmowa

Trzymacie w ręku jedną z najważniejszych książek poświęconych InDesignowi na tej planecie. Może się to wydawać nadmierną przesadą, ale nasza zdolność do dobrego ułożenia tekstu w InDesignie jest sprawą krytyczną dla tego, by nasza praca była uwieńczona sukcesem. Ostatecznie, jeśli ktoś nie opanuje podstaw profesjonalnej typografii i tego, jak je stosować przy użyciu narzędzi dostępnych w programie, będzie skazany na tworzenie „kiepskich” projektów. A nikt nie chce kiepskich projektów.

Dobra wiadomość jest taka, że projektowanie — a w szczególności projektowanie układu tekstu, czyli to, co nazywamy typografią — jest czymś, czego każdy może się nauczyć. Wymaga to pokonania dwóch kroków: rozwinięcia w sobie wrażliwości i nauczania się, jak sprawić, by tekst wyglądał lepiej. Posiadanie „wrażliwego oka” (wyczuwania dobrej typografii) prowadzi do cierpienia, jeśli nie będziemy wiedzieć, jak poprawić złą. Zaś nawet najlepsze opanowanie oprogramowania jest bez znaczenia, jeśli nie będziemy wiedzieć, do czego zmierzamy.

Szczęśliwie mogę z przyjemnością powiedzieć, że ta książka pozwoli osiągnąć obydwie cele. Znam Nigela Frencha od wielu lat i mogę stwierdzić, że jest jednym z najlepszych wykładowców w dziedzinie typografii na całym świecie. Jak sądzę, jest to wynikiem tego, że rozumie on doskonale — i potrafi przekazać — zarówno to, co trzeba zrobić, jak i to, jak to osiągnąć.

W tym nowym wydaniu swojej książki Nigel zagłębia się jeszcze bardziej w sprawianie, aby tekst był piękny — zarówno dla druku, jak i projektów interaktywnych. Jestem pewien, że lektura i nauka sprawi Czytelnikom prawdziwą przyjemność.

Adobe InDesign jest dziś najlepszym narzędziem używanym w branży, właściwym zarówno do tworzenia krótkich, jak i długich dzieł, przeznaczonych do druku lub do wyświetlania na ekranie. Im lepiej poznamy InDesign, tym więcej radości przyniesie posługiwanie się tym programem — szczególnie gdy będziemy mieli tak wspaniałego nauczyciela, jak Nigel.

– David Blatner
współgospodarz witryny InDesignSecrets.com
współautor *Real World InDesign CC*

Wprowadzenie

Dziś wszyscy jesteśmy typografami. Każdy wie (albo wydaje mu się, że wie), co oznacza słowo *font*, a większość ludzi ma jakąś opinię na temat fontów, które lubią i których nie lubią. Typografia przestała być tajemną sztuką uprawianą przez mrukliwych ludzi o palcach poczernionych farbą — jest raczej umiejętnością wykorzystywaną na co dzień. Podejmujemy decyzje typograficzne każdego dnia — zarówno wtedy, gdy decydujemy, który kawałek zadrukowanego papieru wolimy przeczytać, jak i wtedy, gdy sami tworzymy kolejną zadrukowaną kartkę, a nawet wówczas, gdy w jakiś sposób reagujemy na oglądaną właśnie reklamę — świadomie lub nieświadomie. Same fonty są powszechnie dostępne — możemy korzystać z propozycji od dawna istniejących wytwórni z ich rozległymi katalogami, jak i drobnych domów wydawniczych z niszową ofertą, z usług subskrypcyjnych, takich jak Adobe Fonts, a także spośród niezliczonego bogactwa fontów dostępnych bezpłatnie w Google Fonts i innych źródłach online.

Ta demokratyzacja typografii jest powszechna; każdy może brać w niej udział. Jednak aby *dobrze* w czymś uczestniczyć, dobrze jest wiedzieć co nieco — wraz z możliwościami przychodzi odpowiedzialność. Jeśli ktoś już używa InDesigna albo zaczyna go używać, ma w ręku perfekcyjne narzędzie do tworzenia układów o dowolnej wielkości i złożoności. Warto pamiętać, że koncepcje leżące u podstaw programu nie pojawiły się wraz z jego pierwszą wersją w 1999 roku. Sam InDesign jest jeszcze bardzo młodym tworem, ale zasady, na których został oparty, są częścią wielkiej i długiej tradycji. InDesign jest kolejną, najnowszą, ale na pewno nie ostatnią częścią ciągu rozwoju technicznego, sięgającego wstecz do piętnastego wieku, gdy wynaleziono ruchome czcionki, w którym być może największym skokiem było stworzenie języka PostScript w latach osiemdziesiątych minionego stulecia. Terminologia i konwencje typograficzne, wokół których zbudowano ten program, ewoluowały przez pokolenia. Kroje pism dostępne w menu fontów — nawet te postmodernistyczne — są blisko spokrewnione z kształtami liter wyrytych na kolumnie Trajana blisko 2000 lat temu.

Projektowanie typografii i praca z tekstem jest dyscypliną subiektywną, zatem warto, abym się przedstawił i wyjaśnił, skąd przychodzę i dlaczego przedstawiam właśnie takie, a nie inne opinie. Mogę powiedzieć, że moje preferencje typograficzne należą raczej do „starej szkoły”, a nie eksperymentalnej. Mój styl jest bardziej konwencjonalny i nie próbuję przekraczać granic. Doceniam projektantów graficznych, którzy łamią reguły i robią to dobrze, ale drażni mnie, gdy ktoś łamie zasady dla samego łamania i robi to źle. Niestety większość projektantów, którzy łamią reguły, należą do tego drugiego gatunku.

Komputery pozwalają nam uciec od dawnych trudności. Aż nazbyt łatwe jest osiągnięcie niewielkim wysiłkiem czegoś, co – na pierwszy rzut oka – wydaje się dokończone. Jednak przy bliższym zbadaniu zauważymy, że dziełu temu brakuje wrażliwości na tekst. Nie poświęcono dość uwagi na detale oraz niewiele lub wcale nie doceniono tego, jakie wskazówki i komunikat wysyła ten tekst.

