

dr hab. Anna Światłowska

---

# Graphic design for museums on the example of the Museum of Warsaw — the visual identity system, the typographic system of exhibitions, the design of the infographic exhibition and the publication *Warsaw Data*



POLSKO-JAPOŃSKA  
AKADEMIA TECHNIK  
KOMPUTEROWYCH

Polish-Japanese Academy  
of Information Technology in Warsaw  
Faculty of New Media Art



dr hab. Anna Świątłowska

**Graphic design for museums  
on the example of the Museum  
of Warsaw — the visual identity  
system, the typographic  
system of exhibitions, the  
design of the infographic  
exhibition and the publication  
*Warsaw Data***

Polish-Japanese Academy  
of Information Technology in Warsaw  
Faculty of New Media Art



Warsaw 2025

The subject of this dissertation is the visual identity system of the Museum of Warsaw, along with the typographic system of exhibitions created on its basis, the design of the infographic exhibition *Warsaw Data* and the publication accompanying this exhibition. The design activities described here constituted an important stage of work on building the brand of the Museum of Warsaw and on organizing, systematizing and improving its visual communication. They can therefore serve as a point of reference for broader considerations of graphic design for museums, or as a basis for formulating more general conclusions and recommendations.

The described projects took place in the years 2014–2022 and are closely related thematically and formally. All presented designs are my sole authorship, however, due to their interdisciplinary nature and high degree of complexity, the subsequent stages of work were carried out with the participation of a team of experts from various fields, i.e., historians, art historians, curators, architects, cartographers, conservators, polygraphers, etc., who provided specialist knowledge and experience from outside the area graphic design. Thanks to this, it was possible to collect more precise guidelines and respond more accurately to the graphic needs of each project.

All the indicated projects have been completed and implemented. Promotional materials of the museum designed on the basis of visual identity and the publication *Warsaw Data* are available in the bookstore of the Museum of Warsaw at Rynek Starego Miasta 40 and in all the museum stores<sup>1</sup>. The *Warsaw Data* exhibition is permanently open to visitors in the Old Town Cellars at the museum's headquarters<sup>2</sup>. Current temporary exhibitions in which the typographic exhibition system was utilized, can be viewed in the temporary exhibition space at Rynek Starego Miasta 32<sup>3</sup> and in the branches of the Museum of Warsaw<sup>4</sup>. The descriptions of the presented projects end with an index of the awards that they received.

<sup>1</sup> Online museum shop: <https://sklep.muzeumwarszawy.pl/pl/p/Dane-warszawskie/1143> [access: 14.10.2025].

<sup>2</sup> Information about the exhibition on the website of the Museum of Warsaw: <https://muzeumwarszawy.pl/wystawa/dane-warszawskie/> [access: 14.10.2025].

<sup>3</sup> Information on temporary exhibitions at the headquarters of the Museum of Warsaw: <https://muzeumwarszawy.pl/en/exhibitions/> [access: 14.10.2025].

<sup>4</sup> Information on temporary exhibitions at the branches of the Museum of Warsaw is available on the main site in the Locations tab: <https://muzeumwarszawy.pl/> [acces: 14.10.2025].

# Introduction

## HISTORY OF THE MUSEUM

The museum was founded in 1936 and is the oldest cultural institution in Warsaw. It started its activity as the Museum of Old Warsaw, a branch of the National Museum, taking care of the Warsaw collections. Its seat was purchased by the magistrate in the years 1937–1938 in three tenement houses at the Old Town Market Square: Baryczkowska, Kleinpoldowska and *Pod Murzynkiem* (no. 32, 34, 36).

The outbreak of World War II interrupted the transfer of collections from the building of the National Museum at Aleje Jerozolimskie to the purchased tenement houses in the Old Town. The museum along with its collection was destroyed in 1944. Inventories and catalogues were also lost then, so the extent of the loss remains unknown to this day.

In 1948, by the decision of the Municipal Board, the museum was established under the name of the Historical Museum of the Capital City of Warsaw. These were eleven historical tenement houses, which were rebuilt at that time based on Stanisław Żaryn's designs: eight from the side of the Old Town Market Square and three from the side of Nowomiejska Street. As a result of war damage, the collections were modest – in 1950 there were only 169 items in the inventory. The foundation of the museum collection at that time were objects donated by the National Museum – for ownership or as a deposit.

Gradually, finds from ruins and saved family memorabilia were brought to the museum. In 1955, a permanent museum exhibition was made available to visitors, presenting the history of Warsaw in a cross-section. This exhibition, for the first time in Poland, showed the history of the city on such a large scale. 10 years later, another version of this exhibition, *Seven centuries of Warsaw*, was opened. In the following years, some of its fragments were modernized.

In 1983, by order of the President of Warsaw, a branch of the Historical Museum of the Capital City of Warsaw was created – the Museum of the Warsaw Uprising. Over 20 years of activity, several thousand exhibits have been collected. In 2003, the Mayor of the Capital, Lech Kaczyński, decided to separate the Warsaw Uprising Museum from the Historical Museum of the Capital City of Warsaw and it became an independent institution.

Over time, the museum's collections were growing thanks to planned purchases, donations and bequests. Its inventories include e.g., valuable original collections of Eugeniusz Phull, Dr Ludwik Gocel, Krzysztof Klinger, and the Schiele family. Currently, there are over 250,000 objects in the inventory books.

Since 2014, as proclaimed in the decree of the President of the Capital City Warsaw, the museum operates under a new, shorter name – the Museum of Warsaw.<sup>5</sup>

## MODERNIZATION

In 2014–2017, the museum underwent a thorough renovation.<sup>6</sup> A full modernization, conservation and digitization of the historic tenement houses and buildings of the headquarters of the Museum of Warsaw was carried out, and in May 2017 the new main exhibition, *The Things of Warsaw*<sup>7</sup>, was opened there. The changes were introduced in its image too. Changing the name to a shorter one and creating a new visual identity system are the greatest challenges faced by the museum team in this field.

## THE STRUCTURE

Today, the Museum of Warsaw, in addition to its headquarters in 11 tenement houses in the Old Town, has 6 branches: the Praga Museum, the Wola Museum, the Pharmacy Museum, the Museum of Printing, Korczakianum Research Lab, and the Palmiry Museum – Memorial Site. It also has 2 additional locations at the Old Town Market Square: Heritage Interpretation Centre at Brzozowa Street and the Barbican at Nowomiejska Street. In autumn 2022, a new branch of the Museum of Warsaw was inaugurated – the Hall of Remembrance at the Warsaw Insurgents Cemetery.<sup>8</sup>

## ACTIVITY

Currently, the Museum of Warsaw is active in many fields – research, publishing, exhibitions, educational and animation.<sup>9</sup> It has its own conservation studios. In the headquarters at the Old Town Market Square, there is a Syrena Cinema offering a wide range of films about Warsaw<sup>10</sup>, as well as a bookstore and a shop with Warsawian souvenirs. In 2021, Galeria Rynek 30 was launched in the Baryczkowska tenement house (no. 30), where projects of the young generation of artists and curators are presented.<sup>11</sup>

<sup>6</sup> The Museum of Warsaw anew – trailer: <https://www.youtube.com/watch?v=SRIJgbIJmo> [access: 14.10.2025].

<sup>7</sup> More about the main exhibition: <https://muzeumwarszawy.pl/en/the-things-of-warsaw/> [access: 14.10.2025].

<sup>8</sup> Detailed information on the locations of the Museum of Warsaw: <https://muzeumwarszawy.pl> [access: 14.10.2025].

<sup>9</sup> More about the activities of the Museum of Warsaw: <https://muzeumwarszawy.pl/en/kategoria/activities/> [access: 14.10.2025].

<sup>10</sup> More about Syrena Cinema: <https://muzeumwarszawy.pl/en/kategoria/the-syrena-cinema/> [access: 14.10.2025].

<sup>11</sup> More about Galeria Rynek 30: <https://muzeumwarszawy.pl/en/kategoria/rynek-30-gallery/> [access: 14.10.2025].

<sup>5</sup> History of the museum, [in:] museumwarszawy.pl [online], <https://muzeumwarszawy.pl/historia-muzeum/> [access: 14.10.2025].



The renovated tenement buildings  
of the Museum of Warsaw at  
the Old Market Square,  
phot. V. Chernetsky, 2018



The new main exhibition  
at the Museum of Warsaw,  
phot. M. Czechowicz, 2017

## 1. Visual identity system of the Museum of Warsaw

The project of the new visual identity was part of the work on the modernization of the museum and was, apart from the name change, one of the most important elements of its image transformation.

### IMAGE ISSUES

The decision to start work on a new visual identity was made due to numerous image problems faced by the museum. The main problem was the lack of a visual communication strategy and any systematized solutions in this area. The museum had a logo, but there was no comprehensive visual identity system which, apart from the rules for using the logo, would define the overall graphic style of the institution. The logo itself also required modification and adaptation to the new assumptions and communication needs resulting from changes in the image and development strategy of the museum.

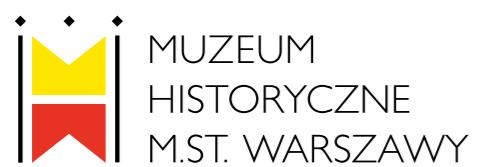
The graphic sign of the time also had a number of formal features that made it difficult to use:

- the predominance of small linear elements caused problems with scaling and legibility, and numerous problems when reproduced on media other than plain paper,
- delicate, openwork lettering significantly reduced the visibility and recognition of the logo among other, stronger signs,
- the use of yellow and red (official colours of the Capital City of Warsaw) caused arrangement difficulties in projects using other colours and on backgrounds other than white,
- the presence of small, separate elements above the signet caused the risk of their “invisibility” in the reproduction process and thus errors in the reproduction of the logo, especially by external contractors, less sensitive to the details of the sign.

Due to the lack of an image strategy, the museum did not have much recognition, which translated into low attendance. The image of the branches of the museum, which were not covered by any visual identity guidelines, was also a huge problem. They acted in this field selectively and on their own, as a result of which they were neither recognizable nor associated with the headquarters.

### STEP BY STEP

The decision to create a new visual identity system for the Museum of Warsaw was made at the end of 2012. I was entrusted with the project in mid-2013 and started work a few months later. The project was carried out and implemented internally, without the participation of designers from outside the museum. Throughout the process, the museum team was kept informed of its progress. It was very important due to the multiplicity and significance of changes taking place in the modernized institution, which often caused fear and resistance. The inclusion of all employees in the ongoing process allowed to build a positive atmosphere around the project, and thus greatly facilitated its efficient and effective implementation. The course of work can be divided into 3 main stages: preparatory, design and implementation.



Logo of the Historical Museum of the Capital City of Warsaw and signage elements, 2012

### Step 1: PREPARATION

At the preparation stage, a series of meetings with the management and teams of various specializations took place, during which we managed to define the message we wanted to convey through the new image, the goals and the direction of changes as well as possible problems, obstacles and challenges.

#### **The message:**

A thorough analysis and selection of the assumptions and communication needs of the museum allowed us to formulate two basic messages:

- The Museum of Warsaw is a modern cultural institution which tells the story of Warsaw in an engaging, multidimensional way in the context of the past, present and future.
- The museum is being modernized while maintaining its formal and scientific character, as well as its strong links with history.

Therefore, communication needs turned out to be very complex, and sometimes even contradictory – a traditional, academic museum was open to what was new, dynamic and modern. The task of the new visual identity was to find the right visual denominator for both declarations.

#### **Objectives:**

- to create a recognizable brand,
- to meet the complex communication needs,
- to reach all types of audience
- to identify the branches of the Museum of Warsaw,
- to coexist with the visual identities of exhibitions, events and publications without damaging the brand consistency
- to avoid unnecessary costs.

### **Challenges:**

- a complex profile of the institution,
- a very wide range of activities,
- head office, 7 branches, 10 different locations,
- a very wide and diverse set of recipients,
- limited budget.

### **Stage 2: DESIGN**

The design work was carried out in several stages, in regular cooperation with the Museum Management, the Promotion and Communication Department team, to which I belonged, and other expert teams in various fields – depending on the issue requiring consultation. The main part of the project (basic rules of the system) together with the brand book were developed in less than a year. Subsequent elements were successively refined after the premiere of the new identification, in parallel with the implementation activities. I made the identification design on my own, without the participation of other designers, so at the last stage of work, consultations with external, independent experts were carried out: Dr Magdalena Kochanowska – the lecturer at the Academy of Fine Arts in Warsaw, Dr Piotr Rypson – the Deputy Director of the National Museum in Warsaw and Magdalena Ponagajbo – Creative Director of Warsaw based Mama Studio. The opinions were positive, thanks to which the premiere of the new identity took place as planned. In June 2014, a press conference was held at the headquarters of the Museum of Warsaw, during which the final effect of the work was presented – the new visual identity of the Museum of Warsaw.

### **Stage 3: IMPLEMENTATION**

The project implementation stage began with the publication of the website in a graphic design consistent with the new visual identity. *The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw* has been published on the website, precisely explaining the rules for using the logo and other graphic treatments. There was a training and workshop for museum employees, during which gifts with the new logo were distributed.

At the next stage, the logo was changed on the basic media, such as:

- office supplies (letterhead paper, envelopes, business cards, etc.),
- promotional materials (posters, leaflets, invitations, etc.),
- digital media (e-mail footer, social media, etc.),
- external markings (signboards, boards, etc.).

### **NEW VISUAL IDENTITY**

#### **Logo**

The starting point for creating a new graphic sign for the Museum of Warsaw was the city's coat of arms – a mermaid with a sword and a shield. The half-woman, half-fish known from urban legends, is a sign universally recognizable and associated with Warsaw. The logo combines this historic symbol with a contemporary graphic language. A simple, monochrome sign accurately reflects the character of the institution, which is modernizing without breaking with the past. The expressive, fresh form positively affects the recognition and image of not only the museum, but also Warsaw.

The choice of the coat of arms as the leitmotif of the museum's image, apart from the obvious reasons related to the history of the city, is also justified by the specificity of the collection of the Museum of Warsaw, which has over 400 various Warsaw mermaids in its collections: in painting, photography, numismatic items, crafts, monuments or on maps.<sup>12</sup>

The simplified graphic silhouette of the mermaid was consulted in terms of content with the team of the Warsaw Research Department, including, above all, Dr Krzysztof Zwierz, the curator of the Cabinet of Warsaw Mermaids, which is part of the permanent exhibition of the Museum of Warsaw. Elements critical from the point of view of the correct construction of the symbol were those that underwent the greatest modifications over the centuries and had the greatest meaning, i.e., hairstyle, a sword and a tail.

The logo meets all the formal requirements for high usability:

- is simple and synthetic, which increases its visual strength, guarantees visibility in the vicinity of other graphic signs and reduces the risk of difficulties in the reproduction process,
- it is monochromatic, which allows for greater arrangement flexibility and lower production costs,
- scales well, maintains high legibility even in very small sizes,
- reproduces well on all media and background colours,
- has a horizontal and vertical version,
- has an English version and the ability to easily create other language versions,
- it can function as a signet ring itself, which increases its usability flexibility as well as its promotional and marketing potential.

The logo has been designed so that it is easy to create versions for branches of the museum (depending on the adopted strategy – by changing the record of the Museum of Warsaw to the name of the branch or adding an appropriate note), however, as a result of research, debates and consultations, a decision was made not to use separate versions of the logo for branches during at least the first 5 years of operation of the new visual identity system. The decision was caused by the then low recognition of the new name of the museum, both in relation to the headquarters and branches. The use of one logo was to increase its recognition and strengthen the association of the branches with the Museum of Warsaw in the minds of the recipients. Currently, all branches use the same graphic sign with the name of the Museum of Warsaw. Information about the branch is added under the logo or to its right in the form of text – it is not part of the logo.

#### Colours

The main colour is dark blue combined with black and white. The complementary scale is the grey scale. This choice is not as obvious as the official colours of the Capital City, i.e., a combination of yellow and red, used in the previous logo of the museum. Resigning from the colours of the city was a conscious decision – this set is problematic for communication reasons (it is rather associated with the city administration and does not respond to the image needs of a modern cultural institution) and formal reasons (it is very non-neutral, and thus inflexible and troublesome in terms of arrangement).



Cabinet of Warsaw Mermaids  
at the Museum Warsaw,  
phot. M. Czechowicz, 2018

<sup>12</sup> The Warsaw Mermaids from the collection of the Museum of Warsaw are presented at the main exhibition in the Cabinet of Warsaw Mermaids, curated by Dr Krzysztof Zwierz. More about the Cabinet: <https://muzeumwarszawy.pl/en/gabinet/room-of-warsaw-mermaids/> [access: 14.10.2025].

The choice of dark blue as the main colour of identification is conceptually justified by the sequence of associations: Warsaw—the Mermaid—Vistula River. The Vistula — consists of water, the water — which is dark blue.

Other factors that influenced this choice are:

- a separate image — no other institution with a profile similar to the Museum of Warsaw used this colour at that time. The colour used in the identification of cultural institutions most often was red,
- arrangement flexibility — the selected set of colours allows for great arrangement freedom. Depending on the proportions and the use of colours, it is possible to obtain a very wide range of graphic languages, from progressive to conservative,
- economy — the selected colour solution makes it possible to achieve the desired effect based on the cheapest printing techniques. Offset printing can be made using only two inks — black and navy blue from the Pantone pattern book (No. 2728), which significantly reduces production costs.

Due to the guidelines about the risk of large budget constraints, the identification was designed so that, if necessary, it could work without the use of navy blue, in only grey scale, without compromising the integrity of the image. In addition, both navy blue and grey are widely available colours, which enables the production of image paper, textile or ceramic materials based on standard solutions, without generating additional costs.

### Typography

The choice of typeface that would harmonize with the mermaid's signet ring and meet all other expectations was a huge challenge and the most time-consuming stage of work. The visual identity of the Museum of Warsaw as an institution with complex communication needs, a huge variety of activities and a wide group of recipients required the use of versatile lettering: accessible and legible, visually, historically and meaningfully neutral, supporting most European alphabets (including Cyrillic), offering a full range of typographic functions and design applications. An additional requirement was to find an equally well developed, compatible sans serif font. Due to the profile of the institution, it would also be ideal if the typefaces were designed by a Warsaw studio or type designer. These assumptions cannot have been met when utilising just one typeface.

Finding a satisfactory solution was preceded by long searches, tests and consultations. The set of typefaces that were utilised in the visual identity of the Museum of Warsaw is Good<sup>13</sup> and its serif companion: More<sup>14</sup>. Both font families were created in 2007–2010 by Warsaw-based type designer Łukasz Dziedzic<sup>15</sup>. Together, they form a huge family of fonts with an impressive variety of uses.

The main font in the identity, the Good typeface family, has a number of formal features that respond to the complex typographic needs of the museum:

- a variety of styles, variations and widths: 7 variations (from Light to Ultra), in 7 widths (from Compressed to Expanded), including italics,

- additional Good Headline variant designed for writing larger text forms, such as titles, headings or directional signs,
- extensive typographic features, such as ligatures, small caps, header and context variants, fractions, superscript and subscript,
- nice, well-designed numerals in a full range of styles — caps, nautical, proportional and tabular,
- a set of characters for Latin alphabets, including Polish and Cyrillic,
- well-developed web version,
- compatible sans serif font family, More.

The logo uses the Good font in the Bold variant, which perfectly maintains the consistency of proportions and details with the graphic sign, becoming its integral part. In addition, the FF Good aptly responds to the main communication assumption of the museum, i.e., it combines classics with contemporary visual language. Together with the More typeface, it works well in many design fields, such as posters, leaflets, packaging, publications, navigation around exhibitions, or outdoor signage of buildings. It makes it possible to create both classic and progressive visual communication. The lettering is expressive enough to give a recognizable character, but at the same time it is transparent enough to allow the use of diverse visual languages.

### System of icons and markings

As part of the visual identification, a set of icons was created that matched the proportions and visual character to the logo and lettering. Icons were used to mark the exhibition and office spaces of the headquarters and branches. They are also used in the graphic design of information and promotional materials of the museum.

A system of markings with the names of rooms has been created for the office spaces, in all locations of the museum. A template that allows for easy editing of texts and an assembly solution using replaceable paper inserts was created which allows for efficient change of marking without additional costs.

### Visual identity manual

The principles of using the visual identity system of the Museum of Warsaw have been developed and made available in the form of a brandbook *The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw*<sup>16</sup>. Consistent application of the principles presented there is a condition for maintaining coherent visual communication of the museum, and the manual is a practical, user-friendly tool facilitating the use of the system. The rules are clear, formulated in an accessible way and leave a large margin of design freedom to increase the flexibility of the adopted solutions. The last chapter of the brandbook presents visualizations of the Museum's promotional materials — to show the nature of the institution's visual communication in a better way.

<sup>13</sup> More about the Good font family: <https://typoteka.pl/en/typeface/ff-good> [access: 14.10.2025].

<sup>14</sup> More about the More font family: <https://typoteka.pl/en/typeface/ff-more> [access: 14.10.2025].

<sup>15</sup> Łukasz Dziedzic (born 1967 in Warsaw) — Polish graphic artist and typographer. He designed over a dozen typefaces — apart from the Good and More family, including Clan, Mach and Pitu. He is the author of the Empik logotype and the typeface used in its visual identification, the logotype of the Reserved clothing chain and the Nałęczowianka water. In 2010, he designed the sans serif Lato typeface, which was published under a free license and became one of the most widely used typefaces in the world. More information: <https://typoteka.pl/en/designer/lukasz-dziedzic> [access: 14.10.2025]. Portfolio of Łukasz Dziedzic: <http://www.lukaszdziedzic.eu> [access: 14.10.2025].

<sup>16</sup> *The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw* is available on the museum's website: [https://muzeumwarszawy.pl/wp-content/uploads/2022/05/Muzeum-Warszawy\\_podrecznik-identyfikacji-wizualnej\\_2022.pdf](https://muzeumwarszawy.pl/wp-content/uploads/2022/05/Muzeum-Warszawy_podrecznik-identyfikacji-wizualnej_2022.pdf) [access: 14.10.2025].



## THE FINAL EFFECT

The visual identity of the Museum of Warsaw is intended to coexist with the identification of exhibitions, events and publishing series of the Museum, without damaging the coherence of the image. Therefore, it is flexible, neutral in expression and allows for great design freedom. Its main assumptions are modern, economical graphic character, strong lettering and balanced use of graphic treatments. So far, projects created as part of the identification include:

– **campaigns:**

- *Najcenniejsze, co ocalało* (The most valuable thing that survived) – the image campaign, 2021
- *Rzeczy warszawskie* (The Things of Warsaw) – the campaign promoting the opening of the main exhibition, 2017

– **visual identity of temporary exhibitions:**

- *Zawsze w modzie. Grażyna Hase* (Always in Fashion. Grazyna Hase), 2022,
- *Niewidoczne. Historie warszawskich służących* (Invisible. Stories of Warsaw Servants), 2021
- *Znikające krajobrazy. Opowieść przestrzenna Mirona Białoszewskiego* (Disappearing landscapes. Spatial Tale by Miron Białoszewski), 2016.
- visual identity of Galeria Rynek 30, 2021

– **publications:**

- *Kalendarz warszawski* (Warsaw Calendar), 2015–2022
- *Skąd się biorą warszawiacy?* (Where do Varsovians come from?), 2016
- *The Warsaw Old Town reconstruction*, 2016
- *Ferdynand Karo*, 2015

– **gadgets:**

- *Muzeum OdNowa*, 2015
- *Pudełko na rzeczy warszawskie* (A box for Warsaw things) – a gift promoting the opening of the main exhibition, 2017 and 2018
- *Muzeum Warszawy* (The Museum of Warsaw) – a series of image gadgets, 2017–2022

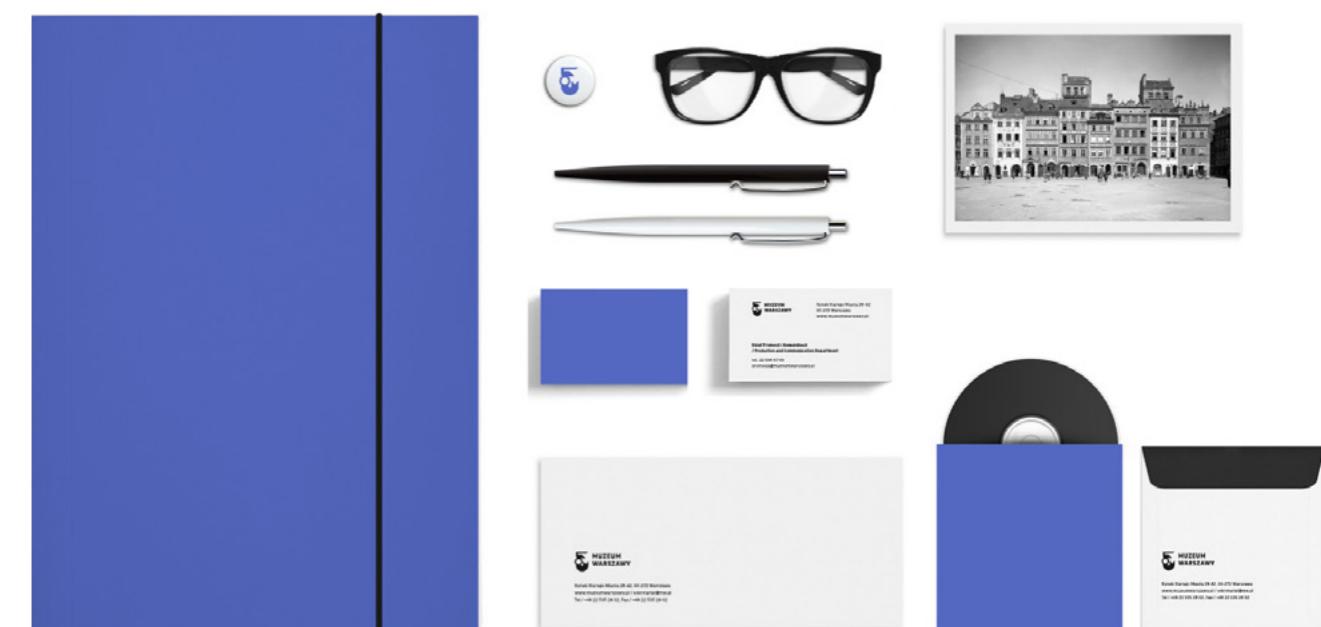
– **infographic exhibition** and the publication *Warsaw Data*, 2017.<sup>17</sup>

- **mural** at the Warsaw Tube Central Station promoting the opening of the main exhibition of the Museum of Warsaw, 2017.