Z każdym mijającym miesiącem wydaje się, że coraz więcej i więcej ludzi używa coraz więcej krojów pisma i używa ich kreatywnie. Jednocześnie jednak coraz częściej pojawiają „przestępstwa typograficzne” i można sądzić, że przynajmniej niektóre fundamenty typografii zostały zmarginalizowane, zagubione lub zapomniane. Najczęstszą skargą, jaką można usłyszeć od wykładowców projektowania, jest to, że ich studentom brakuje wyrafinowania w tym, jak używają pisma. Ich kompozycje tworzone w Photoshopie i Illustratorze rutynowo zawierają błyskotliwe graficzne eksploracje, ale tekst aż nazbyt często jest traktowany po macoszemu, bezrefleksyjnie „wrzucony” na stronę.

Często powtarza się maksymę, że dobra typografia jest „niewidzialna” – zamiast zwracać uwagę na siebie samą, typografia powinna służyć słowom, które przedstawia. Stanley Morison, który w latach trzydziestych XX wieku dał nam krój Times (zaprojektowany dla *The Times of London*, choć gazeta już go nie używa), powiedział: „Aby nowa czcionka odniosła sukces, musi być tak dobra, aby jedynie nieliczni rozpoznali jej nowatorstwo”.

Może się więc zdawać, że typografia jest zadaniem niewdzięcznym. Gdzie uznanie? Sława? Niewielu jest powszechnie znanych typografów, a i ci żyją w praktycznej anonimowości. Tym niemniej typografia jest szlachetną dziedziną. Jeśli litery są cegłami i zaprawą komunikacji, wówczas my, typografowie, jesteśmy architektami. Skromny i niepozorny budynek może pozostać niezauważony przez wielu, ale każdy bez trudu zauważy brzydkie i niezgrabne. Podobnie

jest z typografią: dobre projekty spełniają swoje cele i nie wywołują komentarzy, ale zła typografia na pewno zostanie zauważona, choć wielu krytyków nie będzie umiało powiedzieć, co jest złe. Książka *InDesign i tekst* powstała między innymi po to, aby przedstawić reguły i konwencje profesjonalnej typografii, a zwłaszcza to, jak odnoszą się one do InDesigna. Dzięki temu łatwiej będzie unikać brzydkiego i nieprzemysłanego układania tekstu — a to wielki i niezbędny krok w kierunku tworzenia pięknych rzeczy.

Kto powinien przeczytać tę książkę?

Książka ta poświęcona jest wydajnej i efektywnej pracy w Adobe InDesign — poznaniu jego konwencji i nomenklatury, opanowaniu skrótów klawiszowych (a przynajmniej tych ważnych) i korzystaniu z jego potężnych, globalnych funkcji formatowania i automatyzacji. Ale nie jest to jedynie książka o tym, jak pracować w InDesignie; jest to również książka o najlepszych praktykach typograficznych. Choć, jak wszystko, one również ewoluują, praktyki te były znane długo przed pojawieniem się InDesigna — i będą obecne długo potem, gdy InDesign zostanie zapomniany i będziemy używać jakiegoś nowego narzędzia, czymkolwiek ono będzie.

InDesign i tekst nie jest przewodnikiem dla początkujących. Być może ktoś używa InDesigna od wersji 1.0, a może jest zupełnym nowicjuszem, zakładam jednak, że Czytelnik potrafi poruszać się w podstawowych funkcjach programu. Niektóre z zawartych tu informacji należą do elementarza i będą dobrze znane doświadczonym użytkownikom, ale jest tu również pogłębiona eksploracja funkcji dotyczących tekstu, bogactwo wskazówek, trików i obejść, a także kilka starych, dobrych sztuczek.

Książka zajmuje się głównie typografią języka angielskiego — nie dlatego, że jest ona najważniejsza, ale dlatego, że tę właśnie znam. Koncentruje się głównie na takich publikacjach, jak książki i czasopisma, zarówno drukowanych, jak i przeznaczonych do przeglądania na ekranie. Większość wskazówek i przykładów dotyczy konwencji typograficznych stosowanych w czasopismach i książkach. Techniki omówione w książce mają pomóc w tworzeniu stron i układów zgodnych ze standardami typograficznymi poprzez stosowanie się do pewnego zestawu „reguł”. Moje podejście jest raczej praktyczne, niż eksperymentalne. Reguły, które przedstawiam, nie mają na celu usztywniania ani ograniczania kreatywności — należy je traktować jako dobry punkt wyjścia. *Opanuj reguły*. Później,

jeśli zechcesz, możesz je łamać — ale rób to świadomie, wiedząc, *dlaczego* je łamiesz. Cokolwiek jednak uczynisz, nie ignoruj ich.

Jeśli chodzi o zagadnienia techniczne, powinienem zaznaczyć, że choć to wydanie *InDesign i tekst* zostało napisane pod kątem Adobe InDesign CC, większość technik przedstawionych w książce można stosować również we wcześniejszych wersjach programu. Skróty klawiszowe dla poleceń podaję najpierw w wersji dla komputerów Mac, po której następuje skrót dla Windows po ukośniku. Na przykład: Cmd+Option+W / Ctrl+Alt+W. Zrzuty ekranowe pokazują interfejs w wersji jasnoszarej (*Preferences > Interface*), gdyż takie właśnie zrzuty lepiej są reprodukowane w druku, niż te, które używają domyślnej, ciemnoszarej kompozycji.

Mam nadzieję, że Czytelnicy uznają *InDesign i tekst* za użyteczną i ważną pozycję w swoich biblioteczkach. Liczę też na to, że choć w niewielkim stopniu przeczytanie jej sprawi, że będą w stanie pracować szybciej i bardziej zdecydowanie. Przede wszystkim zaś mam nadzieję, że tworzone przez nich dokumenty będą wyglądały lepiej, gdyż tekst będzie wyglądać lepiej.