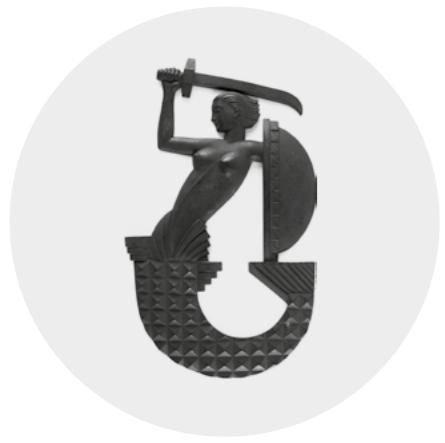


## THE AWARDS

- 2015 – 1st prize in the Good Design contest of the Institute of Industrial Design, in the category of applied graphics and packaging
- 2014 – 3rd prize in the Branding Monitor contest: RE:PL



<sup>17</sup> Discussed in more detail in section 3. The *Warsaw Data* exhibition at the Museum of Warsaw and 4. The publication accompanying the exhibition *Warsaw Data*.



MUZEUM  
WARSZAWY

MUSEUM  
OF WARSAW

MUZEUM  
WARSZAWY

MUSEUM  
OF WARSAW

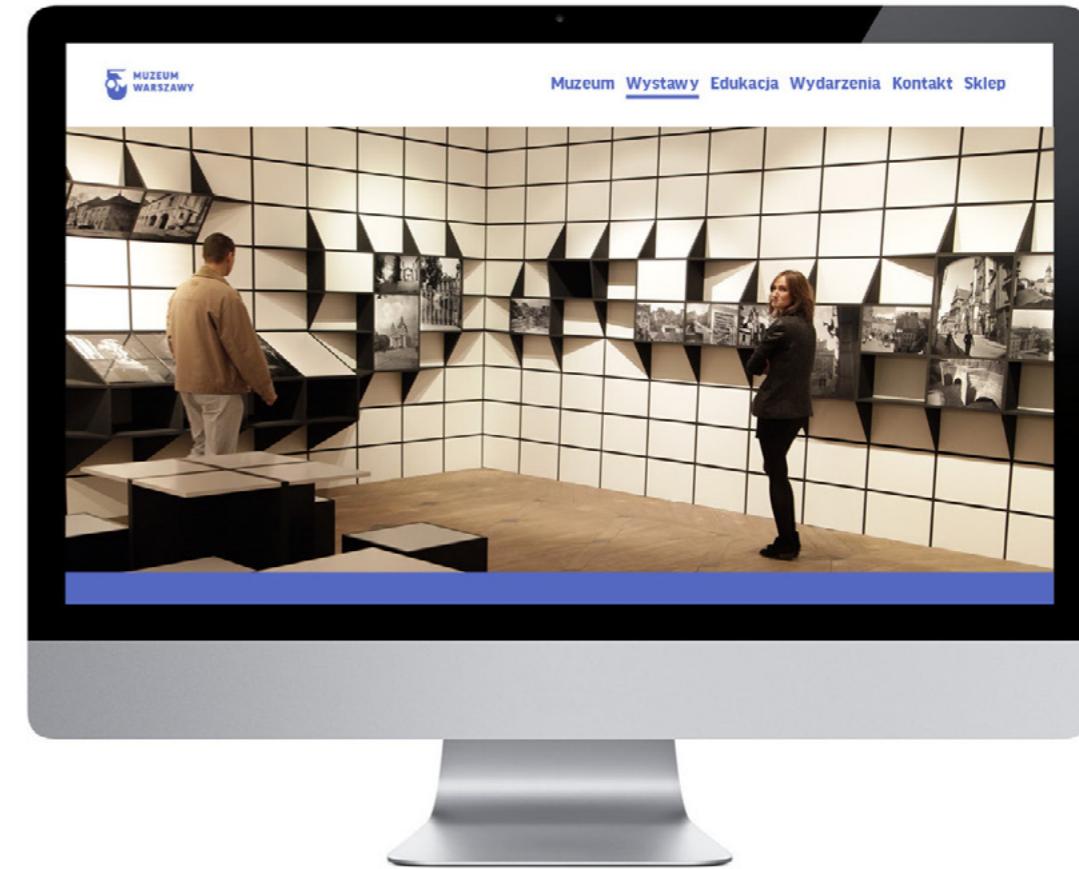
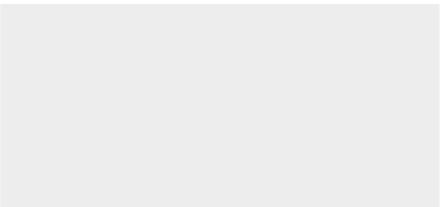
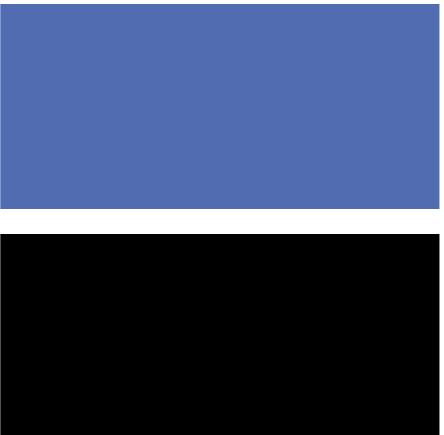
MUZEUM  
WARSZAWY

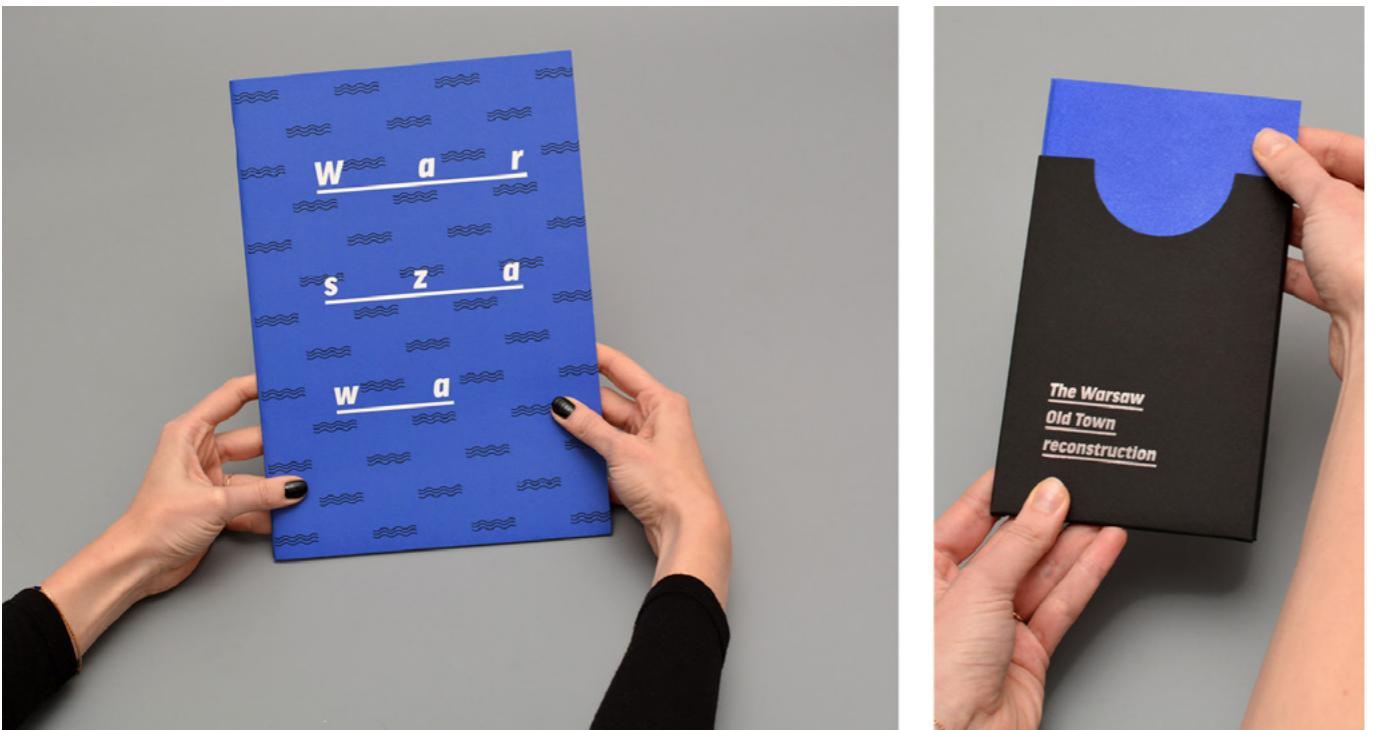
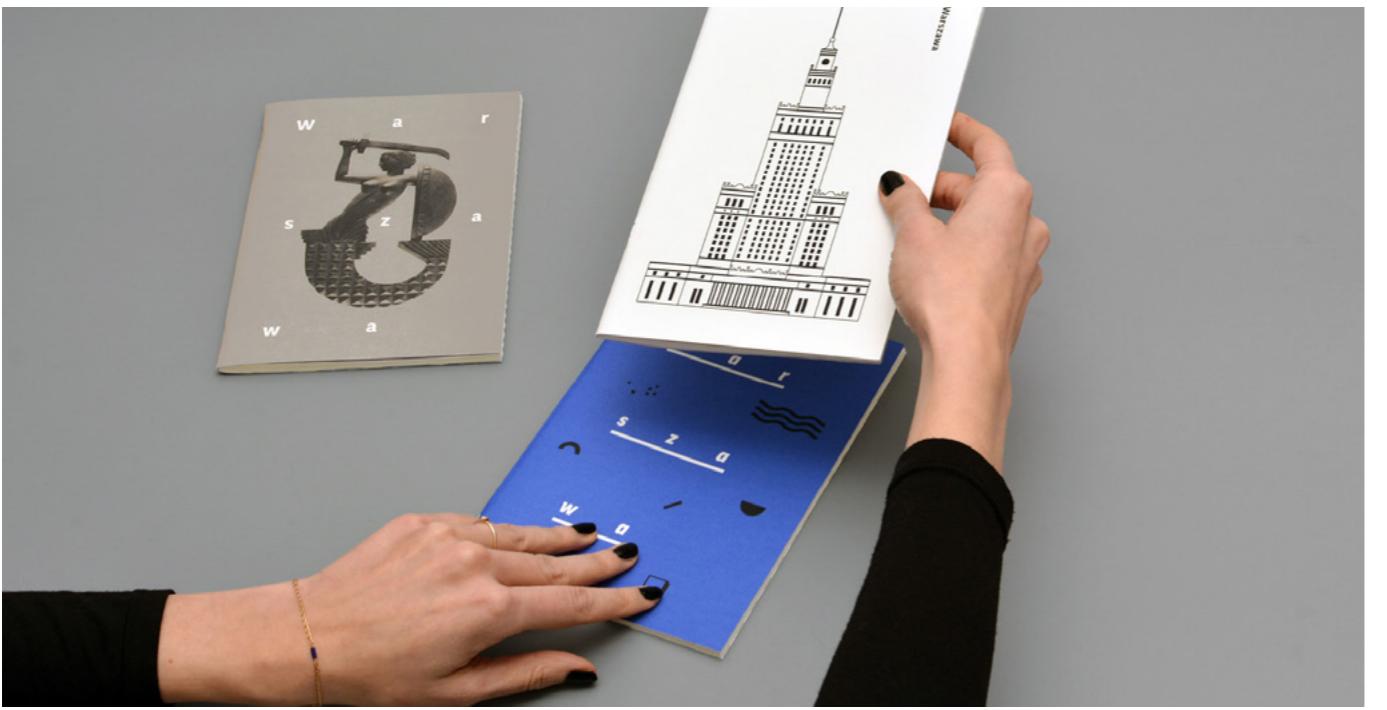
MUSEUM  
OF WARSAW

# Good & More

Muzeum powstało w 1936 r.  
i jest najstarszą stołeczną  
instytucją kultury. Działalność  
rozpoczęto jako Muzeum Dawnej  
Warszawy, oddział Muzeum  
Narodowego, obejmując opieką  
zbiory varsavianistyczne.

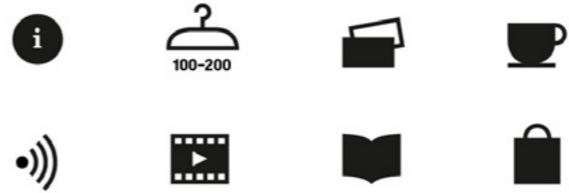
2023  
1936





## WYSTAWA GŁÓWNA

Core exhibition



MUZEUM  
WARSZAWY  
[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl)  
[facebook.com/muzeum.warszawy](https://facebook.com/muzeum.warszawy)  
[instagram.com/muzeumwarszawy](https://instagram.com/muzeumwarszawy)

01

1/02  
DZIAŁ BADAŃ NAD WARSZAWĄ

2/01  
MAGAZYN BIBLIOTECZNY

03  
**CZYTELNIA**  
READING ROOM





## The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw

The Manual is permanently available for download on the Museum of Warsaw website: [https://muzeumwarszawy.pl/wp-content/uploads/2022/05/Muzeum-Warszawy\\_podrecznik-identyfikacji-wizualnej\\_2022.pdf](https://muzeumwarszawy.pl/wp-content/uploads/2022/05/Muzeum-Warszawy_podrecznik-identyfikacji-wizualnej_2022.pdf)

The Manual is suitable for both digital and print use. The following pages feature previews of the manual's pages, presenting the principles of using the Museum of Warsaw's visual identity.



# Identyfikacja wizualna

## PODRĘCZNIK

## spis treści

Wprowadzenie	3
<b>1. Logo</b>	
Logo	5
Symbol	6
Warianty	7
Wersje kolorystyczne	8
Tło	9
Rozmiar minimalny	10
Pole ochronne	11
Pozycjonowanie	12
Niewłaściwe zastosowanie	13
Wersja angielszczyzna	14
Oddziały Muzeum Warszawy	15
Zestawienie ze znakami m.st. Warszawy	16
Umieszczanie innych logotypów	17
<b>2. Kolorystyka</b>	19
<b>3. Typografia</b>	
Kroje podstawowe	21
Good	22
More	23
Alternatywne kroje systemowe	24
Formy zapisu i skład	25
<b>4. Elementy graficzne</b>	
Obrazy cyfrowe – użycie	27
Obrazy cyfrowe – podpisy	27
Filtry i zabiegi graficzne	29
Ikony	30
<b>5. Wzory aplikacji</b>	
Pismo oficjalne	32
List	33
Wizytówka	34
Wiadomość e-mail	35
Specyfikacja produkcyjna standardowych materiałów promocyjnych	36
Zaproszenie	37
Pocztówka	38
Komplimentka	39
Bilet	40
Stopka wydawnicza	41
Oznakowanie i informacja	42
Wideo	43
<b>6. Wizualizacje</b>	43

## wprowadzenie

Muzeum Warszawy powstało w 1936 roku. W latach 2014-2017 przeszło gruntowną odnowę, która objęła między innymi generalny remont siedziby głównej, mieszczącej się w 11 zabytkowych kamienicach przy Rynku Starego Miasta, oraz otwarcie tam nowej wystawy głównej. Identyfikacja wizualna, której zasady przedstawi niniejszy podręcznik, stanowi jeden z kluczowych elementów przemiany wizerunkowej Muzeum.

Identyfikacja wizualna Muzeum Warszawy to nie tylko logo. To system, składający się z konkretnych form i rozwiązań (takich jak kolorystyka, elementy graficzne, typografia), które dopiero jako całość tworzą wyrazisty i spójny wizerunek. Konsekwentne stosowanie zasad przedstawionych na stronach tego podręcznika jest warunkiem podtrzymania spójnej komunikacji wizualnej Muzeum.

Identyfikacja wizualna Muzeum Warszawy ma za zadanie współistnieć z identyfikacjami wystaw, wydarzeń i serii wydawniczych Muzeum, bez szkody dla spójności wizerunku. W związku z tym jest elastyczna, neutralna w wyrazie i pozwala na dużą swobodę projektową. Jej główne założenia to nowoczesny, oszczędný charakter graficzny, mocne literictwo i wyważone stosowanie zabiegów graficznych.

Ostatni rozdział podręcznika prezentuje wizualizacje materiałów promocyjnych Muzeum – dla lepszego pokazania charakteru komunikacji wizualnej instytucji.



# Logo

## logo

Logo Muzeum Warszawy składa się z symbolu graficznego syreny oraz nazwy instytucji.

Jest najbardziej charakterystycznym elementem identyfikacji wizualnej Muzeum.

Na następnych stronach przedstawione są alternatywne wersje logo oraz zasady ich użycia. Konsekwentne stosowanie tych zaleceń jest warunkiem utrzymania spójnego wizerunku Muzeum Warszawy.



## logo

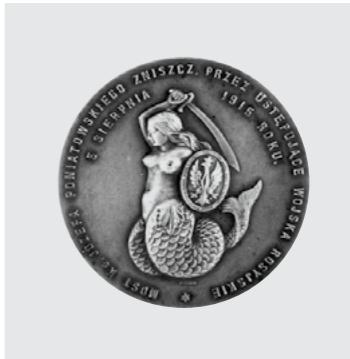
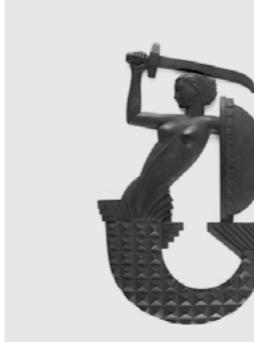
### SYMBOL

Herb Warszawy – pół-kobieta, pół-ryba, syrena z mieczem i tarczą – jest symbolem powszechnie rozpoznawalnym i kojarzonym z miastem stołecznym.

Muzeum Warszawy ma w swoich zbiorach ponad 400 syren wykonanych w różnych technikach.

Znak graficzny Muzeum Warszawy to historyczny symbol w nowoczesnej, prostej formie graficznej.

Odpowiada na potrzeby wizerunkowe instytucji otwartej i nowoczesnej, która zajmuje się miastem w kontekście zarówno jego historii, jak i współczesności i przyszłości.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 6

## logo

### Warianty

Logo Muzeum Warszawy występuje w następujących wersjach:

1. podstawowa – pozioma (rekomendowana),
2. alternatywna – pionowa,
3. sygnet – może być stosowany jako samodzielny znak, gdy nie jest konieczne podawanie pełnej nazwy instytucji, lub gdy nie ma wystarczającej przestrzeni na umieszczenie pełnej wersji logo. Użycie samego sygnetu wymaga zgody Działu Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.



## logo

### Wersje kolorystyczne

#### Podstawowa

- granatowa  
(stosowana wyłącznie na białym tle)



#### Achromatyczne

- ciemnoszara
- jasnoszara



W projektach monochromatycznych lub opartych na innym kolorze przewodnim, logo może być zastosowanie w kolorze spoza przedstawionej obok gamy podstawowej. Wymagana jest wówczas zgoda Działu Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy

8

## logo

### Pole ochronne

Pole ochronne określa minimalny obszar wokół logotypu, który musi pozostać niezagospodarowany.

Nie jest dopuszczalne stosowanie form graficznych bądź tekstowych w ramach tego obszaru.

Pole ochronne logo wyznaczone jest przez  $\frac{1}{2}$  wysokości symbolu Syrenki.



## logo

### Tło

Logo Muzeum Warszawy powinno być stosowane na białym tle.



Słosowanie na tła innych niż białe dopuszczalne jest tylko w przypadku wersji ciemnoszarej lub jasnoszarej.



Inne kombinacje koloru logo i tła są dopuszczalne pod warunkiem zachowania jego czytelności i wymagają zgody Działu Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy

9

## logo

### Rozmiar minimalny

Najmniejsza dopuszczalna wysokość logo może być różna w zależności od technologii reprodukcji oraz nośnika. Warunkiem jest zachowanie czytelności logo.

5 mm ↑ ↓ MUZEUM WARSZAWY

Przy zastosowaniu standardowych technik poligraficznych jest to zazwyczaj wysokość 5 mm dla wersji poziomej i 9,5 mm dla wersji pionowej.

9,5 mm ↑ ↓ MUZEUM WARSZAWY

Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy

11

## logo

### Pozycjonowanie

Preferowanym umiejscowieniem logo na materiałach biurowych jest lewy górny róg formatu.

W wyjątkowych, uzasadnionych przypadkach, logo może być umieszczone w lewym dolnym rogu.

Logo Muzeum Warszawy nie powinno być centrowane.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 12

## logo

### Wersja angielska

Logo Muzeum Warszawy posiada wersję angielską wyłącznie w formie podstawowej (poziomej).

Zasady stosowania pozostają takie same jak dla wersji polskiej.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

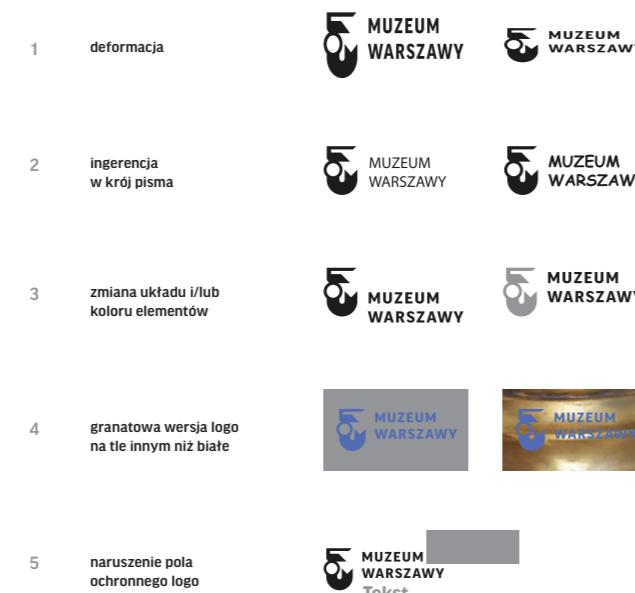
Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 14

## logo

### Niewłaściwe zastosowanie

Nigdy nie należy:

1. deformować logo,
2. ingerować w krój pisma,
3. zmieniać układ i/lub koloru elementów logo,
4. stosować podstawowej (granatowej) wersji logo na tle innym niż białe,
5. umieszczać elementów graficznych lub tekstowych w polu ochronnym logo.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 13

## logo

### Oddziały Muzeum Warszawy

Oprócz siedziby głównej przy Rynku Starego Miasta Muzeum Warszawy posiada 9 oddziałów:

- Muzeum Warszawskiej Pragi
- Muzeum Woli
- Muzeum Farmacji
- Muzeum Drukarstwa
- Centrum Interpretacji Zabytku
- Korczakianum
- Muzeum – Miejsce Pamięci Palmiry
- Muzeum Ordynariatu Polowego
- Barbakan

Wszystkie oddziały identyfikowane są za pomocą logo Muzeum Warszawy – nie ma dla nich osobnych wersji znaku. Informacja o oddziale towarzyszy logo jako tekst, według wzoru pokazanego obok.

Więcej informacji o oddziałach można znaleźć na stronie [muzeumwarszawy.pl](http://muzeumwarszawy.pl), w zakładce Lokalizacje.



Muzeum Warszawskiej Pragi  
oddział Muzeum Warszawy  
ul. Targowa 50/52



Muzeum Woli  
oddział Muzeum Warszawy  
ul. Srebrna 12



Muzeum Farmacji  
oddział Muzeum Warszawy  
ul. Piwna 31/33



Muzeum Drukarni  
oddział Muzeum Warszawy  
ul. Ząbkowska 23/25

## logo

Zestawienie ze znakami  
m.st. Warszawy



Muzeum Warszawy jest instytucją kultury m.st. Warszawy, w związku z czym występuje w zestawieniu ze znakami graficznymi Miasta (zalecane są wersje monochromatyczne):

1. z identyfikatorem herbowym,
2. z identyfikatorem herbowym i znakiem instytucji kultury m.st. Warszawy,
3. z identyfikatorem herbowym i znakiem promocyjnym.

Szczegółowe informacje dotyczące użycia znaków m.st. Warszawy można znaleźć w Katalogu SIW:  
[symbole.um.warszawa.pl/](http://symbole.um.warszawa.pl/)  
[Katalog-siw-mst-warszawy](http://katalog-siw-mst-warszawy)

Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 16

02

## Kolorystyka

## logo

Umieszczanie innych logotypów

W komunikacji graficznej Muzeum Warszawy logo partnerów, patronów i sponsorów powinny być stosowane wyłącznie w wersji achromatycznej.

Za względu na dbałość jakość obrazu, pliki powinny być dostarczone w formacie wektorowym: eps, ai lub pdf.



Projekty zawierające logo Muzeum Warszawy wymagają zatwierdzenia przez Dział Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

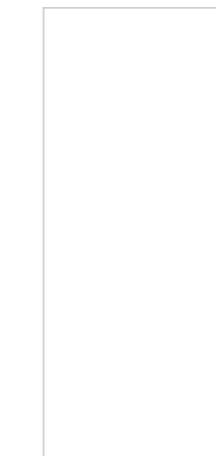
Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 17

## kolory

Kolorem przewodnim identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy jest granat, nawiązujący do ciągu skojarzeń: Warszawa-Syrena-Wisła. W połączeniu z szarościami i bielą pozwala na dużą elastyczność aranżacyjną odpowiadającą złotynom potrzebom instytucji.

W identyfikacjach wystaw, wydarzeń i wydawnictw dopuszczalne jest stosowanie innych zestawów kolorystycznych – warunkiem jest utrzymanie kierunku wizualnego opisanego w niniejszym podręczniku.

Uwaga: granatowy Pantone jest różny dla papierów powlekanych (C) i niepowlekanych (U).



biel



granat



ciemna szarość



jasna szarość

CMYK: 80 / 65 / 0 / 0  
Pantone: 2728 U  
Pantone: 2726 C  
RGB: 67 / 84 / 180  
#5368C1

CMYK: 0 / 0 / 0 / 97  
Pantone: Cool Grey 11  
Pantone: Cool Grey 3  
RGB: 33 / 32 / 32  
#2C292A

CMYK: 0 / 0 / 0 / 40  
Pantone: Cool Grey 3  
RGB: 151 / 153 / 156  
#BBDBBF

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 19

# Typografia

## typografia

### Kroje podstawowe

Typografia (litternictwo) jest bardzo istotnym elementem identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy.

Fonty podstawowe to Good i More. Zapewniają bogatą paletę typograficzną, umożliwiającą tworzenie komunikacji graficznej zarówno o klasycznym jak i progresywnym charakterze.

Sposobem innych fontów jest dopuszczalne jeżeli przemawiają za tym istotne względy komunikacyjne i/lub merytoryczne. Zastosowanie fontów innych niż Good i More wymaga każdorazowej zgody Działu Promocji i Komunikacji Muzeum Warszawy.

# Good & More

## typografia

### Good

Krój Good, którym złożony jest niniejszy podręcznik, jest fontem funkcjonalnym i czytelnym, o neutralnym charakterze.

Szczegółowe informacje dotyczące rodzin krojów Good i Good Headline dostępne są tutaj:

>> [fontshop.com/families/ff-good](http://fontshop.com/families/ff-good)

>> [fontshop.com/families/ff-good-headline](http://fontshop.com/families/ff-good-headline)

Do dłuższych tekstów polecana jest odmiana News lub Medium.

W nagłówkach i tytułach – Good Headline Bold.

## Tytuł: Good Headline Bold

Tekst: Good Medium. Duci re il enimpor ehen-dem quibus niti de consequ asintri amendip saesto voluptur? Tessinv enditius, ullesti optatet dit repere nia corest, simint liquunti-unt peratur acidemo lorisi officipsamet odit maiorro vendias peliam la et alicatistrum sapis core iusanimo exerum adiorro etur autatiae consequi ad quamusd aeriscit rento quatis maximusam, et, il et lamende remolor atatque si dolorro teceper natium quamendis.

## typografia

### More

Krój More został zaprojektowany jako font szeryfowy kompatybilny z krojem Good.

Szczegółowe informacje dotyczące rodzin krojów More dostępne są tutaj:

>> [fontshop.com/families/ff-more](http://fontshop.com/families/ff-more)

More jest polecaný do składu tekstu w publikacjach książkowych i gazetowych.

## Tytuł: More Bold

Tekst: More Book. Duci re il enimpor ehendem quibus niti de consequ asintri amendip saesto voluptur? Tessinv enditius, ullesti optatet dit repere nia corest, simint liquunti-unt peratur acidemo lorisi officipsamet odit maiorro vendias peliam la et alicatistrum sapis core iusanimo exerum adiorro etur autatiae consequi ad quamusd aeriscit rento quatis maximusam, et, il et lamende remolor atatque si dolorro teceper natium quamendis.

## typografia

Alternatywne  
kroje na otwartej licencji

Jeżeli z powodów  
licencyjnych nie ma  
możliwości zastosowania  
fontów Good i More,  
dopuszczalne jest użycie  
zamienników dostępnych na  
otwartej, darmowej licencji:

- Roboto  
(zamiennik dla Good)  
do pobrania tutaj:  
[fonts.google.com/specimen/Roboto](https://fonts.google.com/specimen/Roboto)
- Roboto Serif  
(zamiennik dla More)  
do pobrania tutaj:  
[fonts.google.com/specimen/Roboto+Serif](https://fonts.google.com/specimen/Roboto+Serif)

### Roboto Black

Tekst: Roboto Medium. Duci remil enimpor ehendem quibus niti de consequ asinicti amendip saesto voluptur? Tessinv enditius, ullaest optatet dit reperae nia corest, simint liquuntiunt peratur acidemo lorisi officipsamet odit maiorro vendias peliam la et alicatistrum sapis core iusanimo exerum adiorro etur autatiae consequi ad quamusd aeriscit rento quat�s maximusam, et, il et lamende remolor atatque si dolorro teceper natium quamendis.

### Roboto Serif Bold

Tekst: Roboto Serif medium. Duci remil enimpor ehendem quibus niti de consequ asinicti amendip saesto voluptur? Tessinv enditius, ullaest optatet dit reperae nia corest, simint liquuntiunt peratur acidemo lorisi officipsamet odit maiorro vendias peliam la et alicatistrum sapis core iusanimo exerum adiorro etur autatiae consequi ad quamusd aeriscit rento quatіs maximusam, et, il et lamende remolor atatque si dolorro teceper natium quamendis.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 24

## 04

# Elementy graficzne

## typografia

### Formy zapisu i skład

W nadzędnych, wyróżnionych formach tekstowych (tytuły, kategorie, etc.) zalecanym jest zapis standardowy (jak w zdaniu).

Dopuszczalny jest również zapis kapitalikami, jako alternatywna forma wyróżnienia krótkich haset.

W przypadku krótkich form tekstowych zalecany jest asymetryczny skład do lewej (tzw. skład „w chorągiewkę”), natomiast w dłuższych teksthach skład może być wyjustowany obustronnie.

Bardzo istotne jest utrzymanie szerokości kolumny zapewniającej optymalną czytelność tekstu. W przypadku kolumny szerszej niż 60 znaków w wierszu zalecane jest zastosowanie składy wielokolumnowego.

### KAPITALIKI

### Tytuł tekstu

**Lead. Asymetryczny skład do lewej. Niti de consequ asinicti amendip saesto voluptu. Tessinv enditius, ullaest optatet dites.**

Skład dwukolumnowy, justowany obustronnie lub do lewej. Rum nem inullores alit faccuptas id endent fugiam et ea consed molendae providebis re ne ius dolo ium ipsam quias qui tem impos net venihilis dolorru ptaectem. Itia sequi idigenest, simaximporro evenderspel iunt magnam volorem quis earum il int, verepelito ommolosequid. Ute re prate parum sundae por adio eumquisit re optamt porpor adit exigent id exernat. At reppor sunctetur sinvendus. Iisquo cusaper ferrumquid quam volore re velenidis di conem nobis et id ea nus, occaeri. Sed que perum situm ut dunt explis non con rate eicaecst, sundigenimus uta etusam am fugitaque es ius res aborescia voluptas molupta dolores si duciis aut aut vellabo.

## elementy graficzne

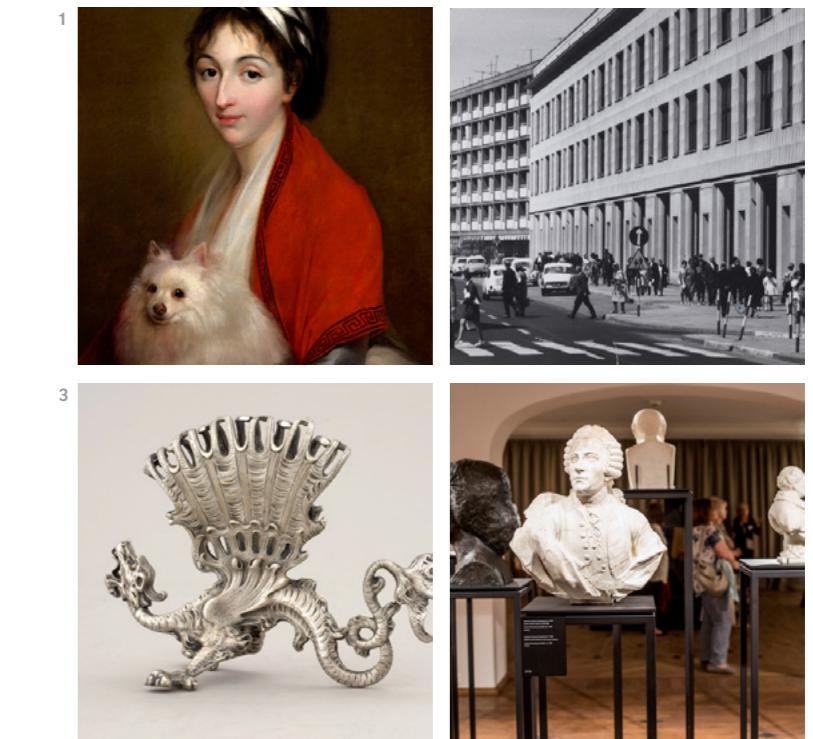
### Obrazy cyfrowe – użycie

W komunikacji wizualnej Muzeum Warszawy używane są 4 podstawowe rodzaje obrazów cyforwych:

1. reprodukcje obiektów ze zbiorów,
2. reprodukcje fotografii ze zbiorów,
3. zdjęcia obiektów ze zbiorów,
4. zdjęcia bieżących wydarzeń.



3



2

4

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 25

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 27

## elementy graficzne

### Obrazy cyfrowe – podpisy

Projekty wykorzystujące reprodukcję obiektów i fotografii ze zbiorów Muzeum Warszawy powinny zawierać stosowną informację, według wzoru: tytuł, autor, data, technika. Ze zbiorów Muzeum Warszawy



Tango – reklama księgarń Zygmunta Jeżewskiego (fragment). W. Z. Czerny, ok. 1921 r., druk kolorowy na papierze. Ze zbiorów Muzeum Warszawy

Wykorzystanie fotografii obiektu muzealnego wymaga podania informacji: tytuł, autor, data, dane techniczne. Fotograf. Ze zbiorów Muzeum Warszawy

Jeśli fotografia została skadrowana, należy to zaznaczyć w opisie dodając zapis „(fragment)” po tytule.



Podstawka pod noże, J. Fraget, ok. 1896–1915 r., odlew, mosiądz i srebro. Fot. A. Czechowski. Ze zbiorów Muzeum Warszawy

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 28

## elementy graficzne

### Ikony



Ikony stosowane w komunikacji wizualnej Muzeum Warszawy zostały zaprojektowane zgodnie ze stylem graficznym i proporcjami logo oraz liternicwa (kroju Good). Nadają się do stosowania zarówno w przestrzeniach biurowych i wystawienniczych, jak i w publikacjach drukowanych i cyfrowych.

W identyfikacji graficznej wydarzeń i wystaw czasowych dopuszczalne jest użycie innych ikon, zaprojektowanych zgodnie z danym językiem graficznym.

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 30

05

## Wzory aplikacji



Warszawa, 26 kwietnia 2021

Znak sprawy:  
Edz. nr:

Sz. P. Anna Kowalska  
Dział Inwestycyjny  
Muzeum Narodowe w Warszawie  
al. Jerozolimskie 3, 00-495 Warszawa

(Treść) Lorem ipsum dolore sit amet, consectetur adipiscitur elit, sed do eiusmod tempus incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laborum nisi ut aliquip ex eu commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla partytur. Excepteur sunt occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt multa anim id set laborum. Lorem ipsum dolot sit. Excepteur sunt occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt multa anim id set laborum. Lorem ipsum dolot sit sunt occaecat enim ad minim veniam.

Jan Nowak  
Główny Specjalista ds. Projektów  
Muzeum Warszawy

Przygotowała: Janina Nowak, tel. (22) 567 98 09  
Wykonano w 2 egzemplarzach

Muzeum Warszawy  
Rynek Starego Miasta 28/42, 00-272 Warszawa  
tel. (+48) 22 635 16 25 fax (+48) 22 831 94 91 sekretariat@muzeumwarszawy.pl

32

37

## wzory aplikacji

List

Format A4

Skład: do lewej

Font: Calibri Regular  
Rozmiar: 11 pkt  
Interlinia: 1,5  
Kolor: czarny



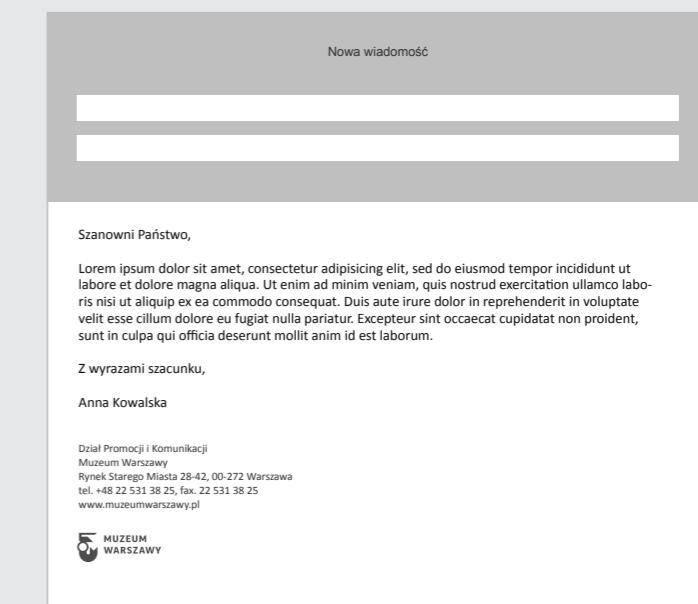
33

## wzory aplikacji

Wiadomość e-mail

Font: Calibri Regular  
Rozmiar: 14 pkt  
Interlinia: 1,15  
Kolor: czarny

Font: Calibri Regular  
Rozmiar: 10 pkt  
Interlinia: 1,0  
Kolor: szary



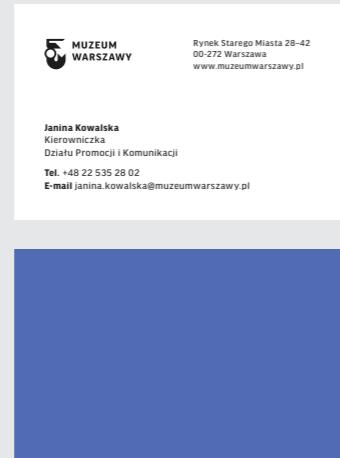
Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 35

## wzory aplikacji

Wizytówka

Wymiary: 85 x 55mm  
Papier niepowlekany,  
naturalna biel, 300g

Druk: 1+1  
(czarny + Pantone 2728 U)



Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 34

## wzory aplikacji

Specyfikacja produkcyjna  
standardowych materiałów  
promocyjnych

1. zaproszenie / pocztówka  
format A6, papier  
niepowlekany 300 g,  
naturalna biel
2. ulotka  
format A6, papier  
niepowlekany 150 g,  
naturalna biel
3. broszura  
format A4 składany do  
DL, papier niepowlekany  
150 g, naturalna biel
4. plakat  
format A2, papier  
kredowy matowy 135 g
5. wydawnictwo towarzyszące  
format B5, okładka: papier  
niepowlekany 300 g, naturalna  
biel, skrydełka szer. min. 7 cm  
środek papier niepowlekany  
130 g, naturalna biel



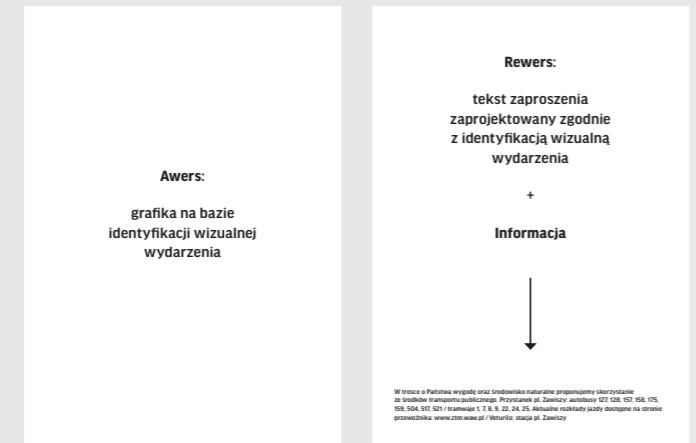
## wzory aplikacji

### Zaproszenie

#### Format A6

Papier niepowlekany 300 g,  
naturalna biel

Rekomendowane jest  
umieszczenie informacji  
o możliwości skorzystania ze  
środków transportu publicznego  
oraz ewentualnej informacji dla  
osób niepełnosprawnych.



Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 37

## wzory aplikacji

### KOMPLIMENTKA

#### Format A6

Wysokiej jakości papier niepowlekany o szlachetnej teksturze, 300 g.  
naturalna biel



Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 39

## wzory aplikacji

### Pocztówka

#### Format A6

Papier niepowlekany 300 g,  
naturalna biel

Wymagane jest umieszczenie  
informacji o reprodukcji użytej  
na froncie.

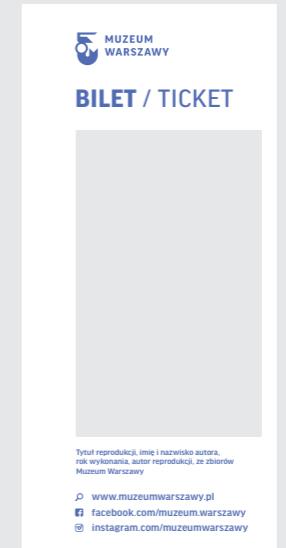


Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 38

## wzory aplikacji

### Bilet

Format 7x15 cm  
Papier w kolorze naturalnej bieli  
Druk: czarni + Pantone



Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 40

## wzory aplikacji

### Stopka wydawnicza

1 oznakowanie poziome bez logo

Pozycje wydawnicze Muzeum Warszawy powinny być oznakowane na tle okładki, w miejscu zapewniającym czytelność tekstu i kodu paskowego. Jeśli tło zmniejsza czytelność, zalecane jest umieszczenie stopki na białym prostokątnym tle.

Dopuszczalne jest zapisanie informacji w stopce fontem użytym w danym projekcie.

Obecność logo na froncie lub grzbiecie okładki – w formie pełnej lub samego sygnatu – pozostaje do decyzji projektanta.



Muzeum Warszawy  
Pełny tytuł pozycji wydawniczej  
Ewentualny tytuł serii  
www.muzeumwarszawy.pl  
kod 123456789

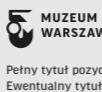


oznakowanie poziome z logo  
MUZEUM  
WARSZAWY  
Pełny tytuł pozycji wydawniczej  
Ewentualny tytuł serii  
www.muzeumwarszawy.pl  
kod 123456789

2 oznakowanie pionowe bez logo



Muzeum Warszawy  
Pełny tytuł pozycji wydawniczej  
Ewentualny tytuł serii  
www.muzeumwarszawy.pl  
kod 123456789



oznakowanie pionowe z logo  
MUZEUM  
WARSZAWY  
Pełny tytuł pozycji wydawniczej  
Ewentualny tytuł serii  
www.muzeumwarszawy.pl  
kod 123456789

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 41

## wzory aplikacji

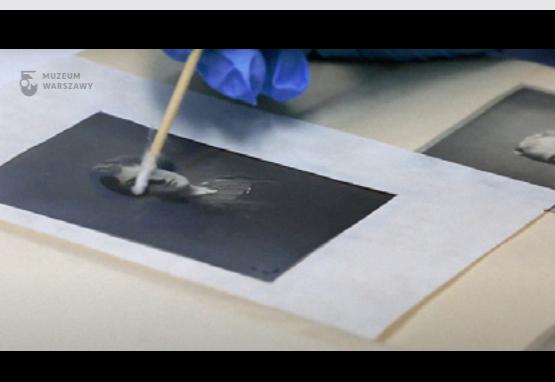
### Video

Logo powinno być umieszczone w lewym górnym rogu formatu wideo. Film powinien kończyć się planszą zamykającą z adresem strony Muzeum, logo, oraz wszelkimi ewentualnymi informacjami wymaganymi w ramach danego projektu (informacje o dofinansowaniu, patronatach, etc).

Na przykładach obok pokazano:

1. umiejscowienie logo w kadrze wideo,
2. kadr zamykający wideo.

Logo powinno mieć nadaną przezroczystość optymalizującą jego widoczność na zmieniającym się obrazie.



muzeumwarszawy.pl



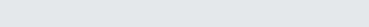
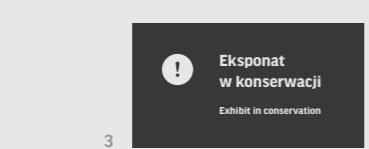
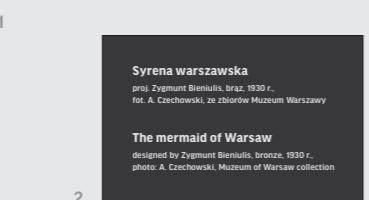
## wzory aplikacji

### Oznakowanie i informacja

Pokazane oznakowania są jedynie rekommendacjami i mogą ulegać modyfikacjom w zależności od różnych uwarunkowań danego projektu – warunkiem jest zachowanie charakteru wizualnego opisanego w niniejszym podręczniku.

1. oznakowanie lokalizacji,
2. oznakowanie eksponatu,
3. informacja tymczasowa,
4. tablica informacyjna / ekspozycyjna,
5. oznakowanie pomieszczeń.

Oznakowanie może występować zarówno w wersji pozytywowej (na jasnym tle) jak i negatywowej (na ciemnych tle).



### Miejsca dawnych modlitewni żydowskich na Pradze

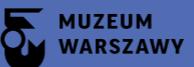
Juliusz Sokołowski, Jakub Cetowicz

Fotografie są częścią cyklu dokumentującego miejsca na Pradze, w których niegdyś mieściły się żydowskie domy modlitwy. Pełny cykl będzie współtworzyć stała ekspozycja zaplanowana w muzealnej sali modlitewni żydowskiej.