Jeśli komuś spodoba się ta książka, może być również zainteresowany obejrzeniem moich kursów *InDesign Typography*, części 1 i 2, dostępnych w witrynach *LinkedInLearning.com* oraz *Lynda.com*, które zostały w znacznym stopniu ułożone podobnie jak ta książka i wykorzystują wiele tych samych przykładów.

I oczywiście czekam na Wasze opinie emaile z komentarzami, poprawkami lub sugestiami.

— Nigel French
nigel@nigelfrench.com

Uwagi do polskiego wydania

Czwarte wydanie *InDesign i tekst* jest w istocie trzecim, które trafia do rąk polskich Czytelników. W rzeczywistości bowiem tłumaczenie i przygotowywanie polskich edycji rozpoczęliśmy dopiero od angielskiego wydania drugiego.

Już przy pracy nad pierwszym (drugim) wydaniem stanąłem jako tłumacz przed poważnym dylematem – czy pozostawić angielskie nazwy poleceń i funkcji, czy zmienić je na występujące w polskiej wersji interfejsu. Jednak szybkie badanie wśród użytkowników programu wykazało, że większość z nich używa wersji angielskiej, a książka odwołująca się tylko do polskich terminów byłaby dla nich niezrozumiała i mało użyteczna. Stąd decyzja, aby pozostawić wszystkie zrzuty ekranowe w wersji angielskiej, a nazwy poleceń menu i opcji podawać podwójnie przy pierwszym użyciu, zgodnie ze schematem *English Command* (Polskie polecenie).

Wersja oryginalna została przygotowana w kolorze. Z różnych powodów wydanie polskie jest drukowane jako czarno-białe. Z tego względu starałem się odpowiednio zmodyfikować kolory oryginału, aby zachować wystarczający kontrast i „rozdzielność” elementów. Mam nadzieję, że udało mi się z powodzeniem osiągnąć ten cel. Oczywiście wersja elektroniczna tej książki (jako PDF) jest kolorowa.

Część rozważań i spostrzeżeń autora dotyczy wyłącznie (lub prawie wyłącznie) składu w języku angielskim. W sytuacjach, gdy przedstawione zasady lub praktyki typograficzne różnią się od zalecanych (lub po prostu stosowanych) w języku polskim, oparłem je przypisem. Jako że w książce występują również przypisy pochodzące z wydania oryginalnego, przyjąłem zasadę, że przypisy oryginału pozostają przypisami dolnymi i są oznaczane gwiazdkami, zaś przypisy do polskiego wydania (inaczej mówiąc, przypisy tłumacza, czyli moje) są przypisami końcowymi, numerowanymi i zamieszczonymi na końcu każdego rozdziału.

Tekst oryginału tej książki powstawał częściowo w roku 2018, a częściowo w 2019. Wtedy też, jak się wydaje, powstały wszystkie lub prawie wszystkie zamieszczone w książce zrzuty ekranowe. Czytelnicy oczywiście wiedzą, jak szybko w tych czasach zmienia się i ewoluuje oprogramowanie, a szczególnie to, które coraz bardziej jest oparte na „chmurze”. Stąd niektóre funkcje opisane w tej książce mogą wyglądać nieco inaczej lub znajdować się w innej części interfejsu użytkownika, niż przedstawiono na stronach tej książki.

W przypadku istotnych funkcjonalności, gdzie nastąpiła zasadnicza zmiana wyglądu lub dostępności, starałem się uaktualnić tekst do wersji, która jest „możliwie najnowsza” obecnie. Dotyczy to przede wszystkim takich składowych, jak Adobe Fonts (premierowane z TypeKit), ale również pewnych mniej rzucających się w oczy komponentów, takich jak obsługa fontów Variable czy zmiany w składni niektórych wyrażeń regularnych (GREP).

W istocie można mieć pewność, że również wersja, którą posługiwałem się podczas pracy nad polskim wydaniem tej książki – CC 2020, a konkretnie 15.1.3 – okaże się „beznadziejnie przestarzała”, gdy ktoś będzie czytać te słowa na przykład w połowie roku 2022.

Na szczęście jednak ogromna większość wiedzy, wskazówek i technik przedstawionych w tej książce jest (niemal) niezależna od wersji programu. Część z nich jest w ogóle niezależna od programu jako takiego (dowolnego), stanowiąc ogólne zasady i dobre praktyki typograficzne. Dlatego nie martwi mnie nadmiernie fakt, że część zrzutów ekranowych i opisanych procedur okaże się mniej aktualna. Jestem pewien, że Czytelnicy łatwo odszukają analogiczną funkcję lub metodę postępowania w swojej (bez wątpienia nowszej) wersji programu.

Na koniec chciałbym podziękować koleżankom i kolegom z grupy dyskusyjnej pl.comp.dtp za pomoc w ustalaniu właściwych wersji rozmaitych terminów i faktycznie używanych pojęć – zawsze otrzymywałem szybką i precyzyjną odpowiedź, choć zwykle nawet nie wyjaśniałem, jaki jest cel tak dziwnie sformułowanego pytania. Niestety, standardowe grupy dyskusyjne protokołu NNTP odchodzą albo już odeszły w niebyt. RIP.

Marek Włodarz

Rozdział 1

O czcionkach

Jeśli chodzi o tekst, zachowujemy się nieraz jak dziecko w sklepie z zabawkami. Nasze listy fontów są rozbudowane i uwodzicielskie; zawierają dorobek setek lat historii pisma i odzwierciedlają wkład najrozmaitszych kultur, ruchów artystycznych, utalentowanych (i często ekscentrycznych) osobników czy systemów komunikacji masowej. Jednak mając tak wiele czcionek zaledwie o kliknięcie myszą, coraz częściej czujemy, że to bogactwo bardziej nas przytłacza, niż inspirowuje.

Ktoś podobny do mnie zapewne nie raz spędził większą część dnia, eksperymentując z tym lub innym, kusząco nazwanym krojem, wybranym niemal losowo spośród tysięcy, aby na koniec stwierdzić, że rezultaty nie są satysfakcjonujące – choć tak naprawdę nie umiemy powiedzieć dlaczego. Mam nadzieję, że dzięki temu rozdziałowi dni takie będą zdarzały się rzadziej.



Typografia to ukryte narzędzie manipulacji społecznej.

— Neville Brody



Kroje pisma są tym dla pisanych słów, czym dialekty są dla różnych języków.

— Steven Heller



Typografia jest tym, co nadaje wygląd językowi.

— Ellen Lupton



Najlepiej czytamy to, co czytamy najczęściej.

— Zuzana Licko

Zanim jednak przejdziemy do praktycznych szczegółów zasad wybierania czcionek¹ i używania ich w InDesignie, musimy poznać przynajmniej część spośród podstawowych terminów i konwencji typograficznych. Aby móc dobrze złożyć tekst, trzeba pamiętać, że InDesign jest zaledwie narzędziem i – choć niewątpliwie jest to wspaniałe narzędzie do tego celu – jego cała siła nie na wiele się zda, jeśli nie zrozumiemy istoty naszego „budulca”. Skuteczne korzystanie z programu wymaga zrozumienia, jak czcionki *działają* – a w tym celu musimy cofnąć się do ich historii, pojąć, jak są mierzone, klasyfikowane, a także jakie *komunikaty* mogą przekazać odbiorcom. No i, co oczywiste, musimy swobodnie poruszać się w interfejsie programu. W szczególności zaś musimy wiedzieć, gdzie znaleźć dotyczące czcionek narzędzia i preferencje, jak płynnie poruszać się po dokumentach i jak zaplanować i zastosować skuteczną technikę pracy z tekstem.

Wiem, wiem! Chcielibyście jak najszybciej przejść do pracy w InDesignie, ale nie pomijajcie tego rozdziału. Obiecuję, że znajdziecie w nim kilka prawdziwych perełek – nawet gdy ktoś jest doświadczonym użytkownikiem.

Wybieranie krojów

Gdy wybieramy krój, mamy na celu we właściwy sposób przekazać, a najlepiej podkreślić znaczenie tekstu. Oczywiście, musimy również spełnić oczekiwania i dopasować się do gustów naszych klientów. Doświadczeni typografowie mawiają, że nigdy nie należy składać czegośkolwiek, czego się wcześniej nie przeczytało, a w świecie doskonałym należałoby nie tylko zapoznać się z tekstem, ale i jego kontekstem historycznych lub kulturowym. Zależnie od długości dokumentu i ram czasowych projektów może to się okazać niemożliwe, ale powinniśmy mieć przynajmniej dobre wyobrażenie, jaki jest charakter przekazu.

Kroje pisma mogą nieść z sobą – intencjonalnie lub nie – symbolikę i znaczenia. We wspaniałym filmie dokumentalnym Gary’ego Hustwita *Helvetica* (2007) graficzka Paula Scher mówi o swoich negatywnych skojarzeniach z najbardziej wszechobylskim krojem na świecie, nazywając go „fontem korporacyjnej Ameryki”. Przez zaciśnięte zęby przedstawia Helvetikę jako font wojny wietnamskiej i obu wojen w Zatoce. Z drugiej strony, w innej części filmu jedna z najjaśniejszych błyszczących gwiazd typografii chwali piękno i ponadczasowość tego kroju. Jak widać, kroje pisma nie muszą być czymś neutralnym – dzielą ludzi.

Pozostając przy Helvetice, czy jej równie rozpowszechnionym klonie Arialu jako przykładzie, ktoś mógłby stwierdzić, że ich stosowanie stało się wręcz „naturalne”, gdyż spotykamy je wszędzie jako „domyślne” – wybór, który w istocie nie wymaga żadnego świadomego wyboru. Systemowe kroje – te, które dostarczane są wraz z systemem operacyjnym komputera, a także te, które zostały dołączone do InDesigna – mogą ulegać temu samemu mechanizmowi. Bez wątpienia występuje tu pewien snobizm. Nie ma to nic wspólnego z rzeczywistymi cechami tych krojów, ale z tym, jak są pospolite. Kroje, takie jak Times czy dzisiejszy domyślny krój InDesigna, Minion Pro, są postrzegane przez niektórych projektantów jako coś dla amatorów i „cywilów”. Ponieważ są wszędzie, stały się częścią umeblowania i praktycznie przestaliśmy je zauważać. Krój, który chcemy wypromować jako domyślny, może spotkać zarówno najlepszy, jak i najgorszy los. Gdy stanie się wszechobecny, będzie dawać mniej, a nie więcej.

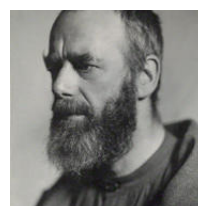
Na logikę profesjonalni projektanci powinni mieć bardziej wyrafinowane gusty. Dobrze jest mieć świadomość takich trendów, ale nie powinniśmy pozwalać im na ograniczanie naszych wyborów. Inaczej łatwo możemy znaleźć się w sytuacji, gdy będziemy szukać „czegoś, co jest jak Helvetica, ale nie jest Helvetiką”, gdy to właśnie sama Helvetica jest najlepszym wyborem dla danej pracy.

Jednak nie tylko Helvetica niesie z sobą taki kulturowy bagaż. Weźmy ekstremalny przykład: Fette Fraktur dla wielu kojarzy się z nazizmem, choć bardzo podobne kroje typu Blackletter czy Fraktur były używane przez setki lat, zanim narodowi socjaliści wybrali tę czcionkę jako swój środek wyrazu. Inne kroje, niegdyś modne, mogły wpaść w pułapkę konkretnego okresu historycznego – doskonale, jeśli chcemy wywołać skojarzenia z daną erą, ale zgrzytające, jeśli umieścimy je w odmiennym kontekście. Niektóre kroje zostały nadmiernie wyeksploatowane przez agresywne kampanie reklamowe i nic nie możemy poradzić, że kojarzą się z określonym produktem. Inne – jak przebój zbyt często nadawany w radiu – z atrakcyjnego „smaczku” przemieniły się w coś irytującego, jak zgrzytanie po szybie.