Brzeska 11	Targowa 16
Radzymińska 12	Targowa 18
Radzymińska 15	Targowa 21
Radzymińska 28	Targowa 22
Radzymińska 36	Targowa 38–40
Stalowa 18	Targowa 62
Stalowa 34	Targowa 66
Stalowa 40–42	Ząbkowska 2
Stalowa 51	Ząbkowska 7
Srodkowa 16	Ząbkowska 12

3/11 DZIAŁ BADAŃ NAD WARSZAWĄ

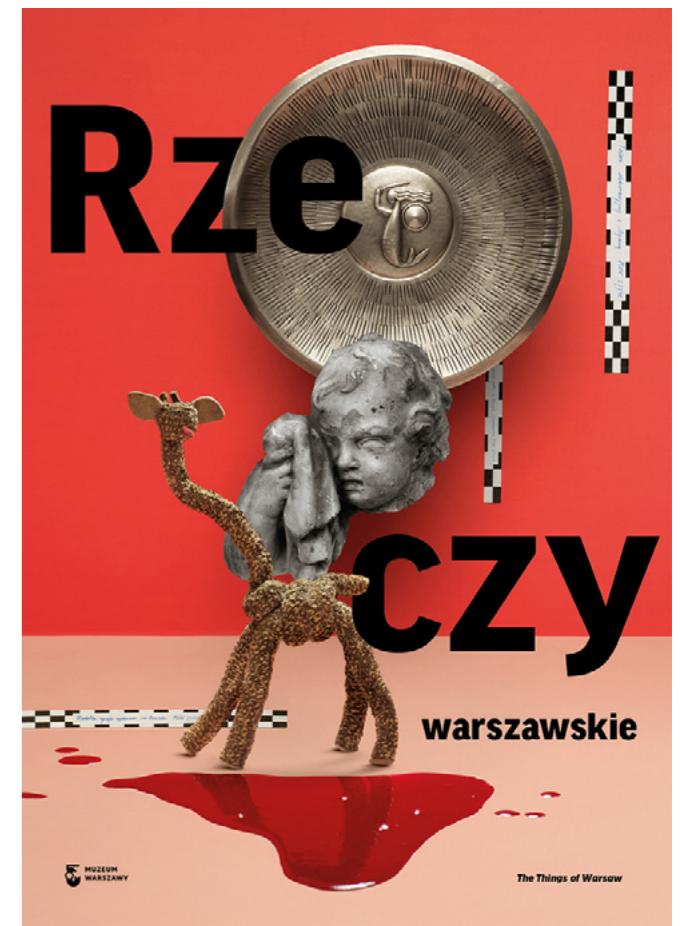
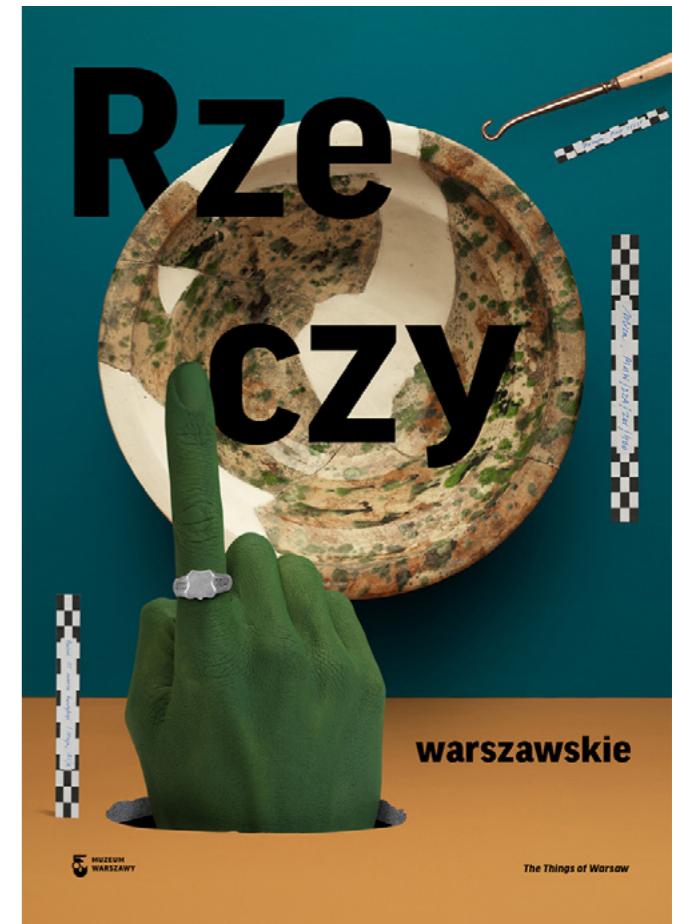
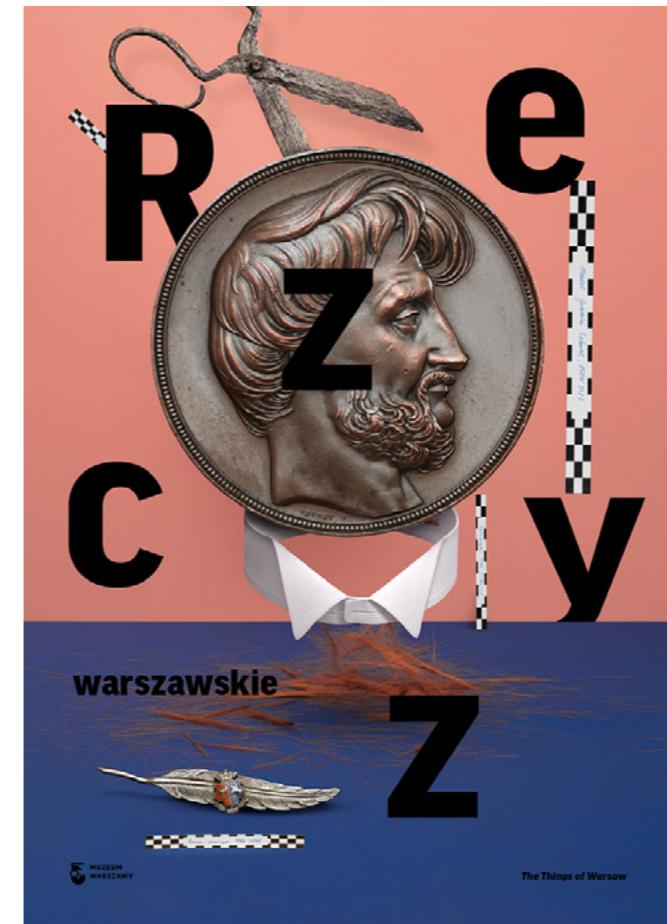
Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Warszawy 42

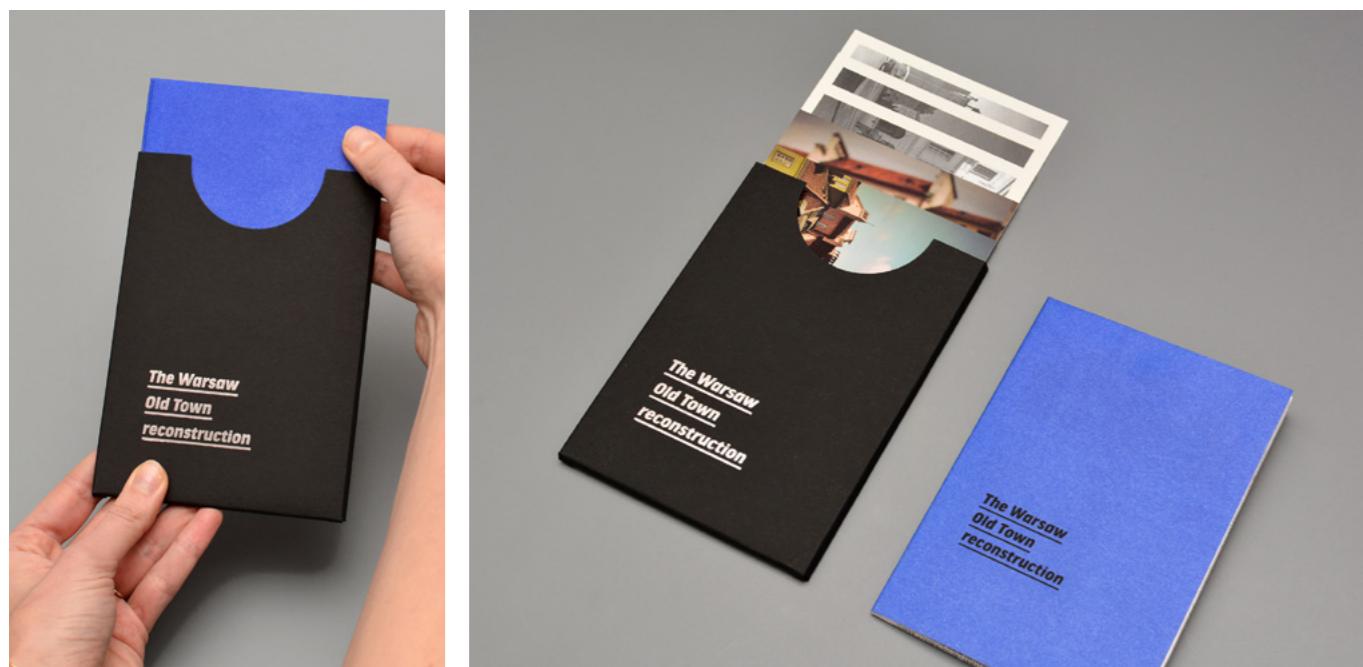


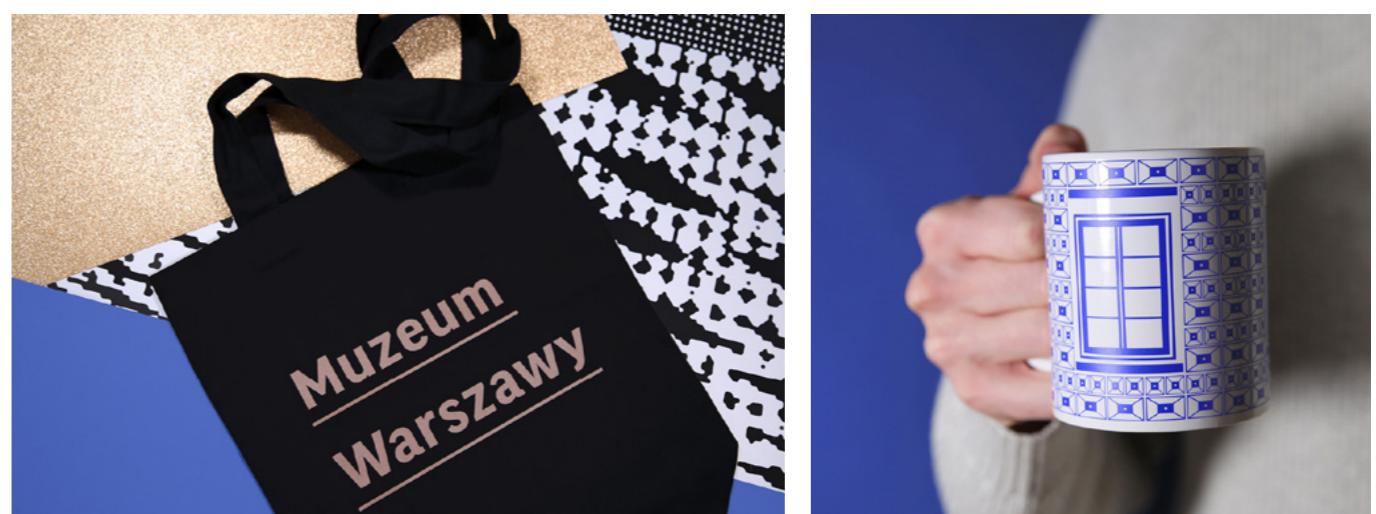
www.muzeumwarszawy.pl | facebook.com/muzeum.warszawy | instagram.com/muzeumwarszawy



The Most Precious things that Survived — brand campaign (2021)







## 2. Typographic system for exhibitions of the Museum of Warsaw

One of the key areas of the Museum of Warsaw is exhibition activity. In addition to the permanent exhibitions available to visitors at the headquarters and in its branches, temporary exhibitions are also held regularly.

The spatial, graphic and typographic design of temporary exhibitions is usually commissioned to external contractors, which resulted in a large variety of their visual layer. While in the spatial and graphic layer the separateness of the temporary exhibition is justified and desirable, the typographic layer, i.e., the method of developing texts in the exhibition space, required standardization that would allow for:

- maintaining a common visual denominator for all exhibitions of the Museum of Warsaw,
- using only proven solutions with a high level of readability and accessibility (for different age groups and people with disabilities),
- streamlining work on exhibition projects and thus reducing time and labour costs.

The text standardization required defining universal categories of texts presented at exhibitions and then creating a system of typographic solutions and templates that would be a practical tool for designers.

The typographic system of the exhibitions was based on the visual identity of the Museum of Warsaw and is its integral part. The principles of the system's operation are presented in *The Manual of the Typographic System for Exhibitions of the Museum of Warsaw*, which, together with a package of graphic materials, including an open file and the fonts used, is made available directly to the designer of a given exhibition.

The system defines typesetting parameters, such as font size and line spacing, justification, hyphenation, indentation and paragraph breaks. Depending on numerous factors (i.e., the technology of reproduction, the substrate, the colours used, lighting, etc.), slight manual corrections of the text parameters may be necessary, e.g., size, space between letters or line spacing. The priority is the readability of the text in the exhibition space. The system does not specify solutions in the field of technology and exhibition production, i.e., text reproduction techniques, type of substrate, colour of text and background, or target dimensions of the substrate.

### GENERAL RULES

The typographic system of the exhibitions of the Museum of Warsaw is based on a few simple general rules, described below:

- **The colour**  
The colour of the text and background should result from the design assumptions of the exhibition. The condition is to maintain high readability of the text.
- **Justification**  
Asymmetric typesetting to the left (without double-justification) ensures a natural arrangement of the text and more harmonious highlights between letters and words, which significantly increases the aesthetics of the text in space and its readability.
- **Column width**  
It is very important to maintain the width of the column to ensure optimal readability of the text – there should be no more than 68 characters per line (optimally about 55 characters).
- **Hyphenation of words**  
Due to the readability of the text in the exhibition space, words should not be hyphenated, especially in larger texts (opening the exhibition and curatorial). In the case of smaller texts, division is allowed in justified cases (e.g., for compositional reasons).
- **Recording of titles**  
In superior, highlighted text forms (titles, categories, etc.), standard notation is recommended (as in a sentence, i.e., starting with a capital letter). Writing the entire title in capitals or minuscule is acceptable in justified cases (e.g., when it results from specific substantive or design assumptions).
- **Languages**  
Exhibitions are usually prepared in two languages – in Polish and in English. The languages function equally, in separate text blocks. Apart from justified exceptions, the system does not distinguish languages by colour or text thickness. Information that does not require translation (e.g., inventory number, name and surname) is provided once, if possible, to avoid unnecessary multiplication of text.
- **Details**  
It is acceptable to use graphic details in the text resulting from the design assumptions of the exhibition (e.g., underlining, bold or characteristic bullets).

### TEXT CATEGORIES

The system distinguishes 5 basic categories of texts in the exhibition space:

1. Opening text of the exhibition
2. Opening text of the section
3. Commenting text
  - variant A – for single object
  - variant B – for group of objects
4. Object description
  - variant A – single object
  - variant B – group of objects + drawing
  - variant C – object in a showcase
5. Colophon

Previews of all the listed categories are included in the manual. The Opening text of the exhibition is the text that opens the entire exhibition, while the Opening text of the section is an introduction to its individual parts. The initial parameters of the composition of both texts do not differ from each other, but the Opening text of the exhibition has a greater margin of design freedom.

It is acceptable to use a different typeface and composition in the title of the exhibition, if it results from the visual identity of the exhibition and thus increases communication cohesion.

The parameters of the text have been developed taking into account the specificity of the use of exhibition spaces, i.e., among others:

- texts can be read by several people at the same time, which forces the recipient to be farther away from the text and the viewing angle is other than 90 degrees,
- part of the text will be below or above the recipient's line of sight,
- texts must be readable to a person in a wheelchair.

## LETTERING

The typographic system of the exhibitions of the Museum of Warsaw uses the Good font, which is the main typeface used in the visual identity of the museum – it is distinguished by its high functionality, legibility and neutral character. In the typesetting of exhibition texts, a variation of Headline<sup>18</sup> is used, designed for larger texts and markings.

## A PACKAGE OF GRAPHIC MATERIALS

*The Manual of the Typographic System for Exhibitions of the Museum of Warsaw* is accompanied by a package containing:

- InDesign open file (.indd),
- InDesign Markup open file (.idml),
- PDF preview,
- the folder with utilised fonts.

The file contains templates of all text categories defined within the system, i.e.:

- Opening text of the exhibition and section,
- Commenting text in variant A and B,
- Object description in variant A, B and C,
- Colophon.

The Opening text of the exhibition and the Opening text of the section have been included together due to the identical parameters of the composition. To facilitate the work with the file, all texts have been given appropriate paragraph and character styles, named according to individual functions (Title, Description, etc.) and organized in separate folders for each category (Opening text, Comment, Object description, etc.).

<sup>18</sup> More about the Headline variant: <https://www.fontshop.com/families/ff-good-headline>  
[access: 14.10.2025].



## The Manual of the typographic system for exhibitions of the Museum of Warsaw



# Wystawy

▶ system typograficzny

**PODRĘCZNIK**

## wprowadzenie

System typograficzny wystaw Muzeum Warszawy powstał w oparciu o identyfikację wizualną Muzeum Warszawy. Podręcznik identyfikacji wizualnej dostępny jest [tutaj](#).

Główne cele systemu typograficznego wystaw Muzeum Warszawy to:

- uspójnienie warstwy typograficznej wystaw,
- usprawnienie pracy nad składem tekstów do wystaw.

System określa parametry składu tekstu, takie jak:

- stopień pisma i interlinia,
- justowanie,
- dzielenie wyrazów,
- wcięcia i przerwy akapitowe.

System nie określa:

- techniki reprodukcji tekstu,
- rodzaju podłoża,
- koloru tekstu i tła,
- wymiarów docelowych podłoża\*.

Niniejszemu podręcznikowi towarzyszy pakiet InDesign z plikiem otwartym i użytymi fontami.

UWAGA: w zależności od rozlicznych czynników (tj. np. technologii reprodukcji, podłoża, zastosowanej kolorystyki, oświetlenia, etc.) może być konieczna lekka korekta manualna parametrów tekstu, takich jak wielkość, światło międzyliterowe czy interlinia. Priorytetem jest czytelność tekstu w przestrzeni wystawienniczej.

Wszelkie wątpliwości związane z systemem typograficznym wystaw prosimy zgłaszać do Działu Organizacji Wystaw i Wydarzeń Muzeum Warszawy.

Spis treści

Wprowadzenie	2
Zasady ogólne	3
Kategorie	4
Font	15
Plik otwarty	16

\* Niniejszy system podaje rekommendowane wymiary wyjściowe, które jednak mogą wymagać modyfikacji ze względu na różne czynniki, takie jak niestandardowa długość tekstu, optymalizacja kosztów produkcji, założenia projektowe wystawy lub miejsce dostępne w danej przestrzeni wystawienniczej.

## zasady ogólne

System typograficzny wystaw Muzeum Warszawy opiera się na kilku prostych zasadach ogólnych:

- Kolory**  
Kolor tekstu i tła powinien wynikać z założeń projektowych wystawy. Warunkiem jest zachowanie dobrego czytelności tekstu.

**Skład do lewej (tzw. „w chorągiewkę”)**  
Asymetryczny skład do lewej (bez justowania obustronnego) zapewnia naturalny układ tekstu i bardziej harmonijne światło między literami i wyrazami, co znacznie podnosi estetykę tekstu w przestrzeni oraz jego czytelność.

**Maksymalnie 68 znaków w wierszu**  
Bardzo istotne jest utrzymanie szerokości kolumny zapewniającej optymalną czytelność tekstu – w wierszu nie powinno znajdować się więcej niż 68 znaków (optymalnie ok. 55 znaków).

- Bez dzielenia wyrazów**  
Ze względu na czytelność tekstu w przestrzeni wystawienniczej, wyrazy nie powinny być dzielone, zwłaszcza w większych tekstach (otwierających wystawę i kuratorskich). W mniejszych tekstach dzielenie jest dopuszczalne w uzasadnionych przypadkach (np. w podpisach obiektów), system nie przewiduje rozróżniania języków kolorem czy grubością tekstu. Informacje nie wymagające tłumaczenia (np. numer inwentarzowy, czy imię i nazwisko) podawane są w miarę możliwości jednorazowo, żeby uniknąć niepotrzebnego mnożenia tekstu.

- Zapis tytułów „jak w zdaniu”**  
W nadrzędnych, wyróżnionych formach tekstowych (tytuły, kategorie, etc.) zalecany jest zapis standardowy (jak w zdaniu, czyli rozpoczynający się wielka litera). Zapis całego tytułu mająską lub minuskułą dopuszczalny jest w uzasadnionych przypadkach (np. gdy wynika z konkretnych założeń merytorycznych lub projektowych).
- Dwiejczynność**  
Wystawy z reguły opracowane są w dwóch językach – po polsku i po angielsku. Języki funkcjonują równorównie, w osobnych blokach tekstowych, oznaczonych skrótkami literowymi (PL, EN). Poza uzasadnionymi wyjątkami (np. w podpisach obiektów), system nie przewiduje rozróżniania języków kolorem czy grubością tekstu. Informacje nie wymagające tłumaczenia (np. numer inwentarzowy, czy imię i nazwisko) podawane są w miarę możliwości jednorazowo, żeby uniknąć niepotrzebnego mnożenia tekstu.
- Detalie**  
Dopuszczalne jest zastosowanie w tekście detali graficznych wynikających z założeń projektowych wystawy (np. podkreślenia, wyboldowania czy charakterystyczne punktury).

3

Muzeum Warszawy | System typograficzny wystaw | Podręcznik

## kategorie

W ramach systemu wyodrębnionych zostało 5 podstawowych kategorii tekstów:

1. Tekst otwierający wystawę
2. Tekst otwierający sekcję
3. Tekst komentujący
  - wariant A – obiekt
  - wariant B – grupę obiektów
4. Podpis do obiektu
  - wariant A – pojedynczy
  - wariant B – zbiorczy + rysunek
  - wariant C – w gabinetcie
5. Kolofon wystawy

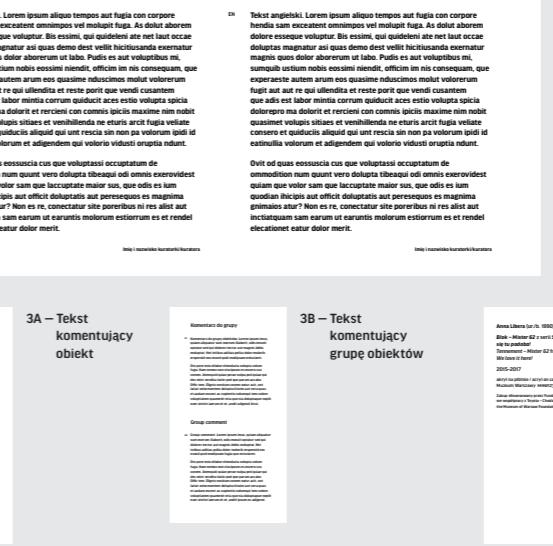
Na kolejnych stronach przedstawiono zestawienie wszystkich kategorii i następujące podglądy każdej z nich wraz z objaśnieniami.

Zestawienie wszystkich kategorii tekstów

1 – Tekst otwierający wystawę

## Tytuł wystawy. Lorem ipsum dolor merit

English title of the exhibition.  
Lorem ipsum dolor merit



3 – Tekst komentujący obiekt



3B – Tekst komentujący grupę obiektów



4B – Podpis do obiektu – zbiorczy + rysunek



4A – Podpis do obiektu – pojedynczy



4C – Podpis do obiektu w gablocie



## kategorie

### Tekst otwierający wystawę i sekcję

Tekst otwierający wystawę stanowi wstęp do całej ekspozycji, natomiast tekst otwierający sekcję wprowadza do poszczególnych jej części.

Wyjściowe parametry składu obu tekstów nie różnią się od siebie, jednak tekst otwierający wystawę ma większe marginesy swobody projektowej.

W tytule wystawy dopuszczalne jest zastosowanie innego kroju pisma i kompozycji, jeśli wynika to z identyfikacji wizualnej wystawy i tym samym podnosi spójność komunikacyjną.

Przykład obok.

# PRAGA LAT 70. FOTOGRAFIE ALBERTA KRYSZTYNIKA

Tekst angielski. Lorem ipsum aliquem tempus aut fugia con corpore hencia sam excentae omnimopus vel molupit fuga. As dolut aborem dolore esseque volupit. Bis essimi, qui quideleni ate net laut occas dolupas magistr as quas demo dest velli hicitusanda exernatur magnis quos dolor aborum ut labo. Pudis es aut volupibus mi, sumquib ustum nobis eossimi niendit; officim im nis consequunt, que experaste autem arum eos quasime reduscimus molut volerorum fugit aut re qui ullendifta et reste porti que vendi casuente que adis est labo. Santa corrudat et estio voluta sochia dolupas magistr aut offici dolupata aut perrequo es magna graminis atur? Non es re. connectatur site poreribus ni res alit aut instatiqam sam earam et varum molorum estiorum es et rendel elevationet eatur dolor mer.

Muzeum Warszawy | System typograficzny wystaw | Podręcznik

6

Muzeum Warszawy | System typograficzny wystaw | Podręcznik

4



## kategorie

### 4A

#### Podpis do obiektu – pojedynczy

Informacje:  
 Autor/ka (daty) / Autorzy / Pracownia  
 Tytuł / Nazwa obiektu  
 data  
 materiały / technika  
 Właściciel nr inwentarzowy  
 (ew. informacja o finansowaniu zakupu)  
 Rekomendowany format: 145 × 105 mm  
 Margines: 15 mm

Podpisy do obiektów nanoszone są zazwyczaj na podłożę i mocowane na ścianie. Wyjściowy format podłożą to 145 × 105 mm. W zależności od długości podpisów możliwa jest zmiana wymiarów podłożą oraz w razie potrzeby dostosowanie szerokości marginesów.

Istotnym czynnikiem decydującym o zmianie formatu jest optymalizacja wykorzystania materiałów oraz kosztów produkcji.

<b>Elżbieta Bors (ur. / b. 1935)</b> <i>Pejzaż z Żoliborza</i> Landscape from Żoliborz 1963 olej na płótnie / oil on canvas Muzeum Warszawy MHW4589	<b>Walerian Twardzicki (1838–1907)</b> <i>Stużca z serii Typy warszawskie</i> Servant from the series Warsaw Types lata 90. XIX wieku / 1890s odbitka kolodionowa na kartonie / colodion print on cardboard Muzeum Warszawy AF 21569
<b>Autor nieznany / Unknow author</b> <i>Wycieczka studentów kursu wstępniego Bauhaus do kopalni soli</i> Excursion of Bauhaus preliminary course students to the salt mine 1928 odbitka żelatynowo-srebrowa Moi Ver Archives	<b>Bracia Buch / Buch Brothers</b> <i>Para lichtarzy</i> Pair of candlesticks lata 60. XIX wieku / 1860s mosiądz, srebro / brass, silver Muzeum Warszawy MHW 125/I-2/S
<b>Moshe Vorobeichic (1904–1995)</b> Bez tytułu, projekt dla YIVO w Wilnie Untitled, project for YIVO in Vilnius 1928–1929 odbitki żelatynowo-srebrowe, kolaż / gelatin-silver prints, collage Moi Ver Archives	<b>Paulina Włostowska (ur./b. 1987)</b> <i>Dookoła świata z serii Papieroplastyka</i> Across the World from the Paper Craft series 2020 tempera jajowa na płótnie / egg tempera on canvas Muzeum Warszawy MHW1245 Zakup sfinansowany przez Fundację Muzeum Warszawy / Purchase financed by the Museum of Warsaw Foundation

## kategorie

### 4C

#### Podpis do obiektu w gablocie

Informacje:  
 Autor/ka (daty) / Autorzy / Pracownia  
 Tytuł / Nazwa obiektu  
 data  
 materiały / technika  
 Właściciel nr inwentarzowy  
 (ew. informacja o finansowaniu zakupu)  
 Rekomendowany format: 110 × 75 mm  
 Margines: 10 mm

Podpisy do obiektów umieszczonych w gablocie oglądane są z relatywnie małej odległości i zazwyczaj z góry, co pozwala na zastosowanie nieco mniejszego stopnia pisma względem podpisów umieszczanych na ścianach.

Architektura informacji pozostaje taka sama jak w przypadku podpisu do obiektu A i B.

Wyjściowy format podłożą to 110 × 75 mm. W zależności od długości podpisów możliwa jest zmiana wymiarów podłożą oraz w razie potrzeby dostosowanie szerokości marginesów.