Ludzie często mówią o „dobrych” i „złych krojach”. W ostatnich latach Comic Sans stał się Wrogiem Publicznym Numer Jeden – krojem, który wszyscy kochają nienawidzić. Papyrus, od kiedy został użyty w filmie *Avatar*, był podobnie wyśmiewany, a ostatnio stał się wątpliwą gwiazdą skeczu Ryana Goslinga w *Saturday Night Live*. Ale dlaczego?



Jessica Hische,
projektantka czcionek
i „zwariowana kociara”



*Obecnie istnieje
równie wiele
odmian liter, jak
rodzajów głupców.*

— Eric Gill



Aldus Manutius (1449–
1515), drukarz i wydawca,
„wynalazca” kursywy



*Typografia sprawia,
że moje słowa są
widoczne.*

— Erik
Spiekermann



Carol Twombly, projektantka czcionek i ich twórczyni (między innymi takich krojów, jak Myriad, Adobe Caslon i Trajan).

Szeryfy klinowe
(Adobe Garamond)

A

Szeryfy włosowe
(Bodoni URW)

A

Szeryfy proste
(Chaparral Pro)

A

Grotesk bezszeryfowy
(Franklin Gothic URW)

C

Humanistyczny bezszeryfowy
(Gill Sans)

C

Geometryczny bezszeryfowy
(Futura)

C

Dla nowicjuszy typograficznych większość krojów pisma wygląda tak samo. Przewijając długą listę fontów, gdzie tylko słowo „Sample” i nazwa odróżniają jeden od drugiego, te bardzo ozdobne kroje – takie jak Comic Sans – są tymi, które się wyróżniają. Wydają się „fajniejsze” od tych wszystkich niestrawnych fontów na liście, a tym samym działają, jak to określił Mark Simonson na forum Typophile, jak „magnesy na nowicjuszy”. A następnie są nadużywane, używane niewłaściwie albo jedno i drugie. Są wykorzystywane do zadań, które wywołałyby grymas niechęci nawet u ich własnych twórców.

Jako typografowie, nie powinniśmy myśleć o krojach pisma jako dobrych lub złych, ale jako o odpowiednich lub nie. Comic Sans został zaprojektowany do wykorzystania w dymkach konwersacji w MS Bob, aplikacji dla dzieci, uczącej posługiwania się komputerem. Był więc funkcjonalną odpowiedzią na wyzwanie projektowe. Jego twórca, Vincent Connare (który również zaprojektował wysoko ceniony krój ekranowy Trebuchet) w najdzikszych snach nie mógł przewidzieć, do czego może zostać użyty: swetry klubów sportowych, wszelkiego rodzaju logotypy i reklamy, a nawet (tak, to prawda) napisy nagrobne. Nie powinniśmy też odrzucać możliwości, że stał się tematem jakiegoś doktoratu. Na temat swojego dzieła powiedział: „Jeśli go lubisz, nie wiesz zbyt wiele o typografii. A jeśli go nienawidzisz, również nie wiesz zbyt wiele o typografii i powinieneś poszukać sobie innego hobby”.

Anatomia i klasyfikacja czcionek

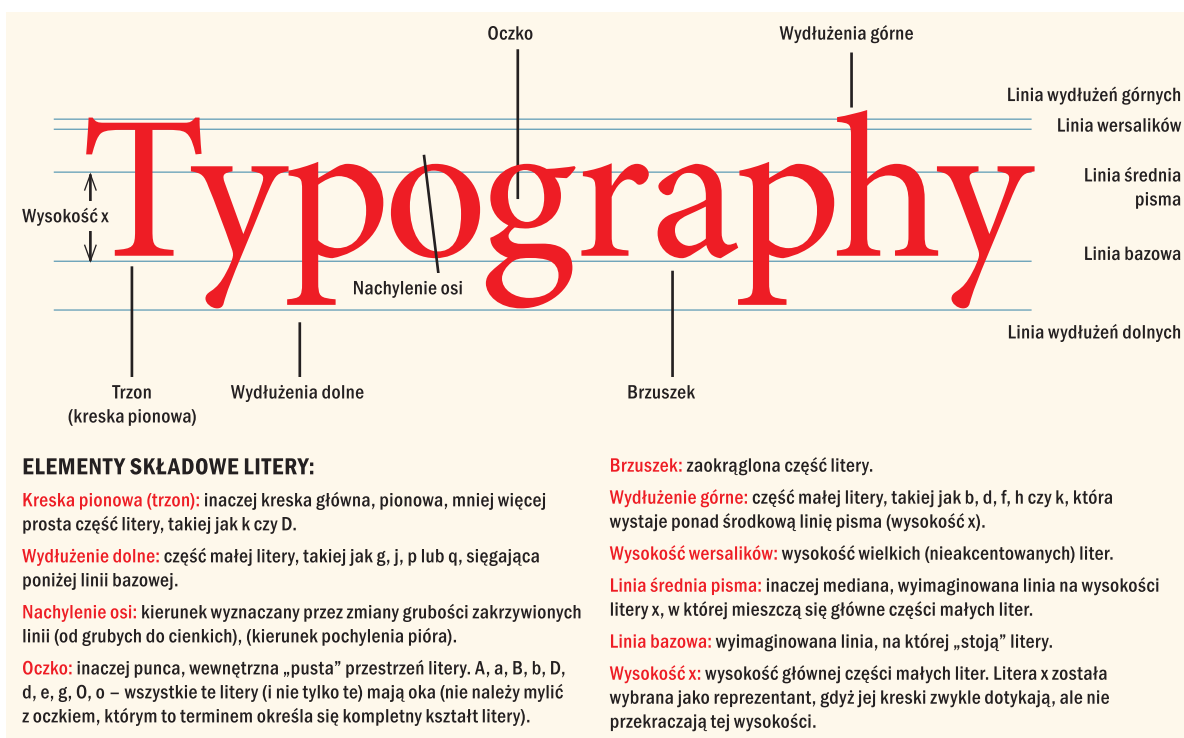
Aby móc ze zrozumieniem rozmawiać o czcionkach, musimy najpierw ustalić wspólny słownik. Znajomość nazw części składowych liter pomoże zrozumieć, jak są konstruowane, a także zapewni dobry punkt odniesienia do oceniania i porównywania krojów w zależności od jakości tych komponentów.

Typografia jest dziedziną pedantyczną i w wielkim stopniu zależy od drobnych detali. Wyjaśnijmy zatem niektóre terminy, których



Szeryfowy
Adobe Garamond Pro

Bezszeryfowy
Myriad Pro



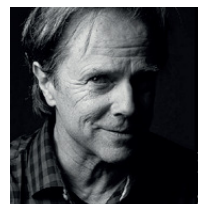
będziemy często używać. *Krój pisma (typeface)* to kompletny alfabet, zawierający litery, cyfry, znaki przestankowe i akcenty, w różnych odmianach wagowych i wielkościach². *Czcionka* to określona odmiana i wielkość tego kroju. Na przykład Adobe Garamond Pro to krój pisma. Adobe Garamond Pro Regular 10 pt to czcionka. Terminy te często używane są zamiennie, ale typografowie kochają dzielić włos na czworo i ja nie stanowią tu wyjątku. Dodatkowym utrudnieniem jest fakt, że elektroniczne wersje pisma zawierają wszystkie rozmiary w jednym pliku, nazywanym *fontem*. Stąd słowo to staje się synonimem czcionki, ale nie kroju, gdyż nadal różne odmiany wagowe lub szerokościowe kroju umieszczane są w różnych plikach (fontach).

Podstawowe rozróżnienie, jakie możemy zastosować dla poszczególnych krojów pisma, to podział na kroje szeryfowe (*serif*) i bezszeryfowe (*sans serif*). Większość istniejących czcionek wpada w jedną lub drugą z tych kategorii. Szeryfy to te małe „haczyki” na końcach kresek tworzących literę. Kroje bezszeryfowe ich nie mają (*sans* oznacza „bez” w języku francuskim).



Krój pisma to piękna grupa liter, a nie grupa pięknych liter.

— Matthew Carter



Nie mylmy czytelności z komunikacją.

— David Carson

Classical
HISTORY
Renaissance
Beauty
TRUST
Quiet

Understanding
Venerable
FORMAL
Calm
Magnificent
versatile
graceful

Reception
Informal
relaxed
Ceremony
casual
Character

Po ustaleniu tego najprostszego podziału spróbujmy pogłębić naszą klasyfikację. Nie istnieje żaden ogólnie uznawany standard klasyfikowania czcionek – zamiast tego istnieje wiele nakładających się wzajemnie specyfikacji. W tej książce będę się posługiwał uproszczoną klasyfikacją Adobe, prezentując przykłady krojów z każdej kategorii.

Renesansowe (Venetian Oldstyle)

Nazwa angielska tej grupy czcionek wynika z faktu, że są one oparte na krojach liter używanych przez skrybów i wczesnych typografów z północnych Włoch w XIV i XV wieku. Cechy wyróżniające to:

- Pochyłe przekreślenie w małej literze e
- Oś nachylona pod kątem odpowiadającym kreśleniu liter szeroko ściętym, pochylonym piórem (nieznacznie pochylona w lewo)
- Niewielki kontrast pomiędzy cienkimi a grubymi kreskami
- Przykłady: Adobe Jenson, Berkeley Oldstyle, Arno

Późnorenesansowe (Garamond Oldstyle)

Kroje te powstały w okresie późnego Renesansu i obejmują niektóre spośród najlepszych krojów używanych do dziś. Angielska nazwa pochodzi od dwóch wielkich typografów tego okresu – Garamonda i Aldusa. Ich cechy wyróżniające to:

- Poziome przekreślenie w małej literze e
- Nieco większy kontrast pomiędzy cienkimi i grubymi liniami niż w krojach wczesno-renesansowych
- Większe nachylenie osi pisma (w lewo)
- Gładkie szeryfy
- Przykłady: Adobe Garamond, Bembo, Minion Pro

Pisanki (Script)

Kroje tego typu naśladują pismo ręczne, zatem litery w nich są łączone ze sobą. Z tego względu pisma takie wymagają szczególnej uwagi przy dobieraniu kerningów i nigdy nie powinno się w nich składać tekstu samymi wersalikami. Patrząc historycznie, „osobista” natura ręcznego pisma stoi w sprzeczności z koncepcją czcionek i pisma cyfrowego. W piśmie ręcznym, które te kroje mają naśladować, żadne dwie litery *a* nie będą dokładnie takie same, ale gdy użyjemy fontu, to właśnie będą. Od niedawna jednak pojawiła się pewna liczba przepięknych krojów zawierających wielką liczbę alternatywnych glifów dla poszczególnych kombinacji liter, co pozwala w pewnym stopniu rozwiązać ten problem.