<b>Moshe Vorobeichic (1904–1995)</b> <i>Bauhaus, Albers</i> 1928 gwasz na papierze / gouache on paper Moi Ver Archives
--

<b>“Gordonja” 1934 nr 8</b> <i>druk / print</i> Moi Ver Archives
--

<b>Kartka pocztowa do Moshe Worobejczyka od Towarzystwa Przyjaciół Żydowskiego Instytutu Naukowego w Wilnie</b> Postcard to Moshe Worobejczyk from the Society of Friends of the Scientific Jewish Institute in Vilnius 28.11.1934 Moi Ver Archives
--

## kategorie

### 4B

#### Podpis do obiektu – zbiorczy + rysunek

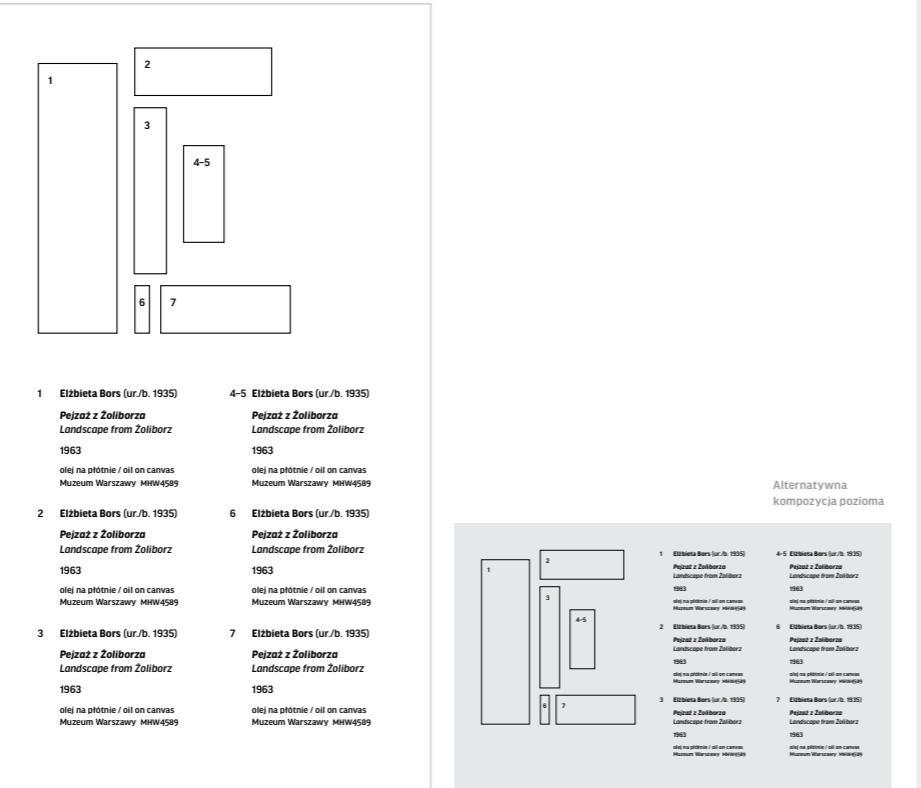
Informacje:  
 Autor/ka (daty) / Autorzy / Pracownia  
 Tytuł / Nazwa obiektu  
 data  
 materiały / technika  
 Właściciel nr inwentarzowy

Margines: 25 mm

Parametry składu tekstu oraz architektura informacji pozostają takie same jak w przypadku podpisu do pojedynczego obiektu.

Format zbiorczego podpisu z rysunkiem zależy od wielkości rysunku oraz ilości i długości popisów do obiektów. Na przedstawionym obok przykładzie jest to 250 × 450 mm.

Z prawej strony pokazano alternatywną kompozycję poziomą.



## kategorie

### 5

#### Kolofon wystawy

Informacje:  
 – indeks osób zaangażowanych w powstanie wystawy  
 – informacja o publikacji towarzyszącej wystawie  
 – podziękowania  
 – informacja o dostępnosci + ikony

Szerokość kolumny: 300 mm  
 Margines: 25 mm

Kolofon, podobnie jak tekst otwierający wystawę i sekcję, jest z reguły nanoszony bezpośrednio na ścianę, wobec czego system nie określa w tym przypadku rekommendowanych wymiarów podłożą, lecz „obszar ochronny” wokół tekstu, który powinien pozostać pusty.

#### Wystawa / Exhibition 14.07–24.10.2022

Kurator/ka / Curator: Imię Nazwisko  
 Współpraca kuratora / Assistant to the curator: Imię Nazwisko  
 Konsultacje dot. fotografii / Photography consultant: Imię Nazwisko  
 Konsultacje merytoryczne / Content consultants: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Projekt eksponatów / Exhibit design: Imię Nazwisko  
 Opracowanie graficzne / Graphic design: Imię Nazwisko  
 Produkcja / Production: Imię Nazwisko  
 Realizacja / Implementation: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Opieka konservatorska / Conservators: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Digitalizacja / Digitization: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Wypożyczanie zewnętrzne / External loans: Imię Nazwisko  
 Pochykiwanie zbiórów / Exhibit acquisitions: Adam Michalek, dr Tomasz Prusak  
 Wypożyczanie wewnętrzne / In-house loans: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Dostępność / Availability: Imię Nazwisko  
 Redakcja tekstu / Text edition: Imię Nazwisko  
 Tłumaczenie tekstu / Text translation: Imię Nazwisko  
 Program operacyjny / Operational program: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Opiekun i organizator wystawy / Exhibition caretaker: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Komunikacja i marketing / Communications and marketing: Imię Nazwisko, Imię Nazwisko, Imię Nazwisko  
 Projekt graficzny i materiałów promocyjnych / Graphic design for promotional materials: Imię Nazwisko  
 Wystawa towarzysząca / Accompanying publication: Lorem ipsum dolor sit amet. Muzeum Warszawy 2022

Składamy podziękowania wszystkim osobom, które przyczyniły się do powstania wystawy / We extend our gratitude to all those contributing to the exhibition



Wszystkie teksty z wystawy dostępne są na stronie / All the texts from the exhibition available at: muzeum.warszawa.pl/wystawa/tytuł-wystawy  
 Możesz je przeczytać w dołączonym dla naszej czasie i powiekszyć tekst wiedę poniżej! You can read them at your convenience and enlarge the font

## font

W systemie typograficznym wystaw Muzeum Warszawy został font Good, będący głównym krojem pisma stosowanym w identyfikacji wizualnej Muzeum – wyróżnia się wysoka funkcjonalnością, czytelnością i neutralnym charakterem.

W składzie tekstów wystawienniczych stosowana jest odmiana Headline, zaprojektowana z myślą o większych tekstuach i oznaczeniach.

Szczegółowe informacje dotyczące rodzin krojów dostępne są tutaj:  
[Good i Good Headline](#).

Font udostępniany jest projektantom wystaw na licencji wykupionej przez Muzeum Warszawy i w jej ramach może być wykorzystany wyłącznie w projektach dla Muzeum. Wykorzystanie fontu w inny sposób lub dla innego zleceniodawcy nie jest dozwolone.

# Good Good Good

Muzeum Warszawy | System typograficzny wystaw | Podręcznik

15

## plik otwarty

Niniejszemu podręcznikowi towarzyszy pakiet zawierający:

- plik otwarty.indd,
- plik otwarty.idml,
- PDF z podglądem pliku,
- folder z użytymi fontami.

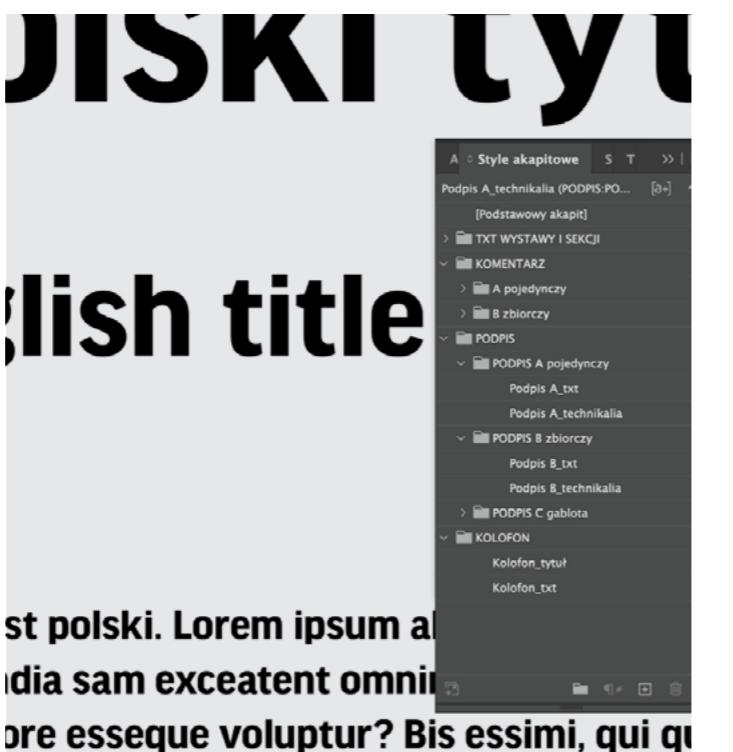
W pliku znajdują się szablony wszystkich kategorii tekstu zdefiniowanych w ramach systemu.

Tekst otwierający wystawę i tekst otwierający sekcję ujęte zostały razem ze względu na identyczne parametry skafadu.

Dla ułatwienia pracy z plikiem wszystkim tekstem nadano właściwe style akapitowe i znakowe, nazwane zgodnie z poszczególnymi funkcjami (Tytuł, Podpis, etc.) i uporządkowane w osobnych folderach dla każdej kategorii.

Kategoriom, ze względów funkcyjnych, nadano nazwy skrótowe, czyli:

- Txt wystawy i sekcji,
- Komentarz A i B,
- Podpis A, B i C,
- Koloфон.



Muzeum Warszawy | System typograficzny wystaw | Podręcznik

16

## Selected projects based on the typographic system for exhibitions of the Museum of Warsaw

Praga 1970s. Photographs by Albert Krystyniak, 14.07–24.10.2021, Praga Museum, a branch of the Museum of Warsaw



Praga of the 1970s.  
Photographs by Albert Krystyniak



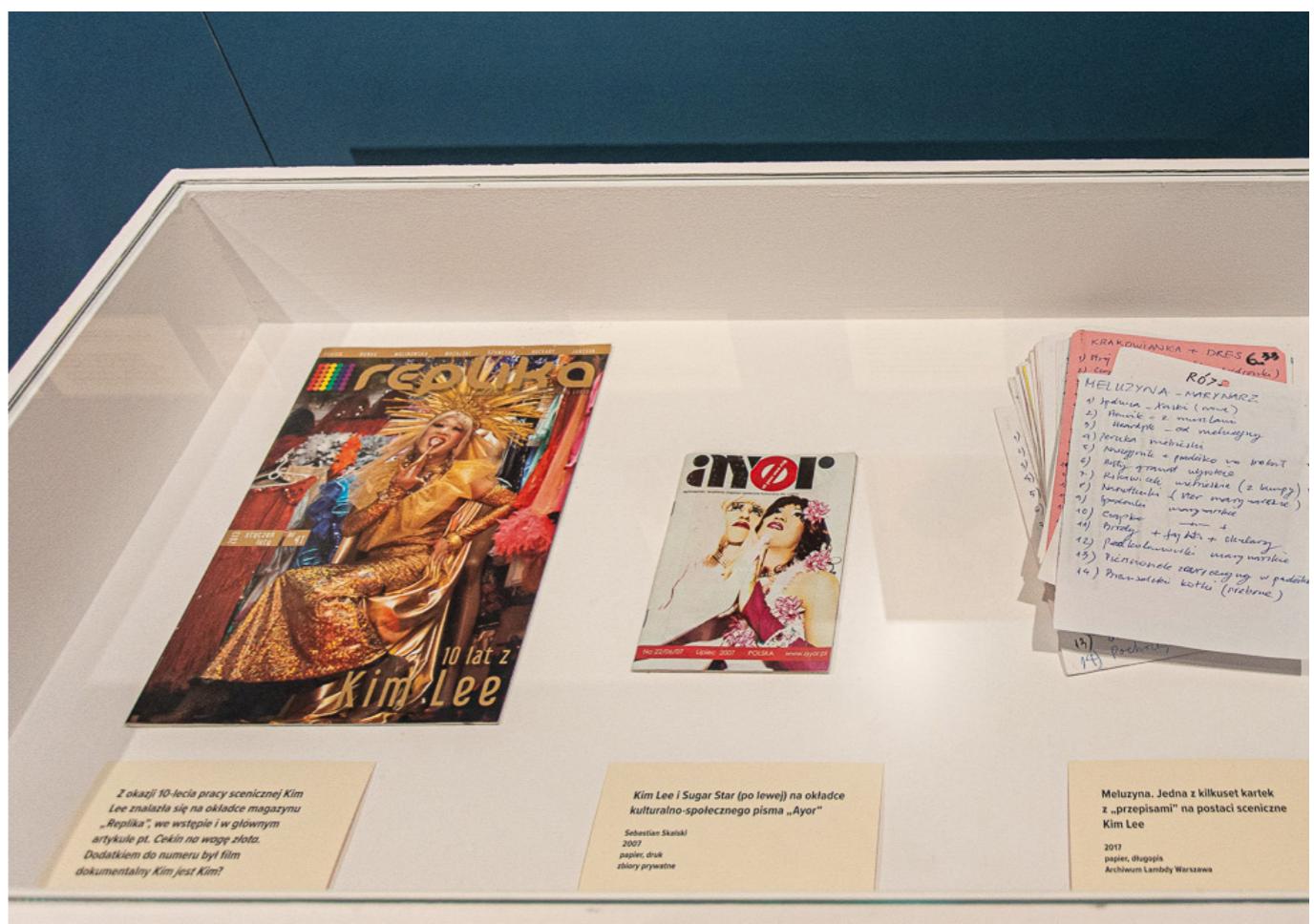


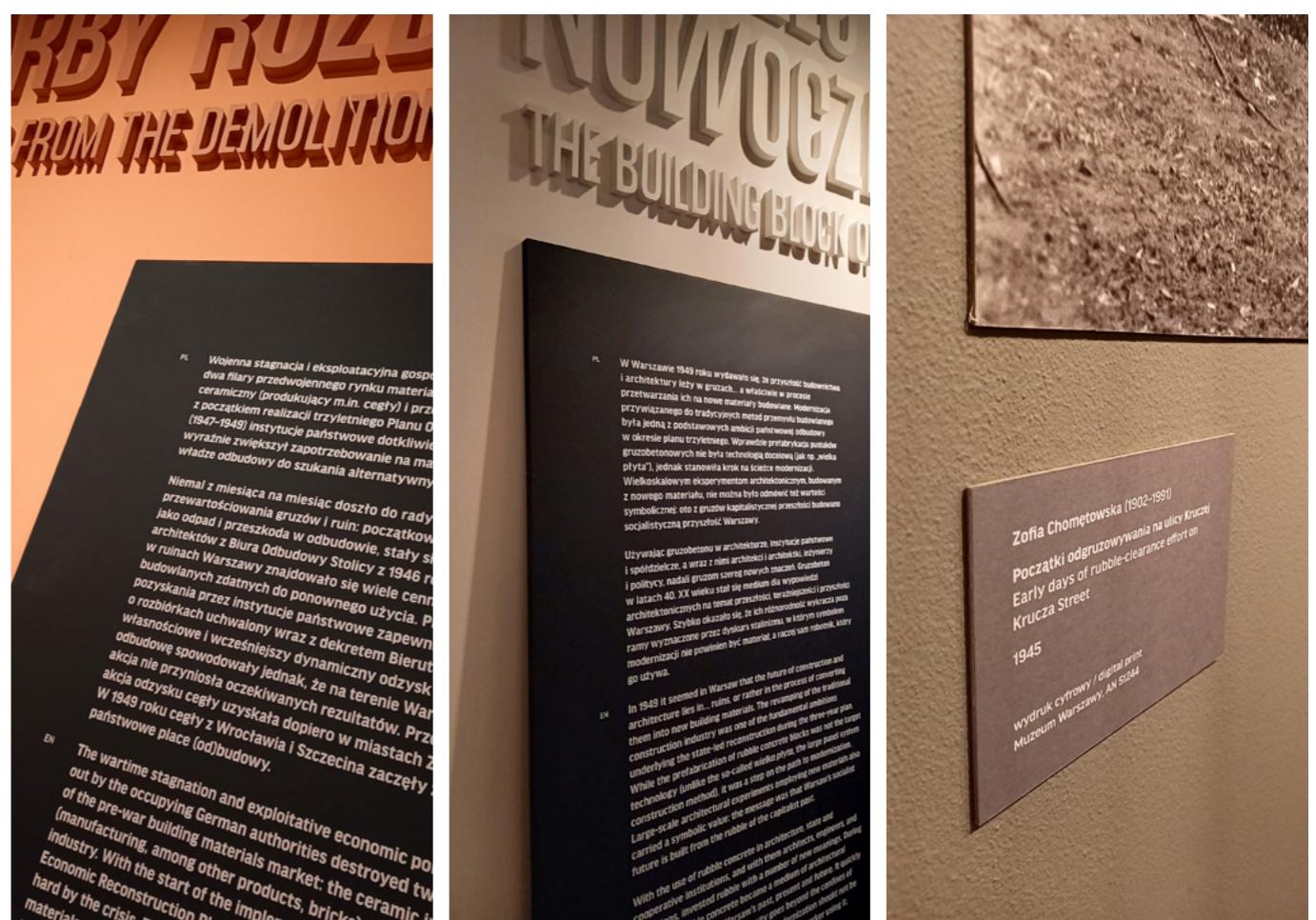
## Ambasadorka różnorodności

PL Chociaż Kim Lee nie raz twierdziła, że aktywizm nigdy nie był jej priorytetem, jej zasługi dla społeczności są ogromne. Działała na rzecz akceptacji społecznej lesbijek, gejów, osób biseksualnych, transpłciowych i queer, współpracując z organizacjami równościowymi, m.in. Kampanią Przeciw Homofobii, Lambdą, Stowarzyszeniem Miłość Nie Wyklucza. Była obecna na Paradach Równości. Wspierała walkę o prawa kobiet podczas Manif. Uczestniczyła w Żywej Bibliotece – ruchu promującym prawa człowieka i dialog społeczny. Występowała na benefisach, imprezach okolicznościowych i charytatywnych dla queerowej publiczności, a także na LGBT+ Film Festivalu.

Dopingowała poczynającego performerki i performerów. Wychowywała „sceniczne córki”, uczyła, jak być dobry drag queen. Jedną z osób, które namówiła do występowania, jest Lulla la Polaca, czyli Andrzej Szwan: „Bez Kim by się nie udało, «Musisz. Trudno, będzie najstarsza» – powtarzała. Dostosownie wepchnęła mnie na scenę. Zaczęliśmy robić cykliczne Lulla Show w Kallinowym Sercu na Żoliborzu. Na piątą edycję mieliśmy wystrzałowe pomysły, ale przyszła pandemia, która zabrała nam Kim. To ona ukształtowała Lulle, ona mnie malowała, ja nie potrafię”.

Zawsze pogodna, dodawała otuchy osobom zastraszonemu homofobią. Wyśmiewała dotykające ją rasizm i stereotypy. Występy zaczynała zwykle od żartu, na przykład mówiąc: „Sprzedawałem majtki na Stadionie Dziesięciolecia. Wykonaliście Stadion, to teraz oglądajcie moj show, bo muszę jakoś zarobić na życie”.







### 3. Warsaw Data exhibition at the Museum of Warsaw

The *Dane warszawskie / Warsaw Data* exhibition is part of the main exhibition of the Museum of Warsaw entitled *Rzeczy warszawskie* (Things of Warsaw), opened to visitors in May 2017. It is presented in the restored spaces of the Old Town Cellars at the museum's headquarters, at the Old Town Market Square. The exhibition is an attempt to capture the uniqueness of Warsaw using statistical data, i.e., knowledge about reality expressed in the abstract language of mathematics. The visual tool used to present the collected data is an infographic, offering representations such as charts, graphs, diagrams or maps. It is currently the only fully infographic permanent museum exhibition in Poland.

The exhibition encourages visitors to look for the answers about the history of the city, its current character and possible scenarios for the future; what does Warsaw owe its development? Who have its inhabitants been? Who will live here in the near future? How did they used to live; how do they live? Where is the city centre and where are its borders? The presentation of knowledge about the city in the form of data allows us to verify stereotypes and common opinions about Warsaw, its inhabitants and space. It is also possible to indicate more precisely which events and phenomena gave it its present shape and uniqueness.

Systematic statistical research was conducted in Warsaw from the second half of the 19th century, although basic data, mainly demographic and tax, had been collected earlier. Over time, both the thematic scopes of data and the techniques of their acquisition, organization and processing have evolved. The oldest currently known presentations of data of the city are cartographic materials, such as maps and plans. Among the surviving to this day, the oldest is the so-called Hoppe plan from 1641.

The data presented at the exhibition are comparable and give the opportunity to show long-term phenomena and processes. They allow us to see the political, economic and social transformations of the city, they talk about the administrative divisions of Warsaw, its spatial and demographic development, architectural metamorphoses and civilization transformations. The presented material has been selected and developed in such a way as to provide basic knowledge to those who come into contact with the city for the first time, and at the same time to inspire reflection by those who already know Warsaw.<sup>19</sup>

The exhibition consists of 11 large-format infographics made using the pigment printing technique on a white powdered sheet and addressing the following issues:

#### ***The Fate of the City***

A summary of the most important events and phenomena in the history of the city shown on a timeline using various data categories.

#### ***Warsaw 'First Times'***

A list of unprecedented phenomena and events in Warsaw over the centuries.

#### ***The Symbol of Warsaw***

The visual evolution of the city's coat of arms over the centuries.

#### ***Warsaw within State Borders***

Changes in the location of Warsaw in relation to the changing borders of the country.

#### ***Spatial Changes***

Differences in the type and density of city development based on a comparison of local plans from 3 key periods.

<sup>19</sup> KLEKOT, E. (ed.) *Dane warszawskie/Warsaw Data*, pub. Museum of Warsaw, Warsaw, 2018.

#### ***The Centre of Warsaw***

An attempt to locate the city centre in the context of various definitions of "centre".

#### ***The Boundaries of Warsaw***

A map showing the reach of the capital's influence beyond its administrative boundaries.

#### ***The Inhabitants of the City***

Comparison of data on the population of Warsaw.

#### ***Living in Warsaw***

A list of important aspects of the capital's housing.

#### ***Piłsudskiego Square – Architecture and Power***

Architectural modifications of the square during the times of geo-political changes.

#### ***The Political Arena***

Gatherings, manifestations and marches along Krakowskie Przedmieście over the centuries.

The infographic part is supplemented by *The City of Skyscrapers* section presenting the shapes of the tallest buildings in the capital from different periods, in the form of spatial, monochrome models.

The graphic works on the exhibition lasted over a year and a half (2015–2017) and were carried out in several stages, in close cooperation with the curators of the exhibition: Paweł Jaworski, Dr Zofia Oslislo-Piekarska, Grzegorz Piątek, Dr Karol Piekarski and Klementyna Świeżewska, and Dr Jarosław Trybuś, the main curator of the permanent exhibition *Warsaw things*.

The *Warsaw Data* retains the non-narrative, analogue character of the main exhibition, while giving the opportunity to perceive the city from a different perspective. On the basis of a well-thought-out selection of form, colour and lettering, a clear, legible visual language was created that shows data in an engaging and intuitive way. It presents hard-to-see dependencies between information and makes it easier to analyse the data yourself. The exhibition is bilingual (Polish-English).

### GRAPHIC LANGUAGE

The starting point for the development of the visual language of *Warsaw Data* was the graphic language *Isotype* (International System of Typographic Picture Education) created in 1925 by a team of specialists in various fields (including artists, designers, analysts, museologists and scientists) led by the Austrian sociologist Otto Neurath<sup>20</sup>. The *Isotype* language placed great emphasis on graphic symbols that allowed to combine a conventional, universal language with direct, individual experience, enabling the presentation of complex processes, phenomena and dependencies in an accessible way.<sup>21</sup>

The graphic language of *Warsaw Data* combines the assumptions of *Isotype* with the visual language of the Museum of Warsaw and uses 3 main elements: symbol, colour and lettering.

<sup>20</sup> Otto Neurath (born December 10, 1882 in Vienna, died December 22, 1945 in Oxford) – Austrian sociologist, economist and philosopher. In 1939, his book *Modern Man in the Making* was published, describing the history of mankind using the new visual language *Isotype*.

<sup>21</sup> KOTERSKI, A. *ISOTYPE outline. The idea of picture statistics using the Vienna Method*, [in]: "Przegląd Filozoficzny – Nowa Seria", No. 1 (93), 2015, pp. 229–243.

## Symbols

The symbols are built of modules (a system of figures and lines), developed on the basis of the form and proportions of the Good typeface used in the visual identity of the museum. That is why it was possible to build a consistent, coherent language and thus achieve its greater intuitiveness, which in turn significantly increases the accessibility of the message. All symbols have been designed to communicate a specific meaning in a clear and universal way.

The visual language of *Warsaw Data* uses 4 main groups of symbols, differing in the scale of complexity: icons, pictograms, landmarks and illustrations.

### – The icon

It is the simplest graphic form with the lowest possible level of detail that allows to read the meaning. It is used for small markings, e.g., points on a map or “people” in a diagram. Filled shapes predominate in the construction of the icon.

### – The pictogram

It is a more complex symbol than an icon and it has more characteristic graphic details and represents more complex meanings, e.g., specific professional groups, means of transport, equipment or activities. In the construction of pictograms, both filled shapes and linear elements appear, but the former predominate.