- Przykłady: Bickham Script Pro, Champion Script Pro, Voltage, Zapfino

Antykwa barokowa (Transitional)

Kolejnym ruchem, oddalającym czcionki od kształtu liter pisanych ręcznie, było powstanie pierwszych krojów, które narysowano od razu jako wzory do odbicia na papierze. Stanowiły one zatem przejście (ang. *transition*) pomiędzy krojami renesansowymi a krojami modernistycznymi, które pojawiły się później, i można w nich zauważyć cechy wspólne dla obu kategorii. Cechy wyróżniające to:

- Pionowa lub prawie pionowa oś pisma
- Pogłębiony kontrast pomiędzy cienkimi i głównymi liniami
- Szeryfy są cienkie, płaskie i wygładzone
- Przykłady: Baskerville, Perpetua, Stone Serif

Antykwa klasycystyczna (Modern, Didone)

Nazwa angielska pochodzi od nazwisk Firmina Didota (1764-1836) i Giambattisty Bodoniego (1740-1813). Kroje te stanowiły reakcję na usprawnienia w technologii produkcji papieru, druku i introligatorstwa, które pojawiły się pod koniec XVIII wieku. Postęp ten pozwolił zaprojektować pisma, w których występowały silne pionowe akcenty i cienkie linie włosowe. Cechy wyróżniające to:

- Duży kontrast pomiędzy grubymi i cienkimi liniami
- Pionowa oś
- „Mechanistyczny” wygląd – raczej konstruowane niż rysowane
- Bardzo cienkie, „włosowe” szeryfy
- Przykłady: Bodoni, Didot, Fenice

Egipcjanki (Slab Serif)

Do końca XVIII wieku podstawowym przeznaczeniem czcionek były książki. Jednak wraz z rewolucją przemysłową pojawiły się nowe zastosowania druku – plakaty, ogłoszenia i inne formy reklamy, które potrzebowały bardziej krzykliwych, rzucających się w oczy krojów, które zapewniłyby sukces w ostrej rywalizacji. Nazwa „egipcjanki” pochodzi od powszechnego entuzjazmu, jaki w owym czasie wzbudzały odkrycia archeologiczne. Cechy wyróżniające to:

- Ciężkie, „kwadratowe” szeryfy
- Stosunkowo równomierne grubości kresek
- Solidność
- Przykłady: Clarendon, Memphis, Chaparral Pro

Confident
Strong Cool
Levelheaded
serious
rational
UNDERSTATED

Perfume
Stylish Aloof
Reserved
GLAMOUR
Refined
Expensive

Victorian
SOLID *Egyptian*
Optimism
Persuasion
ADVERTISEMENT
Industrial

PROGRESSIVE
unadorned
simple
minimalist
Neutral
Pure
Architect
Contemporary
Sans

FILM SHOW
GREATEST
Charisma
IMPACTFUL
Personality

Manuscript
Abbey Metal
Demon News
head banger
Biere

Kroje bezszeryfowe (Sans Serif)

William Caslon IV (prapraprawnuk „pierwszego” Williama Caslona) zaprojektował swój pierwszy bezszeryfowy krój już w 1816 roku*. Jednak dopiero w końcu XIX wieku kroje takie zaczęły być powszechnie używane.

Kategorię tę można podzielić na: groteski (na przykład Helvetica), o stosunkowo jednolitej grubości linii, zwracające uwagę „neutralnym” wyglądem; kroje geometryczne (Futura), w których kształty liter budowane są z figur geometrycznych (lub prawie), a kreski mają stałą grubość; oraz humanistyczne (Gill Sans), w których kształty liter są wzorowane na tradycyjnych proporcjach, zaś grubości kresek są modulowane.

- Przykłady: Futura, Helvetica, Gill Sans

Dekoracyjne

Ta kategoria to „ogólny worek” dla tych krojów, których podstawowym zadaniem jest przykucie uwagi czytelnika. Najbardziej efektywne, gdy są używane w wielkich stopniach jako nagłówki, tytuły czy wykrzykniki. Ponieważ są tak ekspresyjne i mają skłonność do odzwierciedlania bieżącej mody, zwykle dość krótko pozostają w użyciu.

- Przykłady: Arnold Bocklin, Rosewood, Industria

Gotyckie (Blackletter)

Angielska nazwa wynika z faktu, że kroje te wydają się wyjątkowo „czarne” na zadrukowanej stronie. Można też spotkać określenie „Old English” albo „Gothic” (nie należy tego mylić bezszeryfowym groteskiem, który również bywa nazywany „gothic”), zaś w Niemczech kategoria ta nosi nazwę Fraktur. Ich użycie może sugerować, że czasopismo jest konserwatywne i oparte na autorytetach. Zdarzyło się jednak, że Fette Fraktur, krój zaprojektowany w połowie XIX wieku, miał to nieszczęście, że został przyjęty jako podstawowy krój przez NSDAP (w opozycji do „nie-niemieckich” krojów bezszeryfowych faworyzowanych wówczas przez Bauhaus i inne radykalne ruchy artystyczne tego okresu). Co interesujące, Trzecia Rzesza przestała stosować kroje tego typu w 1941 roku, gdy wyszły na jaw żydowskie wpływy w projektach tych czcionek. Nadal jednak trudno jest patrzeć na takie pisma bez negatywnych skojarzeń.

- Przykłady: Fette Fraktur, Goudy Text, Lucida Blackletter

* Jego cyfrowa interpretacja jest dostępna jako Caslon Egyptian w firmie Font Bureau: <https://fontbureau.typenetwork.com>.

Stałopozycyjne (Monospaced)

Czcionki stałopozycyjne zostały zaprojektowane pod kątem technicznych ograniczeń maszyn do pisania, a później również drukarek wierszowych. Ponieważ maszyna z każdym napisanym znakiem musiała przesunąć głowicę drukującą (albo wałek) o taką samą odległość, każdy znak musiał zajmować w wierszu dokładnie tyle samo miejsca.

Wykorzystywane są głównie do odróżnienia wierszy kodu komputerowego od tekstu w podręcznikach informatycznych, w zastosowaniach wymagających optycznego rozpoznawania znaków, ale niekiedy służą wywołaniu wrażenia „niedopracowania” strony. Naturalnie, jesteśmy w stanie przejrzeć takie zabiegi, ale to nie ma znaczenia. Nawet jeśli wiemy, że „antydzajnowy” wygląd dokumentu został starannie zaprojektowany przez jego twórcę (zapewne zbyt młodego, aby kiedykolwiek miał okazję używać prawdziwej maszyny do pisania), chętnie poddamy się sugestii, że wyciągnięta ze złomu maszyna do pisania była jedynym narzędziem, jakim dysponował. Na poziomie podprogowym akceptujemy przekaz: To jest surowy materiał. Tu chodzi nie o formę, ale o treść: takie są fakty, możesz je zaakceptować albo odejść.

- Przykłady: Courier, OCR A, Anonymous

Ornamenty

Fonty tego typu zawierają elementy dekoracyjne, których można użyć w celu uatrakcyjnienia dokumentów. Niektóre fonty Open Type zawierają znaki ornamentowe jako część ich rozszerzonego zestawu znaków.

- Przykłady: Minion Pro Ornaments, Adobe Caslon Ornaments, Wood Type Ornaments

Symbole, „dingbat” lub Pi

Oprócz „zwykłych” pism, istnieje równoległy wszechświat krojów, które nie zawierają liter, lecz piktogramy. Takie obrazkowe fonty mogą być zarówno zabawne, jak i praktyczne, udostępniając takie przydatne znaki, jak punktory, „dymki”, znaczniki, gwiazdki lub strzałki. Rozszerzają zakres dostępnych znaków, pomagając w tworzeniu zapisu nutowego, map, wzorów matematycznych i w wielu innych, najbardziej różnorodnych zastosowaniach. David Carson, *enfant terrible* typografii grunge z lat dziewięćdziesiątych minionego stulecia, zasłynął składając artykuł – wywiad z Bryanem Ferry – dla magazynu *Raygun*, używając wyłącznie fontu Zapf Dingbats. „To nie jest warte czytania – dlaczego nie zrobić tego w Zapf Dingbats?”

- Przykłady: Symbol, Zapf Dingbats, Carta, Font Awesome

Retro
Typewriter
Bank Charges
Low-Fi
Machine
Default



Charakterystyka kroju pisma

Klasa, do której należy krój czcionki, zazwyczaj stanowi wskazówkę co do jego najlepszego użycia, ale nie zawsze tak się dzieje. W projekcie publikacji kroje pisma odgrywają jedną z dwóch ról: jako czcionki ciągłego tekstu, co ma zapewnić płynne czytanie, albo jako kroje nagłówkowe, które mają skupić uwagę czytelnika na określonym miejscu. *Kroje tekstowe*, inaczej nazywane *działowymi*, zapewniają łatwość czytania długich bloków tekstu i same z siebie nie powinny przyciągać uwagi. Przeciwnie, *kroje nagłówkowe* mają się wyróżniać. Choć możliwe jest używanie pewnych krojów tekstowych w roli nagłówków, rzadko kiedy sprawdzi się podejście odwrotne. Z tego powodu będziemy chcieli mieć pewność, że używamy właściwego – albo odpowiedniego – kroju w wykonywanej pracy.

Jeśli wybierzemy kilka różnych krojów i nadamy im ten sam stopień w punktach, odkryjemy, że niektóre są większe od innych. Jest to spadek po czasach, gdy w użyciu były metalowe czcionki. Wielkość wyrażona w punktach odnosi się bowiem do rozmiaru metalowego klocka, który był nośnikiem litery. Niektóre kroje zajmowały większą część tego klocka, niż inne. Dziś wymiar w punktach nie odwołuje się już do rozmiarów metalowej czcionki, ale jego cyfrowego równoważnika: obrotowego prostokąta, otaczającego każdą literę. Mierzymy przestrzeń, wewnątrz której „żyje” znak, a nie same litery. Podobnie jak w czasach metalu, niektóre kroje zajmują większą część tego wymaganego prostokąta, niż inne, a tym samym przy identycznym stopniu wydają się większe. Dlatego też nigdy nie należy zważać na same liczby, ale zaufać własnym oczom.

Innym powodem, dla którego niektóre czcionki wydają się większe, jest *wysokość x* (*x-height*) czyli względna wielkość małych liter. Duża wartość wysokości *x* w ogólności powoduje, że czcionka jest lepiej widoczna w konkretnym rozmiarze. Kroje nagłówkowe z wielką wartością wysokości *x* wydają się przekazywać komunikat z większą jasnością i przekonaniem. Kroje tekstowe z dużą wysokością *x* są typowo uznawane za łatwiejsze w czytaniu.

WSKAZÓWKI: Może to się wydawać oczywiste, ale warto przypomnieć: trudno jest dokładnie ocenić wielkość (i inne aspekty) użytego kroju tylko na ekranie. O ile tworzony dokument nie jest przeznaczony jedynie do użytku ekranowego, zawsze lepiej wykonać próbny wydruk, niż zdawać się jedynie na to, co pokazuje monitor.

„OPTYCZNA WIELKOŚĆ” CZCIONKI

Ten sam tekst złożony tym samym stopniem z tą samą interlinią, ale różnymi krojami, demonstruje, że niektóre są „większe” od innych.

Meta Serif Pro 9 / 11

Gdy Gregor Samsa obudził się pewnego rana z niespokojnych snów, stwierdził, że zmienił się w łóżku w potwornego robaka. Leżał na grzbiecie twardym jak pancerz, a kiedy uniósł nieco głowę, widział swój sklepiony, brązowy, podzielony sztywnymi łukami brzuch, na którym ledwo mogła utrzymać się całkiem już ześlizgująca się kołdra. Liczne,

Adobe Jenson Pro 9 / 11

Gdy Gregor Samsa obudził się pewnego rana z niespokojnych snów, stwierdził, że zmienił się w łóżku w potwornego robaka. Leżał na grzbiecie twardym jak pancerz, a kiedy uniósł nieco głowę, widział swój sklepiony, brązowy, podzielony sztywnymi łukami brzuch, na którym ledwo mogła utrzymać się całkiem już ześlizgująca się kołdra. Liczne, w porównaniu z dawnymi rozmiarami, żałośnie cienkie