### – The landmark

It is a synthetic representation of a specific building in urban space. In contrast to the icon and pictogram, it is based mainly on linear elements that allow for a more accurate mapping of key architectural details that determine the building's recognisability, while greatly simplifying the form. The predominance of linear elements also allows for a different visual “weight” of landmarks, which increases the structuring of the visual language and thus its legibility.

### – Illustration

It is the most graphically complex form of a symbol in the language of the *Warsaw Data*. The illustrations are larger than the other symbols, allowing for more detail. An example of an illustration are the silhouettes of Warsaw mermaids in *The Symbol of Warsaw* infographic, which is a more extensive version of pictograms. Similarly, the representation of the Saski Palace in the *Piłsudskiego Square – Architecture and Power* infographic is a landmark with a higher degree of detail. The structure of the illustration is characterized by a balance of filled shapes and linear elements and greater freedom in their combination.

## Colour

In the visual language of the *Warsaw Data*, the colour palette has been limited to the necessary minimum. In addition to white, two colours are used: black and beige. Colour saturation gradations are not applied. Textures (simplified graphic patterns) with varying degrees of density are a tool that allows you to obtain a wider range of gradations. The choice of the colour palette was determined by external factors such as the colours of the rooms in the Old Town Cellars, where the domination of orange brick is observed, and design factors, i.e., the right temperature and contrasting colours to create the most flexible and accessible visual language.

## Typography

The typeface used in the visual language of *Warsaw Data* is the typeface specified in the visual identity of the museum, i.e., the FF Good. The basic typographic treatments used in the data correspond to the typographic system of the exhibitions of the Museum of Warsaw, however, due to the specificity and form of the presented content, significantly different from that usually presented at other exhibitions, it was necessary to introduce a number of additional solutions to make the text layer more flexible and varied, also in terms of numbers.

In addition to the main infographic titles, there are 4 different categories of text that are assigned a specific font size (listed below from highest to lowest):

- introductory text,
- subtitle,
- description,
- explanation.

Due to the huge scope and diversity of the presented content, the visual language of *Warsaw Data* is based on a very well-thought-out palette of typographic treatments that distinguish and differentiate the text – the condition for maintaining the readability and consistency of the message is to avoid chaos and overloading. In justified cases, dates are marked with a higher degree of writing. An additional graphic distinguishing feature used in the case of more important numerical data or names is the negative solid, i.e., placing light text on a dark or beige background strip.

The typographic parameters of texts in English (type grade, typeface, etc.) are the same as in Polish – the distinguishing feature is their placement in separate columns or, in the case of shorter entries, in separate lines. In the introductory texts, the language is additionally marked with an icon with a letter abbreviation corresponding to Polish and English, respectively: PL and EN. The exception are titles where the English text is smaller than the Polish one. The application of the solution described above was the result of a study on a group of recipients from various age and professional groups, which showed that with a large amount of text and symbols, varying the thickness of the text depending on the language does not increase the readability and intuitiveness of the content, but works quite the opposite.

## DESIGN CHALLENGES

In the course of graphic work on the exhibition, numerous problems in the field of visual communication occurred. In addition to purely design issues resulting from the need to clearly present a large amount of data in a limited space (here the biggest challenge was the infographic *Fate of the City* showing various phenomena from the history of Warsaw on the timeline), there were also issues of a more general nature, including, above all, difficulties with the universalization of some meanings.

An interesting example in this field was an attempt to create a pictogram of a “universal man” (neither male nor female), to be used in diagrams showing population changes and other demographic phenomena that do not take gender categories into account. Removing all gender attributes from the symbol and creating a maximally neutral silhouette model turned out to be ineffective – in the study on the recipient group, the figure was always read as a man or ceased to be read as a man. A figure more similar to a woman’s was read only as a woman. Therefore, due to the priorities of the visual language, which is communicativeness, it had to represent a man. This example perfectly shows that the symbolic language used in infographics does not function in isolation



## Basic elements of the visual language of Warsaw Data

from the cultural context.

*Warsaw within State Borders* map, presenting the reach of the capital's influence beyond its administrative boundaries and even beyond the boundaries of the voivodship, was also a unique challenge and an attempt at visual language. The map includes 4 categories of information:

- percentage of the adult residents working in Warsaw,
- railway timetable,
- the most important towns in the area of greatest influence of Warsaw,
- the shortest travel time from Warsaw by train.

Showing data on the percentage of residents of the commune working in Warsaw required the use of as many as 6 different textures created on the basis of quite limited graphic means provided for in the visual language. The set of textures was intended to enable a clear presentation of not only the gradation of the number of people regularly commuting to the capital, but also the collision-free placement of other categories of information, i.e., the most important towns and the distribution of railway lines along with information about the shortest possible travel time.

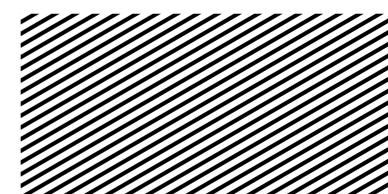
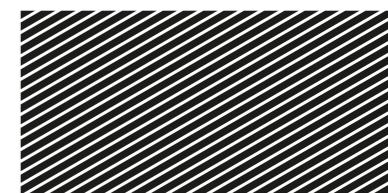
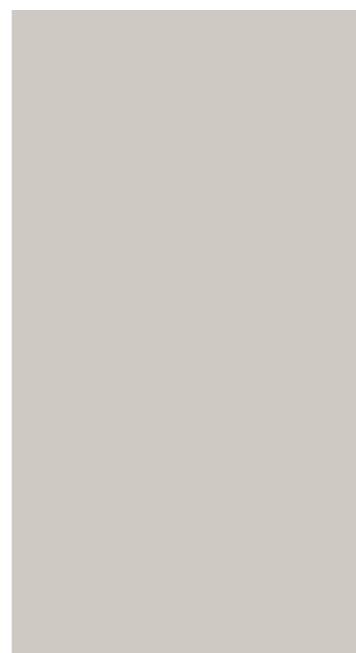
### AWARDS

- 2018 – 1st prize in the Polish Graphic Design Awards contest, in the Infographics category
- 2018 – nomination in the KTR contest, in the Data Visualization category

Colours



Textures



Typography

# Polski English

### PL Tekst kuratorski

1648

*Lorem ipsum Iciandi odit,  
cum ipsaperum ea nim  
lam fuga verunt ipsam,  
solutium aut eum.*

1886

*Lorem ipsum Iciandi  
odit, cum ea nim lam  
fuga verunt ipsam,  
solutium aut eum.*

**Big text 80 pkt**  
**Medium text 60 pkt**

**Small text 40 pkt, w 1713 roku  
pałac Morsztyna kupiła rodzina  
Wettynów.**

**Very small text 25 pkt, w 1713 roku pałac Morsztyna  
kupiła rodzina Wettynów – elektorów saskich,  
którzy w latach 1697–1706 zasiadali na tronie  
polskim.**

The smallest Medium 16 pkt, w 1713 roku pałac Morsztyna kupiła rodzina Wettynów – elektorów saskich, którzy w latach 1697–1706 zasiadali na tronie polskim. Rolę placu jako jednej z najważniejszych symbolicznie przestrzeni w mieście przypieczętowało wzniesienie największej w Warszawie świątyni prawosławnej.

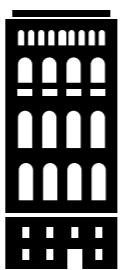
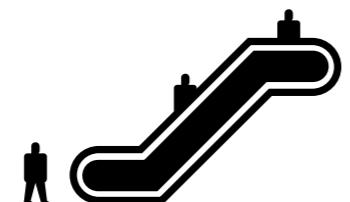
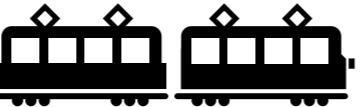
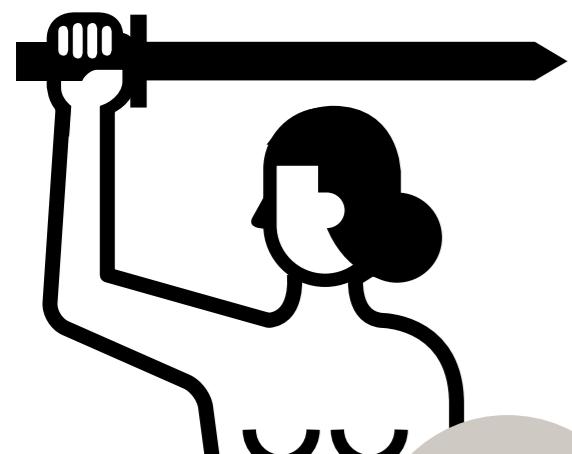
**Biały tekst 40 pkt**



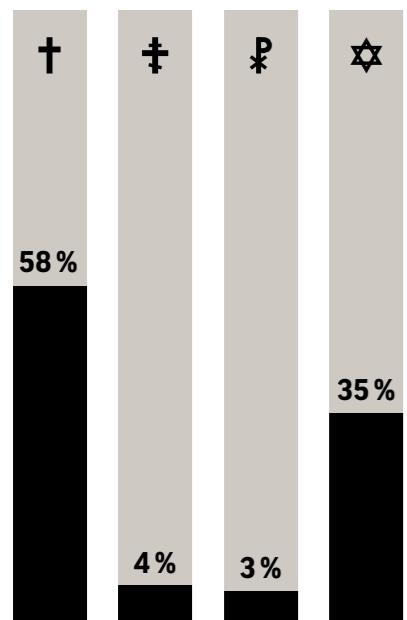
5 min

400 m

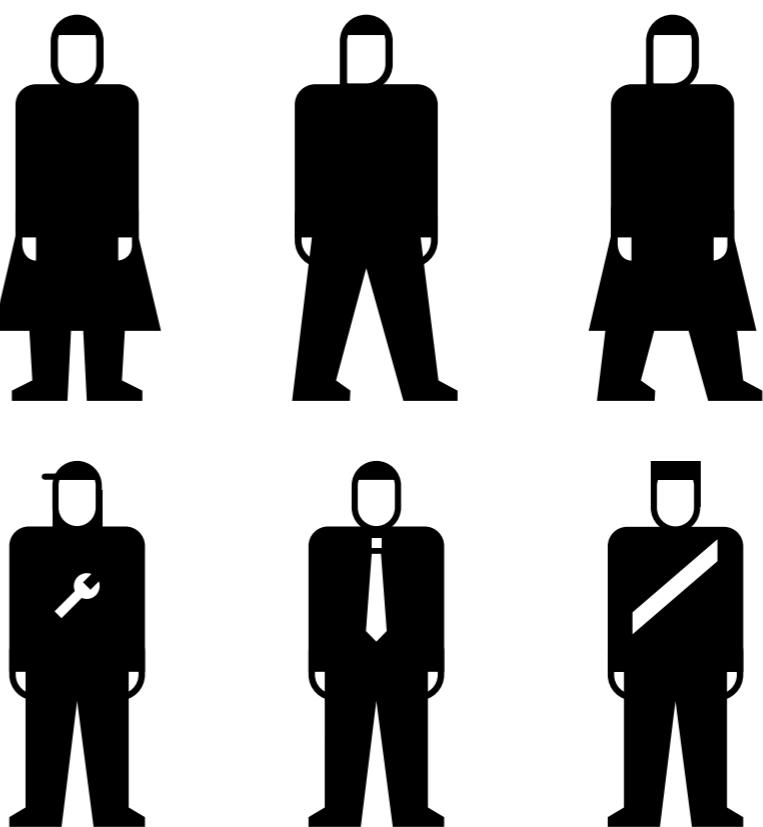
Symbols



1897

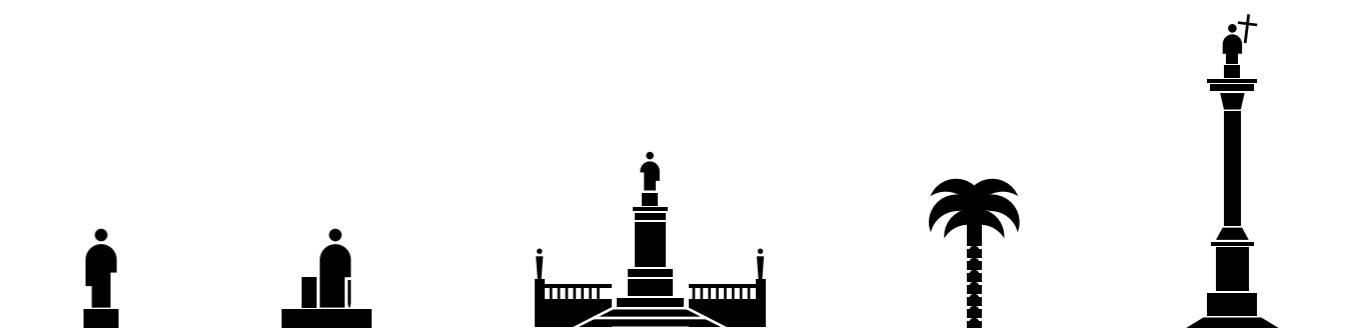
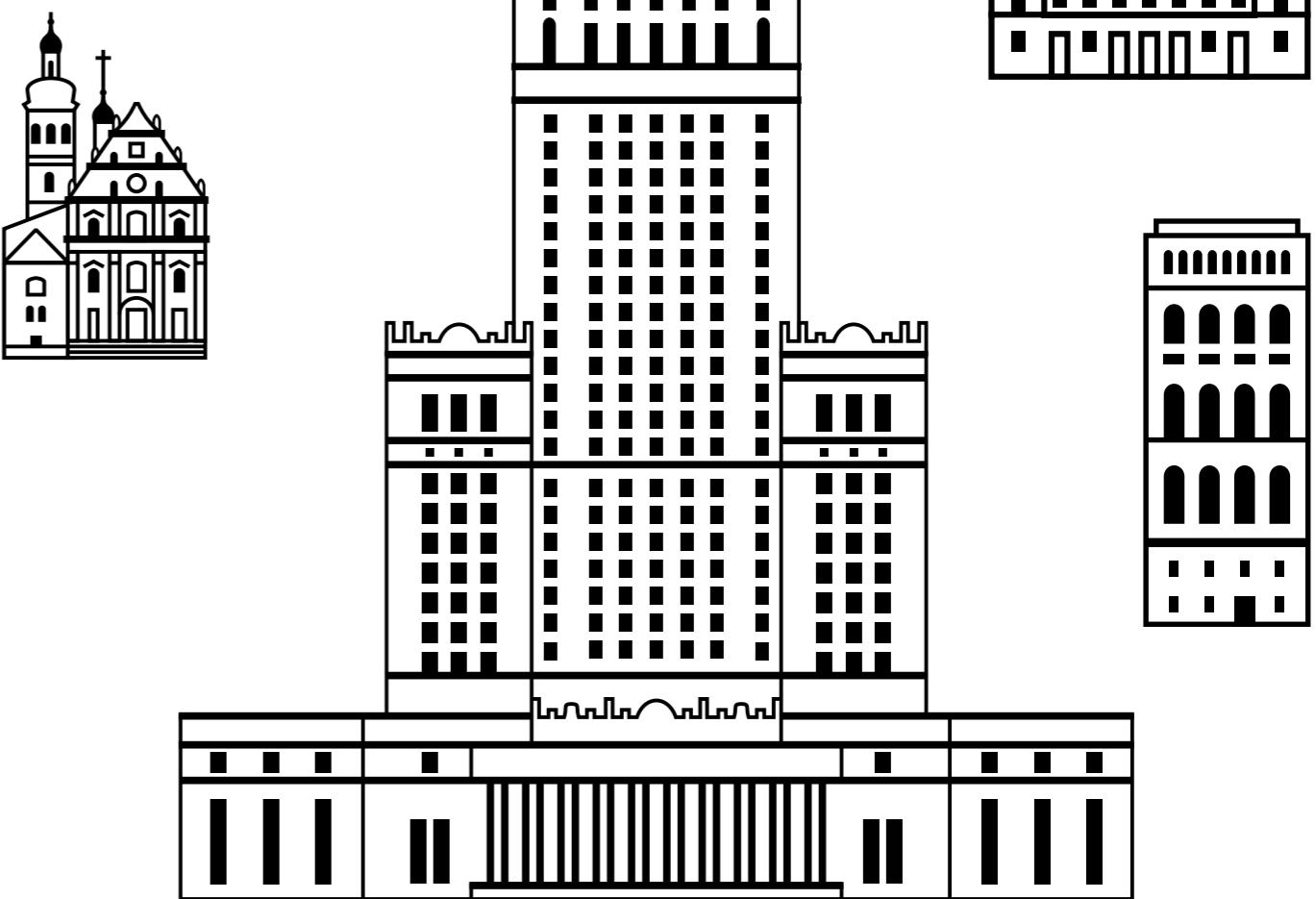
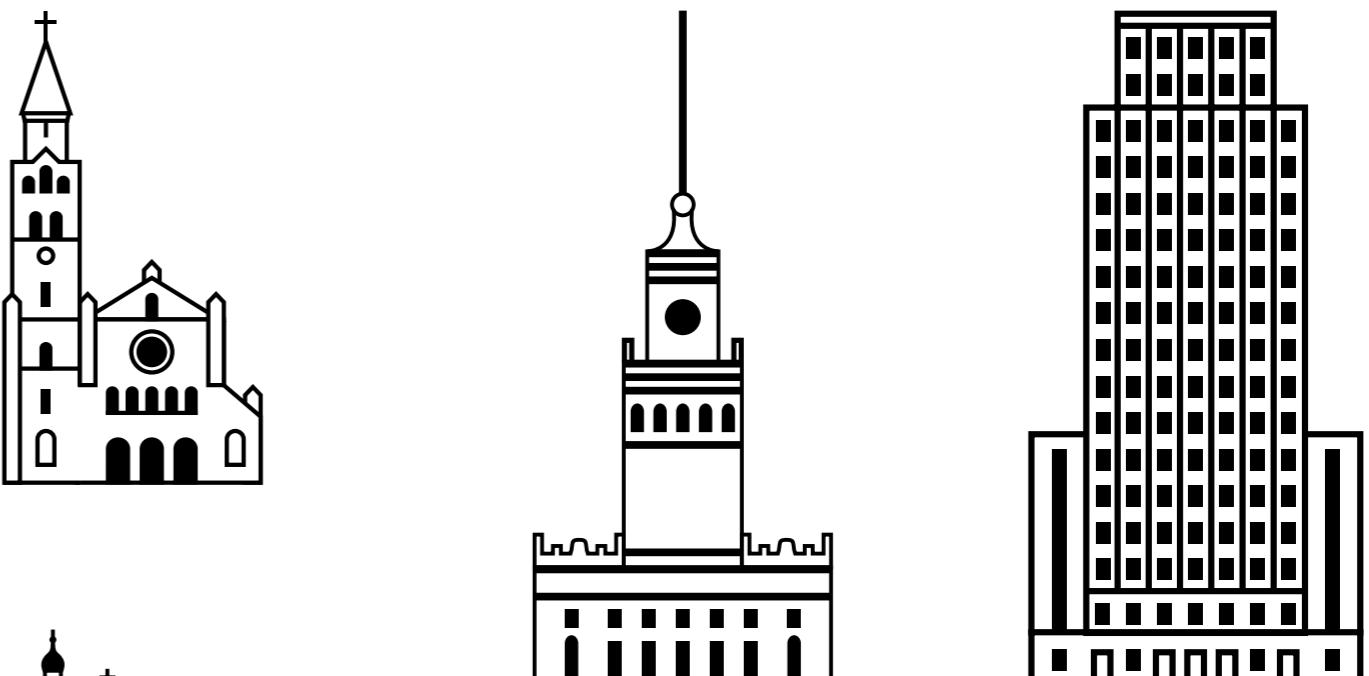
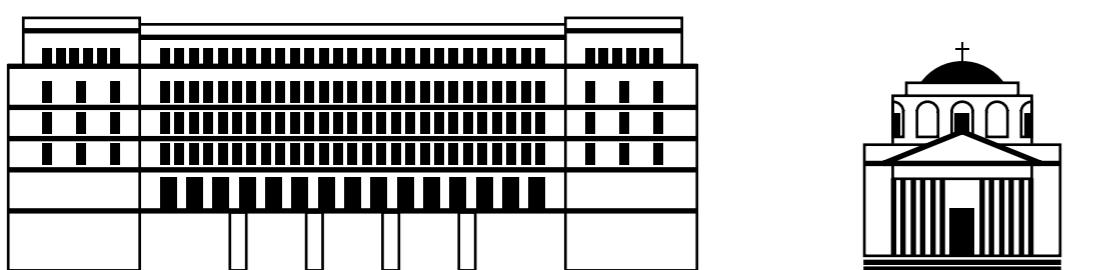
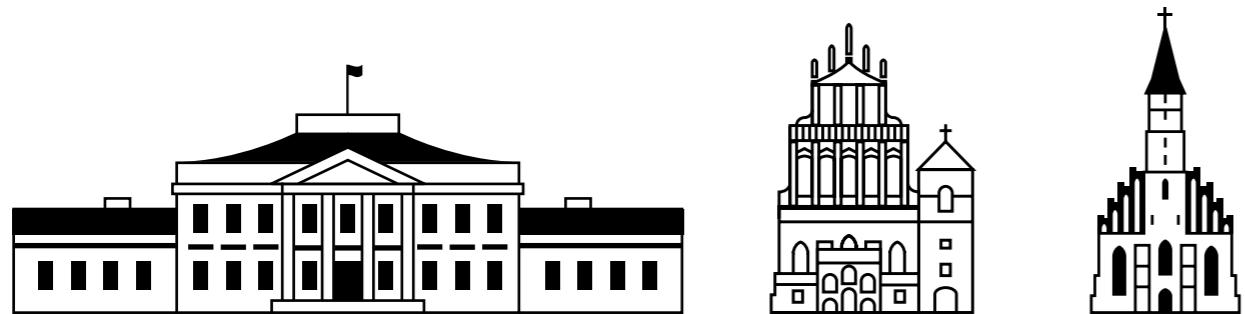
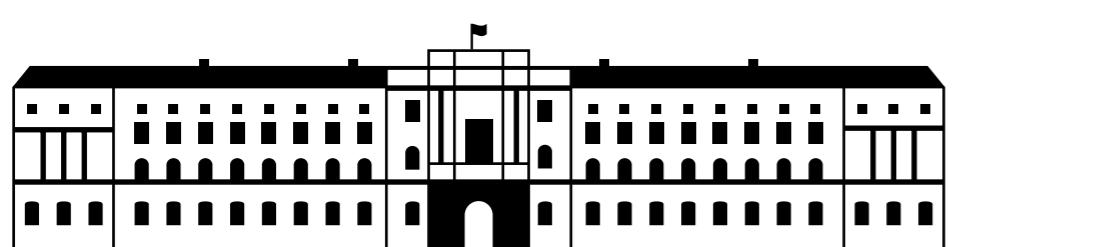
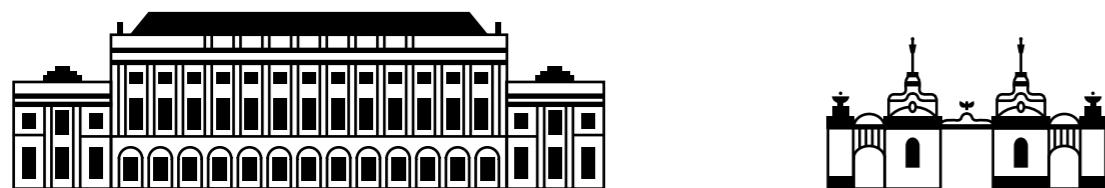
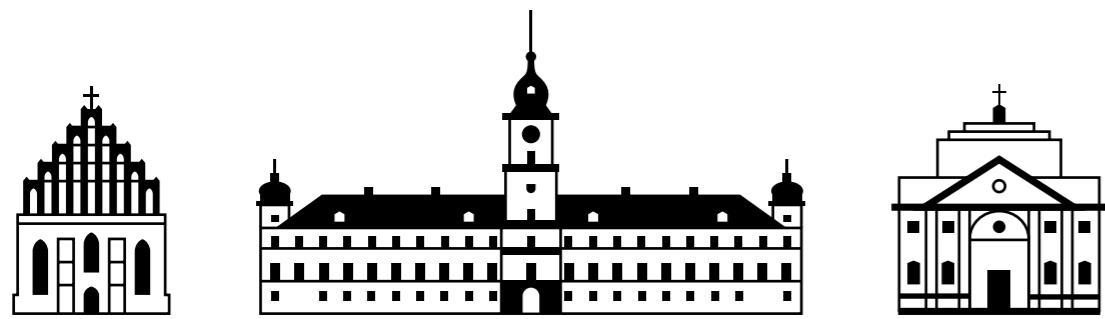


1960



23 %









## Losy miasta

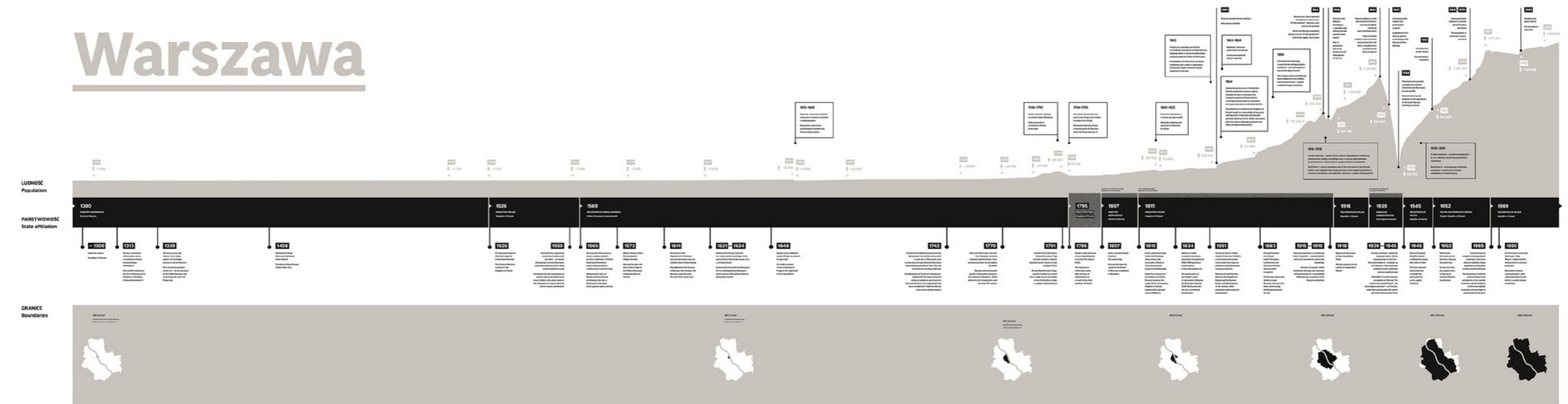
### The Fate of the City

**W przeszłości miasto podlegało Warszawie, jej tradycje i lokalne historie miały znaczenie. W czasie II wojny światowej miasto poniosło ogromne zniszczenia miastowe (ponad 70%) oraz wymiar ludności, a potem odzyskany natomiast którymiś latami. Po II wojnie światowej polityka kultury leżała na bardziej zaznaczonych i rozumiałych pojęciach. Nagłówkiem ukazującym Warszawę dawno rozeszły się mity dramatycznych zatopów, po których straciła się w zmierzchu miasta, który zniknął w ogniu, po którym przekształcały go liny aniołowej sprawującej katastrofę narządu, a także miasto przytulnego i pełnego miłości, a nie zaniedbywającego swego potencjału. Z tego dzisiejszych poczuć, nowego poczucia.**

**I historią oraz znanymi prawnymi i społecznymi, jakimś, na przykład katastrofie, Warszawa konkretnie skojarza się z pojedynką i ujemnym okresem historii Polski i kultury, którego celem była ziemia polska.**

**Pierwsze budynki i obiekty Warszawy, tradycje i budynki, których historia przed i po II wojnie światowej przeszły przez najgorszy określony czas w historii Warszawy. Po II wojnie światowej miasto poniosło ogromne straty, a po odbudowie i zrekonstrukcji nowoczesne instytucje i organizacje zmieniły wygląd miasta, jego styl i jego rola w kraju. W związku z tym, aby odróżnić stare miasto, jego architekturę i historię od nowego miasta, które pojawiło się po II wojnie światowej, miasto dzieli się na Stare Miasto i Nowe Miasto.**

# Warszawa



## Pierwsze razy

### Warszawa 'First times'

Jak Warszawa należała do swojego czasu?

Wyszły pierwsze miejskie instytucje i infrastruktura? Kiedy zostały utworzone i nowe budynki? Kiedy po raz pierwszy z wychowania kultury i sztuki zaczęły posiadać bardziej głęboki charakter? Pezzo?

How did Warsaw become a modern city?

When did the municipal institutions and infrastructure come into being? When did the first schools, libraries, museums, and other cultural and educational institutions appear? What were the first signs of modernization in the arts?

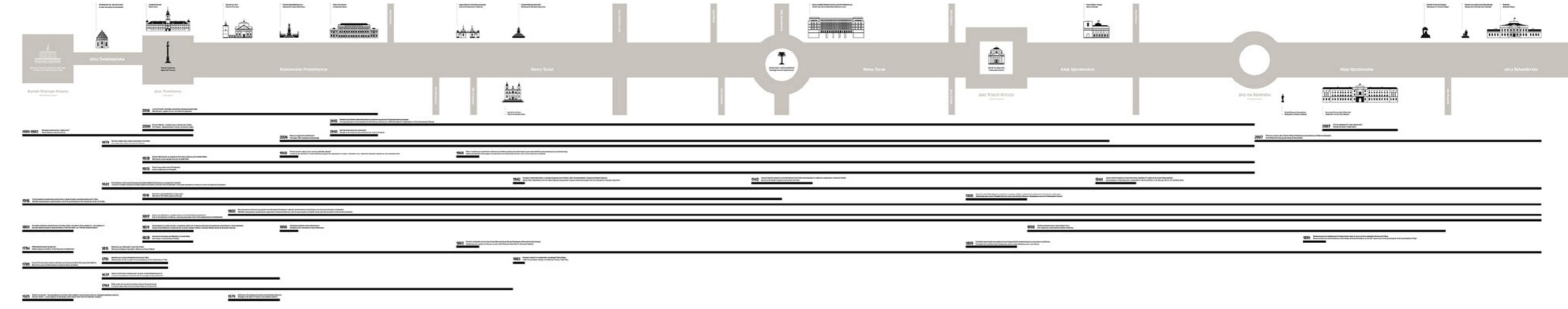


## Scena życia publicznego stolicy

### The Political Arena

Kto był na korytarzu Zamku Królewskiego?

Na którym placu stały kamienice? Jakie budynki zabytkowe były położone w centrum Warszawy?

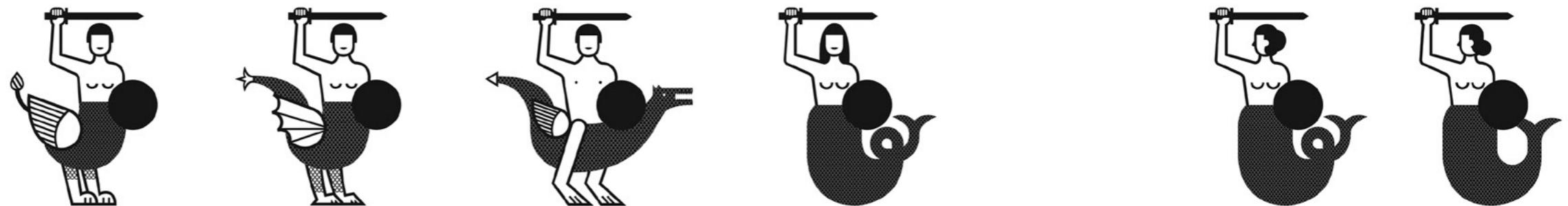


# Symbol Warszawy

## The Symbol of Warsaw

Od początku dziejów miasta Syrena była jego symbolem. Postać łacząca cechy ludzkie i zwierzęce przez lata ewoluowała, lecz nigdy nie porzuciła tarczy i miecza, symbolu obronności Warszawy. Co najmniej od połowy XV wieku Syrena widniała na pieczęciach wóla, burmistrza i rady miejskiej czy sądu miejskiego. W XIX wieku, gdy miasto utraciło samorządowość pod zaborem rosyjskim, na dokumentach władz miejskich syrena została zastąpiona dwugłowym orłem z godła Cesarstwa Rosyjskiego. Motyw był jednak nadal wykorzystywany w dekoracjach budynków i przedmiotów codziennego użytku oraz w symbolice lokalnych instytucji. Syrena powróciła jako symbol miasta dopiero w czasie I wojny światowej, gdy okupacyjne władze niemieckie przerwaliły radę miejską. Tuż przed wybuchem II wojny światowej ustalono obowiązujący wzór syreny i przyjęto używanie do dziś oficjalne barwy miasta. Syrena jest nadal symbolem stolicy i instytucji miejskich, w tym Muzeum Warszawy.

The Mermaid has stood as a symbol of the city since the beginnings of its history. The figure, combining human and animal traits, evolved over time yet never lost its shield and sword, symbols of Warsaw's defensive capacity. At least since the early 15<sup>th</sup> century, the Mermaid appeared on the seals of the vogt, the mayor, the municipal council and court of justice. In the 19<sup>th</sup> century, when the city lost its self-governance under Russian rule, the Mermaid on the documents of Warsaw authorities was replaced with a double-headed eagle from Russian imperial coat of arms. Yet the Mermaid motif continued to be used in the decoration of buildings and everyday objects and in the emblems of local institutions. It returned as an official symbol of the city during World War I, when the German occupation authorities restored the municipal council. On the eve of World War II, the image of the Mermaid was standardised and the official city colours, which remain in use to this day, were adopted. The Mermaid is still a symbol of the capital and its municipal institutions, including the Museum of Warsaw.

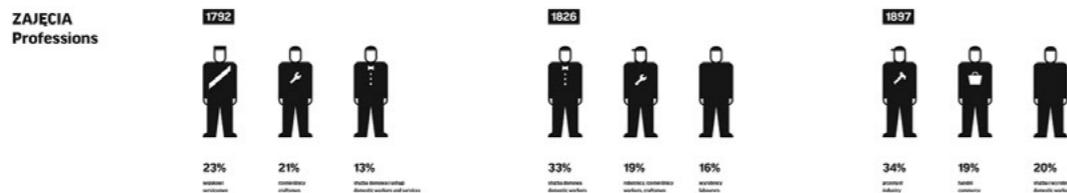


## Mieszkanki i mieszkańców miasta

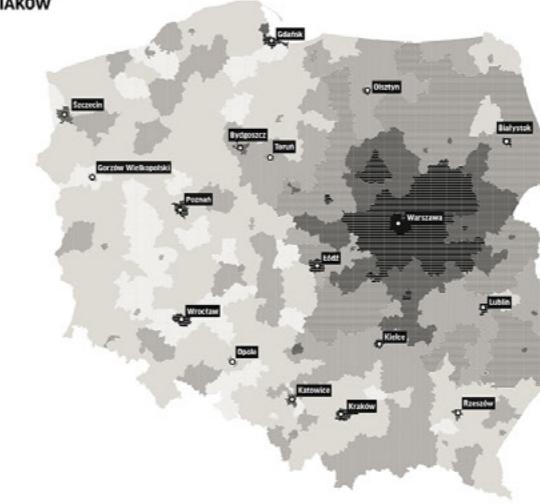
### The Inhabitants of the City

Struktura zawodowa i wyznaniowa ludności Warszawy odzwierciedlała jej sytuację polityczną i gospodarczą. W dawnych statystykach religię utajano z prudzością. Deklarujących wyznanie rzymskokatolickie uznawano za Polaków, protestantyzm za Niemców, prawosławie za Rosjan, a judaizm – za Żydów. W drugiej połowie XIX wieku Warszawa osiągnęła status metropoli, przyciągając osiedlających z całego kraju. Liczba jej mieszkańców wzrosła pięciokrotnie, głównie dzięki natywnemu ludności. Blisko połowa zasiedli wówczas stanowiącej ludność urodzoną poza granicami miasta i proporcja ta utrzymuje się do dziś. Od końca XIX wieku wśród ludności czynnej zawodowo dominująca została zatrudnieni w przemyśle. Obecnie to przede wszystkim usługi i handel przyciągają do stolicy ludzi poszukujących pracy i lepszego życia. Wbrew stereotypowi biurokratycznej stolicy, Warszawa nigdy nie była zdomiuванa przez urzędników.

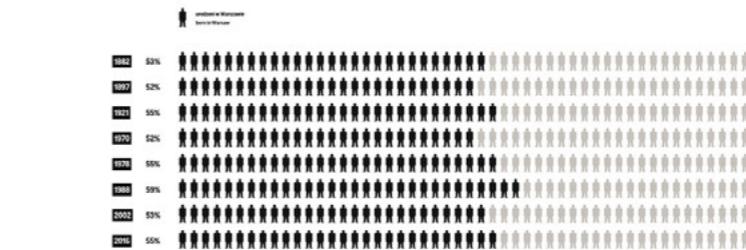
The professional and religious makeup of Warsaw's population reflects the city's political and economic situation. Old statistics identified religion with nationality. Those who declared themselves Roman Catholic were recognized as Polish Protestants – as Germans, Orthodox Christians – as Russians, and followers of Judaism – as Jews. In the second half of the 19<sup>th</sup> century, Warsaw became a metropolis, attracting new inhabitants from all over the country. Its population increased fivefold, mainly owing to migration into the city. At the time, over half of Warsaw's inhabitants were born outside the city, which proportion persists to this day maintained. Since the late 19<sup>th</sup> century, industry workers dominated the Warsaw workforce. Currently, it is mainly the service and commercial sectors that attract people in search of work and a better life to the city. Contrary to its stereotype of a bureaucratic capital, Warsaw was never dominated by civil servants.



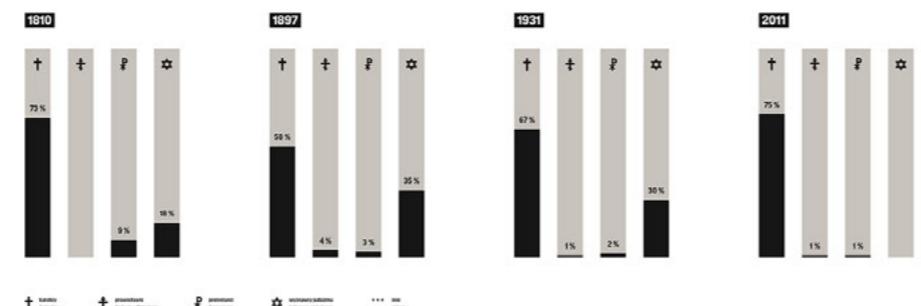
### MIEJSCE URODZENIA WARSZAWIAKÓW Birthplaces of Varsovians



Liczba warszawiaków urodzonych w danej gminie  
Data jednostek w 2010 r.  
Number of Varsovians born in a given municipality  
Data 2010



### WYZNANIA Denominations



# Zmiany przestrzenne

## Spatial changes

MIASTO REZYDENCI MAGNACKICH  
A City of Magnate Residences



W XVI i XVII wieku, po Wschodzie stała się siedziba królewskiego sądu i aresztu, a później siedziba zarządu dziedzictwa i państwa, a po latach zaciętej walki o nie do końca przegranej o niezależność, znaczny wpływ na rozwój Polski odzyskał król Stefan Władysław. Nowa Werszawa (Nowe Miasto i Nowe Miasto z częścią ówczesnej kierunku północnego) pojawiały się kolejno, tworząc zaznaczone na mapie obszary. Wśród tych osad budowano lub rozbudowywano pałace, domy i kaplice, co miało znaczenie dla szlachty i duchowieństwa. Wraz z rozwojem miasta, powstały i rozwijały się nowe osiedla, m.in. wzdłuż rzek. W XVIII wieku zaczęły powstawać osady rolnicze.

MIASTO ERV PRZEMYSŁOWEJ  
The Age of Industry

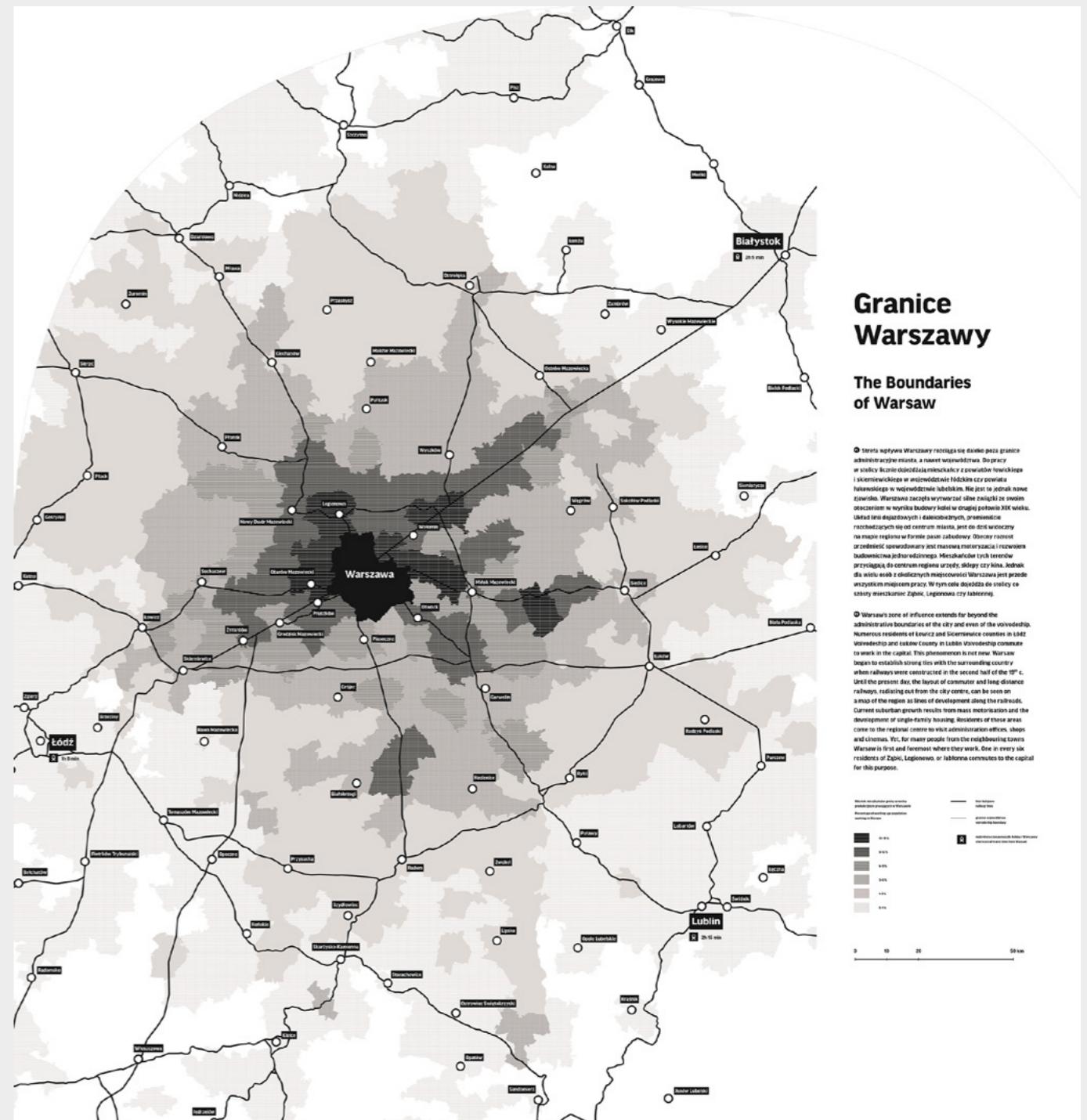


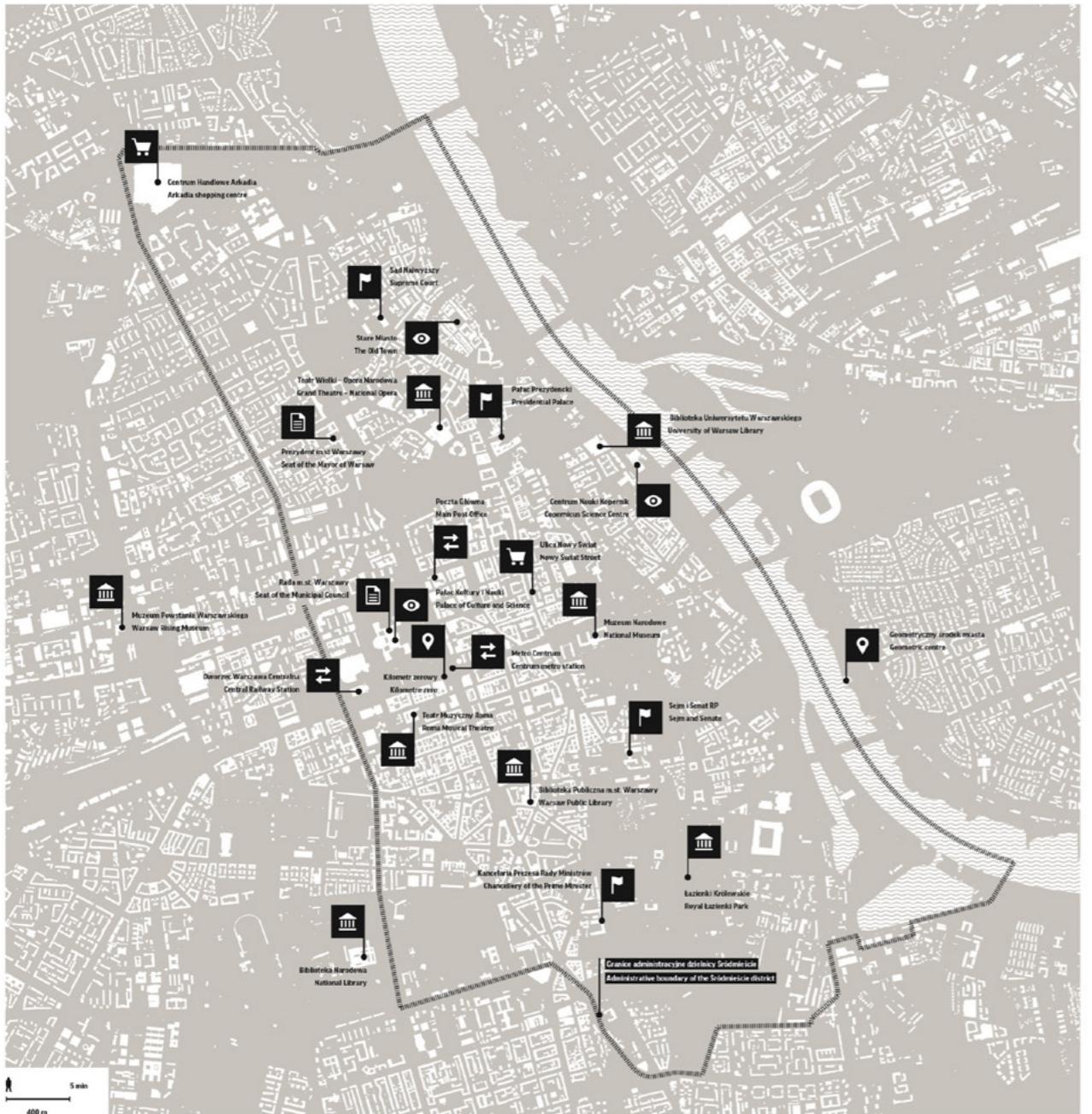
W drugiej połowie XIX wieku Warszawa przeszła przez depresję demograficzną, związanej z niesieciową przemysłową ekspansją miasta i koniunkturą gospodarczą, prowadzącą do spadku liczby ludności. W tym samym czasie, zatrudnienie w przemyśle przekraczało możliwości lokalnego rynku pracy, przy jednoczesnym wzrostem inflacji i spadkiem cen nieruchomości. Powstały przeważnie wiejskie osiedla robotnicze, np. Czerwionka, Łódź i Szczęśliwice, a także osiedla mieszkaniowe, np. Stary Mokotów, zaprojektowane dla robotników i pracowników fabryk i zakładów przemysłowych. Po przejęciu Warszawy przez Rosję w 1905 roku, w związku z rozwojem przemysłu, postępującym od 1906 roku, w mieście pojawiły się nowe osiedla robotnicze, np. Śródmieście Północne i Śródmieście Południowe, a także osiedla mieszkaniowe dla ludzi wyższych stopni społecznych, np. Śródmieście Południowe, nowy Śródmieście i Śródmieście Północne, które odgrywały rolę centrum administracyjnego i handlowego miasta.

MIASTO MODERNISTYCZNE  
The Modernist City



Wprowadzając do kraju systemy planowania przestrzennego, jednym z priorytetów było uzyskanie jak najwięcej wolnego miejsca do zabudowy. To wydawało się doskonałym pomysłem, ale przyniosło wiele problemów. W rezultacie zmniejszyły się tereny przeznaczone na zielenią i parki. Naukowcy opisują to stanu jako "mord na zieleni". W wyniku rozbudowy i eksploracji polonii pod koniec XIX wieku i na początku XX wieku Warszawa zyskała 20 tysięcy hektarów terenów zielonych, a pojemność zabudowywanych terenów skurczyła się o połowę.





## Centrum Warszawy

O Warszawie często mówi się, że „nie ma centrum”. Faktycznie, trudno wskazać zowany teren, na którym położone są najważniejsze dla miasta obiekty i instytucje. W średniowieczu życie miejskie skupiało się wokół Rynku dzisiejszego Starego Miasta. W kolejnych wiekach centrum Warszawy przesuwało się w miejsce obecnego placu Teatralnego, a następnie skrzyżowania Alej Jerozolimskich i Marszałkowskiej, gdzie działa Dworzec Kolei Warszawsko-Wiedeńskiej. Po II wojnie światowej centralną przestrzeń miasta wyznaczono w otoczeniu ukończonym w 1955 roku Pałacu Kultury i Nauki. Zaprojektowano tam między innymi Dom Towarowe Centrum oraz Dworzec Centralny. Dzisiaj w różnorodnym, niemal dwumilionowym mieście, drogi wszystkich mieszkańców i gości nigdy nie przetną się w jednym miejscu. Dlatego Warszawa nie ma jednego, a wiele centrów oraz centra lokalne, służące mieszkańcom jednej dzielnicy czy osiedla.

## The centre of Warsaw

Warsaw is often said to "have no centre". Indeed, it is difficult to indicate any single area containing all of the city's most important buildings and institutions. In the Middle Ages, urban life revolved around the Market Square of today's Old Town. During the following centuries the centre of Warsaw shifted to the site of today's Teatralny Square, and later to the intersection of Aleje Jerozolimskie and Marszałkowska Street, where the Warsaw-Vienna Railway Station was located. After World War II, the area around the Palace of Culture and Science, completed in 1955, was designated as the new city centre. The buildings erected nearby included the Centrum Department Stores and the Central Railway Station. Today, in a diverse city of nearly two million people, there is no one place where the paths of all the inhabitants and visitors inevitably cross. Thus, Warsaw does not have one but many centres as well as local hubs serving residents of different districts and neighbourhoods.

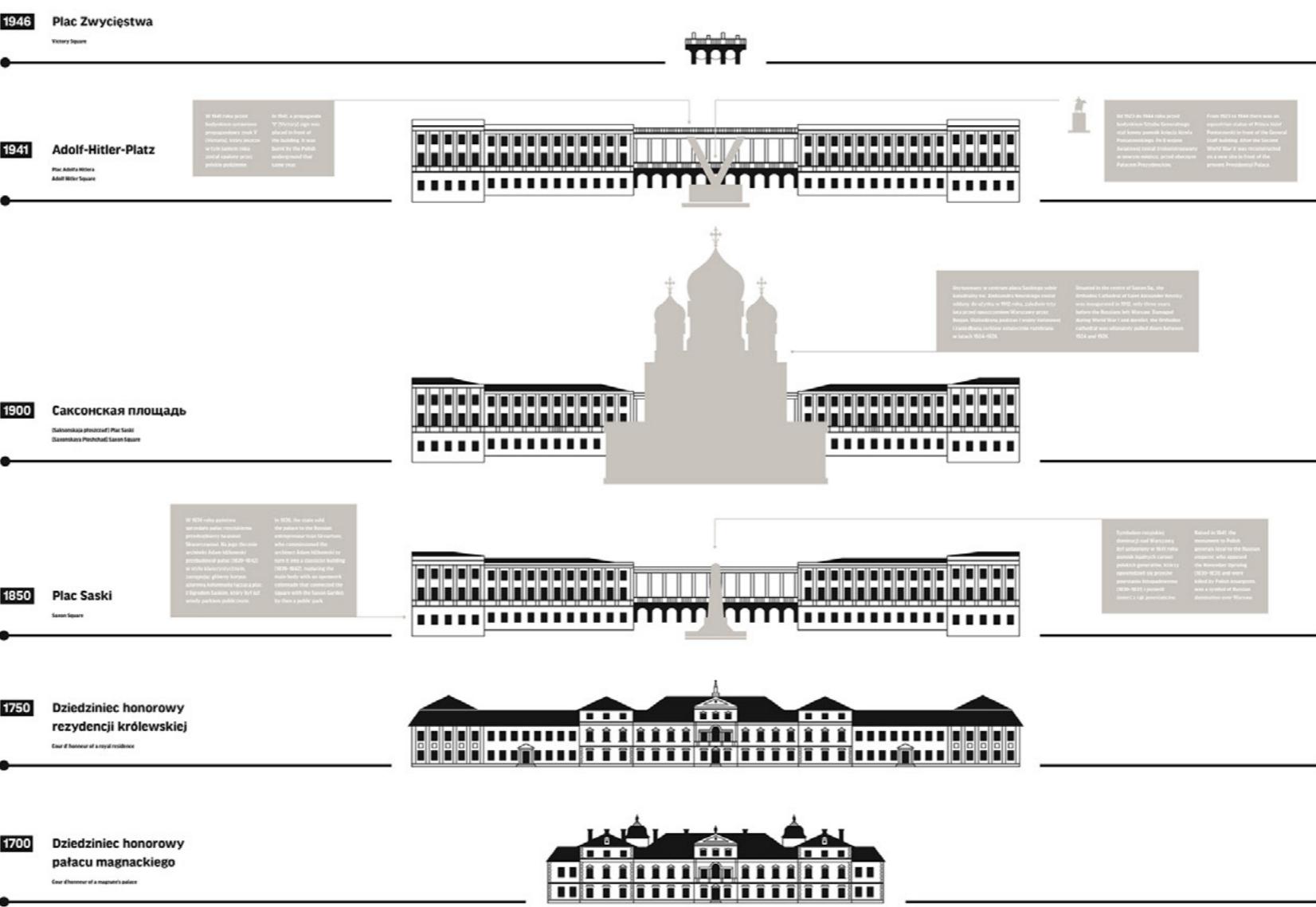
	<b>Centrum geograficzne</b>	<b>Geographic centre</b>
• środek geometryczny miasta • kilometr zerowy	• geometric centre • kilometre zero	
	<b>Centrum administracyjne</b>	<b>Administrative centre</b>
• siedziba prezydenta m.st. Warszawy • siedziba Rady m.st. Warszawy	• seat of the Mayor of Warsaw • seat of the Municipal Council	
	<b>Centrum komunikacyjne</b>	<b>Transport centre</b>
• najruchliwszy punkt przesiadkowy – metro Centrum • dworzec kolejowy Warszawa Centralna • Poczta Główna	• busiest transit interchange – Centrum metro station • Warsaw Central Railway Station • Main Post Office	
	<b>Centrum zakupowe</b>	<b>Commercial centre</b>
• ulica handlowa o najwyższych czynszach – Nowy Świat • najczęściej odwiedzane centrum handlowe – Arkadia	• commercial street with highest rents – Nowy Świat • most visited shopping centre – Arkadia	
	<b>Centrum kulturalne</b>	<b>Cultural centre</b>
• najpopularniejsze muzea – Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Narodowe, Łazienki Królewskie • najpopularniejsze teatry – Teatr Muzyczny Roma, Tatar Narodowy • najczęściej odwiedzane biblioteki – Biblioteka Narodowa, Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy, Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	• most popular museums – Warsaw Rising Museum, National Museum, Royal Lazienki Museum • most popular theatres – Roma Musical Theatre, National Theatre • most popular libraries – National Library, Warsaw Public Library, University of Warsaw Library	
	<b>Centrum turystyczne</b>	<b>Tourist centre</b>
• najczęściej odwiedzane tereny – Stare Miasto • najczęściej odwiedzana atrakcja turystyczna – Centrum Nauki Kopernik • najczęściej fotografowany budynek – Pałac Kultury i Nauki	• most visited area – the Old Town • most visited tourist attraction – Copernicus Science Centre • most photographed landmark – Palace of Culture and Science	
	<b>Centrum polityczne</b>	<b>Political centre</b>
• Sąd Najwyższy • Sejm i Senat • Kancelaria Premiera • Pałac Prezydencki • Trybunał Konstytucyjny	• Supreme Court • Sejm and Senate • Chancellery of the Prime Minister • Presidential Palace • Constitutional Tribunal	

# Plac Piłsudskiego – architektura i władza

## Piłsudskiego Square – Architecture and Power

**● Zachodnią stronę placu Piłsudskiego (noszącego tą nazwę w latach 1926–1940 i na powrót od roku 1990) wybraliśmy jako przykład miejsca, którego dzieje odzwierciedlają losy miasta, jego rozwój urbanistyczny, zmiany stylów architektonicznych i historię polityczną. Ta ostatnia znajduje też odbicie w nazwie placu, która, ze względu na jego centralne położenie i reprezentacyjną rolę, kilkakrotnie zmieniano według politycznego klucza.**

**● The western side of Piłsudskiego Sq. (named thus from 1926 to 1940 and again after 1990) has been chosen as an example of a place whose history reflects the history of the city, its urban development, changing architectural styles and political history. Political developments are also reflected in the name of the square which, given its central location and prestigious role, was renamed several times for political reasons.**



**W 1945 roku wyzwolone ze wschodnich Niemiec wysiadły ze pociągiem strelci Sztabu Generalnego, po którym jednym z pierwszych aktów zbrojnego Zjednoczenia było udejmowanie jedynego jeszcze wtedy w Polsce pomnika generała Józefa Piłsudskiego. W 1945 roku przed budynkiem Teatru Wielkiego w Warszawie, w którym obchody rocznicy zakończenia II wojny światowej przyciągały gromadę Sztabu Generalnego.**

**In 1945, the withdrawing Germans left the General Staff Headquarters, leaving only three arcaded bays with the Fund of the Unknown Soldier. After the war, it was decided not to rebuild the building, so the Teatr Wielki became the main theater of the Zjednoczenia. In its time, the Teatr Wielki became one of Warsaw's most officially unlisted as a monument on 5 May 1946 during the celebrations of the first anniversary of the end of the war.**

**W 1945 roku wyzwolone ze wschodnich Niemiec wysiadły ze pociągiem strelci Sztabu Generalnego, po którym jednym z pierwszych aktów zbrojnego Zjednoczenia było udejmowanie jedynego jeszcze wtedy w Polsce pomnika generała Józefa Piłsudskiego. W 1945 roku przed budynkiem Teatru Wielkiego w Warszawie, w którym obchody rocznicy zakończenia II wojny światowej przyciągały gromadę Sztabu Generalnego.**

**In 1945, the withdrawing Germans left the General Staff Headquarters, leaving only three arcaded bays with the Fund of the Unknown Soldier. After the war, it was decided not to rebuild the building, so the Teatr Wielki became the main theater of the Zjednoczenia. In its time, the Teatr Wielki became one of Warsaw's most officially unlisted as a monument on 5 May 1946 during the celebrations of the first anniversary of the end of the war.**

# Mieszkanie w Warszawie

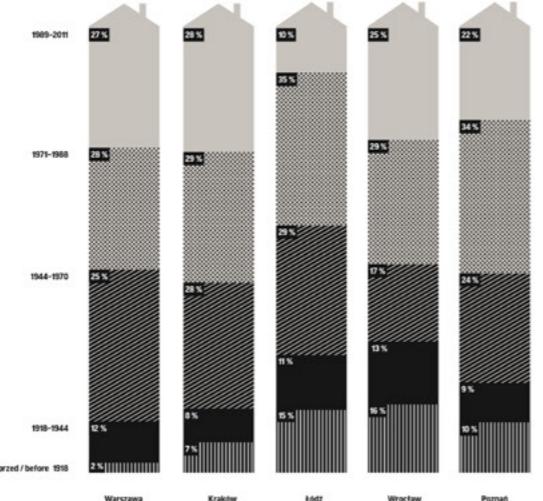
## Living in Warsaw

Warszawa jest miastem młodych budynków. Odbudowa i rozbudowa stolicy zniszczonej w trakcie II wojny światowej pozwoliły na poprawę warunków mieszkaniowych. Obecnie trudno sobie wyobrazić, że przed wojną gęstość zaludnienia na obszarach dzisiejszej Woli i Śródmieścia była dziesięciokrotnie wyższa niż teraz. Tak zwany Dekret Bieruta z 1945 roku o komunalizacji gruntów pozwolił przez prywatne nieruchomości i zrealizować dziedzice takie jak Marszałkowska Dzielnica Mieszkaniowa (MDM) czy Muranów. Domy wzrosły według nowych zasad urbanistycznych mamy zapewnić mieszkańców dostęp do zieleni, powietrza i stołu nawet w ścisłym centrum. Najwięcej mieszkań oddano do użytku w latach siedemdziesiątych XX wieku. Miasto rozrosło się o wiele osiedla spółdzielczych bloków z prefabrykato. Obecnie decydujący wpływ na kształt zabudowy ma wartość nieruchomości. Wysokie ceny powodują odpływ mieszkańców do deweloperskich inwestycji na obrzeżach miasta.

Warszawa jest miastem młodych budynków. Odbudowa i rozbudowa stolicy zniszczonej w trakcie II wojny światowej pozwoliły na poprawę warunków mieszkaniowych. Obecnie trudno sobie wyobrazić, że przed wojną gęstość zaludnienia na obszarach dzisiejszej Woli i Śródmieścia była dziesięciokrotnie wyższa niż teraz. Tak zwany Dekret Bieruta z 1945 roku o komunalizacji gruntów pozwolił przez prywatne nieruchomości i zrealizować dziedzice takie jak Marszałkowska Dzielnica Mieszkaniowa (MDM) czy Muranów. Domy wzrosły według nowych zasad urbanistycznych mamy zapewnić mieszkańcom dostęp do zieleni, powietrza i stołu nawet w ścisłym centrum. Najwięcej mieszkań oddano do użytku w latach siedemdziesiątych XX wieku. Miasto rozrosło się o wiele osiedla spółdzielczych bloków z prefabrykato. Obecnie decydujący wpływ na kształt zabudowy ma wartość nieruchomości. Wysokie ceny powodują odpływ mieszkańców do deweloperskich inwestycji na obrzeżach miasta.

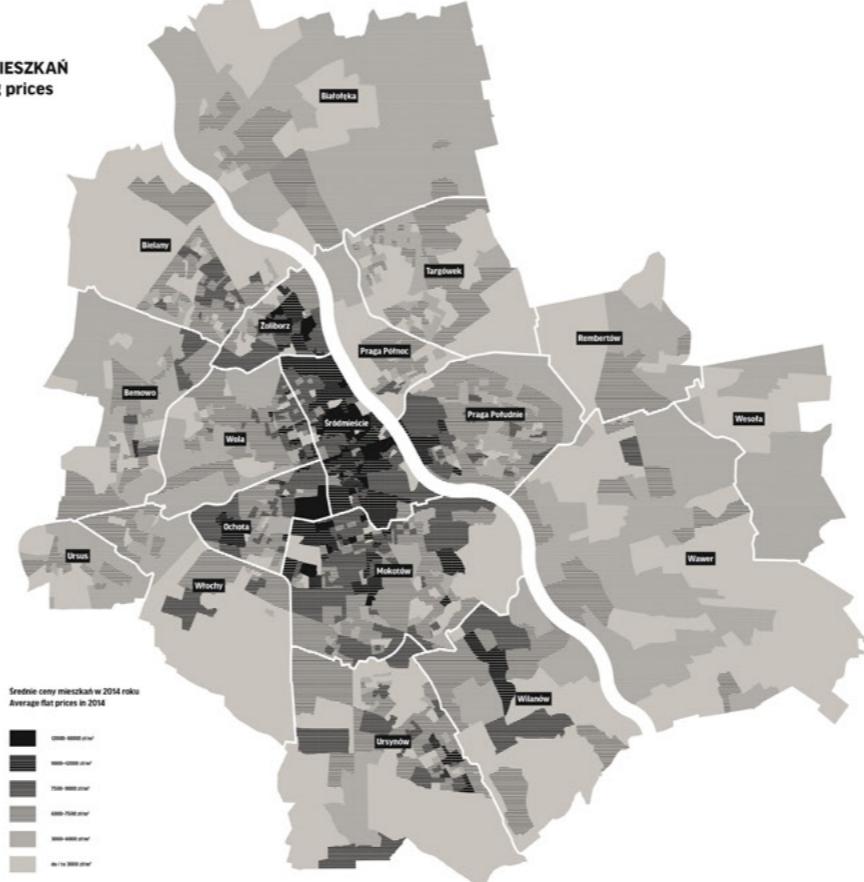
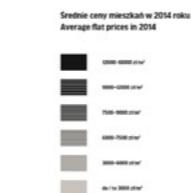
### LATA BUDOWY MIESZKAŃ Housing by year of construction

Poniższe dane dotyczą największych miast w Polsce  
Comparison of data for the largest cities in Poland



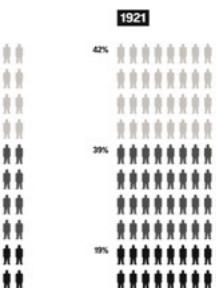
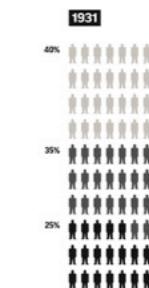
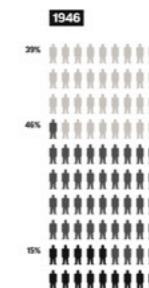
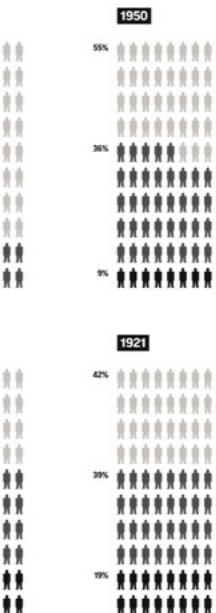
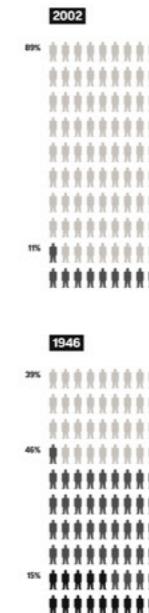
### CENY MIESZKAŃ Housing prices

Average flat prices in 2014  
Srednie ceny mieszkań w 2014 roku



### ZALUDNIENIE MIESZKAŃ Habitation density

Odsetek osób zamieszkiwających lokale  
Percentage of people living in flats



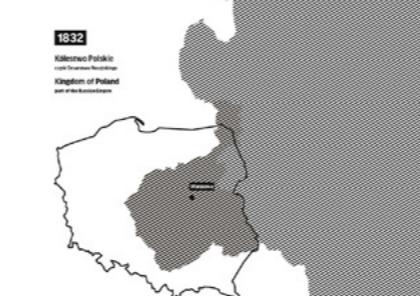
Osoba zamieszczająca lokale  
Person occupying flats

osoba niezajmująca lokalu  
Person not occupying flats

osoba zamieszczająca lokale z jednym psem na lokalu  
Person occupying flats with one dog per flat

osoba zamieszczająca lokale z dwiema psami na lokalu  
Person occupying flats with two dogs per flat

osoba zamieszczająca lokale z trzema psami na lokalu  
Person occupying flats with three dogs per flat

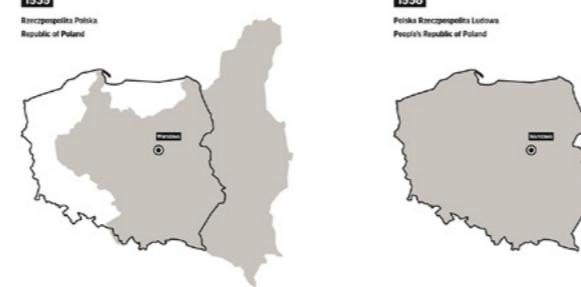


## Warszawa w granicach państwa

### Warsaw within State Borders

Stolica Polski jest położona około 110 kilometrów na wschód od geometrycznego środka kraju. U początku południowych dziedzin Warszawa nie leżała jednak swych polskiego, lecz na terenie Litwy z nim związanego Księstwa Mazowieckiego. Po wcieleniu Mazowsza do Królestwa Polskiego miasto znalazło się na północno-wschodnich periferiach kraju. Sytuację zmieniło powiększenie dynastycznychwiązań Polski z Wielkim Księstwem Litewskim, unią realną obu państw w 1569 roku. Granica między nimi przebiegała niedaleko Warszawy, co uczyño z niej napierw dopodobnie miejsca dla sejmów szlachty obu państw, a potem dla dworu królewskiego. W XIX wieku dla rozwoju Warszawy ważna była jej pozycja na styku imperium rosyjskiego z zijkami europejskimi. Warto jednak pamiętać, że w latach 1795-1918, gdy nie istniało niepodległe państwo polskie, przypisano władzę Warszawy również Prusy, napoleońska Francja i Niemcy. Odcięto to pieńno na architekturze miasta, jego ustroju, składzie narodowościowym, a nawet tradycjach kulinarnych.

The Polish capital is located about 110 kilometers east of the geometric center of Poland. Yet, in the early days of its history, Warsaw did not lie within the borders of the Polish state but in the Duchy of Mazovia, loosely affiliated with Poland. After the incorporation of Mazovia into the Kingdom of Poland, the city was situated on the northeastern peripheries of the country. This changed when the dynastic ties between Poland and Grand Duchy of Lithuania were confirmed by a real union in 1569. The frontier ran near Warsaw, which firstly made the city a convenient location for sejm (assembly of gentry from both countries) and later also for the royal court. Crucial for Warsaw's development in the 19th century was its location at the juncture of the Russian Empire and European markets. It is noteworthy that between 1795 and 1918, when an independent Polish state did not exist, the city was also temporarily governed by Prussia, Napoleonic France, and Germany. This left an imprint on its architecture, political regime, population makeup, and even culinary traditions.



## 4. Publication accompanying the exhibition *Warsaw Data*

The publication accompanying the *Warsaw Data* exhibition contains folded cards. It presents 12 infographics – 11 shown at the exhibition and additionally the *City of Skyscrapers* section exposed in the form of spatial models, here it has been included in the form of another infographic. The publication, like the exhibition, is bilingual – Polish-English.<sup>22</sup>

### THE FOLDER

The folder was designed for the publication and made by hand in an edition of 850 pieces. Its dimensions are 230 × 370 mm. Closed with a red ribbon, inside it has a convenient pocket for cards. The outside is laminated with Munken Lynx paper, which was also used to print the cards, thanks to which the shade of white of the folder and cards remains the same. Impregnation with matt foil increased the resistance of the briefcase to moisture and dirt. On the front, an ennoblement in the form of black, glossy hot stamping has been applied. The inner endpaper of the folder has been printed with a marble pattern taken from marbled papers hand-made in the Museum of Printing, a branch of the Museum of Warsaw. It is a reference to the decorative covers of old notebooks, folders and museum binders, and the colour scheme resembles a map.

### THE CARDS

The cards were offset printed in two colours (black and beige from the Pantone pattern book) on uncoated Munken Lynx paper characterized by high smoothness and a natural shade of white. All cards are folded to the 220 × 330 mm or 196 × 330 mm format, however, due to the volume and form of the presented data, some cards differ in overall dimensions:

- *The Fate of the City* – 2 cards, each in the format of 660 × 330 mm,
- *Warsaw 'First Times'* – format 980 × 330 mm,
- *The Symbol of Warsaw* – format 980 × 330 mm,
- *Warsaw within the State Borders* – format 660 × 330 mm,
- *Spatial changes* – format 660 × 330 mm,
- *The Centre of Warsaw* – format 660 × 660 mm,
- *The City of Skyscrapers* – 980 × 330 mm,
- *The Boundaries of Warsaw* – format 660 × 660 mm,
- *The Inhabitants of the City* – format 660 × 330 mm,
- *Living in Warsaw* – format 660 × 660 mm,
- *Piłsudskiego Square – Architecture and Power* – format 660 × 330 mm,
- *The Political Arena* – 2 cards, each in the format of 980 × 330 mm.

*The Fate of the City* and *The Political Arena* cards are shown on two cards due to their elongated format, which gives a total of 14 cards. The infographic of the centre of Warsaw containing a square map of the city is presented on a card in a square format, consisting of 6 modules and folded to the format of the other cards.

All infographics have been redesigned for publication. Both the size of texts and the thickness of lines in symbols required modifications. Some proportions have changed, which forced the correction of the composition, so as to maintain both compliance with the original infographic at the exhibition and legibility in a smaller format, on paper. The content remained unchanged.

### AWARDS

- 2019 – a distinction in the 59th Contest of the Polish Society of Book Publishers: The Most Beautiful Books of the Year,
- 2019 – 2nd prize in European Design Awards contest, in the Printed Infographics category,
- 2018 – 1st prize in the Polish Graphic Design Awards contest, in the Infographics category.



Publication accompanying the exhibition *Warsaw Data*



<sup>22</sup> Publication edited by Dr Ewa Klekot, translated by Łukasz Mojsak.





## Summary

The projects described above are an important stage of work on building the brand of the Museum of Warsaw and on organizing, systematizing and improving its visual communication. However, it has not been completed yet, as it is the process that requires further steps and modifications of existing elements in response to the changing conditions and needs of the institution.

*The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw* is systematically expanded with new guidelines and cleared of those that turned out to be useless or outdated. Similarly, the typographic system of the exhibitions is subject to constant verification in terms of the accuracy of the introduced solutions. The *Warsaw Data* exhibition and the accompanying publication may be expanded in the future to include additional topics or new, updated data that will need to be included in existing infographics.

The next step in this process is going to be creating a system of templates that respond to various communication needs – from large-format posters to small digital forms. The main goal of this solution is to make visual communication more consistent and to streamline ongoing design work, which, due to the multitude of branches and activities of this institution, is usually very large. Improving graphic work seems to be one of the priority issues, not only due to the requirements of the museum's tight schedule, but also to optimize time and labour costs.

Designing and implementing a template system will be a large project that must be preceded by a thorough preparatory phase, with several key points. Firstly, the large number and variety of projects implemented by the museum requires selection and ordering at the program level – without this, the template system has no chance of working as expected. Secondly, it is necessary to systematize promotional and communication activities and standardize basic graphic formats. Thirdly, a survey should be conducted, and then, the conclusions about the preferences and needs of the recipients and the communication difficulties that the system will have to face could be drawn. At the design stage, it is really challenging to find a systemic graphic solution that would allow for consistency and some automation of the visual language without falling into repetition and uniformity, which would hinder the effective communication of individual projects. After the implementation of the complete system, it will be necessary to monitor its operation constantly, its reception and effects, as well as diligent analysis of the collected data should be carried out, which will allow for the introduction of beneficial modifications. Ultimately, the template system will be included in the *The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw*.

The evaluation of the visual identity system in terms of branch markings is an important task in the process of further building the image of the Museum of Warsaw. Currently, in accordance with the adopted strategy of not using separate versions of the logo for the branches during at least the first 5 years of the new identification, all branches use the same graphic symbol with the name of the Museum of Warsaw. Due to the possibility of changing this decision, the logo has been designed in such a way that it is possible to create versions of the sign for branches without any obstacles (depending on the adopted model – by changing the record of the Museum of Warsaw to the name of the branch or adding an appropriate note). As part of the evaluation, a series of workshops, consultations and research is planned, which will allow to obtain reliable information, assess the situation and draw conclusions along with recommendations for implementation. Any modifications will be included in the *The Manual of the Visual Identity of the Museum of Warsaw*.

The background of the image is a solid dark blue color. Overlaid on it are several large, semi-transparent white shapes. These shapes include a large triangle pointing upwards from the bottom left, a trapezoid pointing downwards from the top center, and a smaller triangle pointing upwards from the bottom right. There are also some smaller, irregular white shapes scattered across the surface.

© Anna Światłowska