

Premiera okładki i layoutu

W piątek 26 kwietnia w Centrum Nauki i Sztuki Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi odbyła się prezentacja majowej okładki pisma kulturalnego „Kalejdoskop” połączona z briefingiem dla mediów i premierą nowego layoutu pisma. Otworzyliśmy też, w asyście rektor ASP prof. Jolanty Rudzkiej-Haibsiak, wystawę "Kalejdoskop. 45 lat grafiki użytkowej"

Projekt nowej szaty graficznej pisma, którym posługiwać będziemy się od numeru majowego, przygotował Jakub „Hakobo” Stępień, jeden z bardziej wziętych twórców łączących grafikę użytkową, dizajn i sztukę. Stało się to możliwe dzięki partnerstwu publiczno-prywatnemu „Kalejdoskopu” i naszego wydawcy, Łódzkiego Domu Kultury, z Monopolis, centrum biurowo-kulturalnym powstającym w dawnych zakładach Monopolu Wódczanego dzięki rewitalizacji prowadzonej przez firmę Virako. W czasie zbiegły się więc trzy duże prace budowlane: Monopolis powstaje na bazie tkanki architektonicznej zabytkowej fabryki, Łódzki Dom Kultury finalizuje modernizację i realizację Pasażu Kultury, a my – jako pismo – dostaliśmy szansę „przebudowania” strony wizualnej pisma, dogonienia pod tym kątem czołowych pism kulturalnych, ale także: przemyślenia na nowo nas samych, tego jakim pismem chcemy być, jakimi formami się posługiwać, o czym pisać, do kogo adresować pismo, jak angażować nowe środowiska, nowych autorów. Zmiana wizualna nie odbywa się dla samej zmiany, ale wynika z pewnej głębszej refleksji nad naszą obecnością na tzw. rynku, dla czytelników i środowiska kulturalnego. To myślenie, które towarzyszyło powstawaniu kolejnych numerów pisma, mogliśmy doprowadzić do końca właśnie dzięki współpracy z Monopolis i „Hakobo”, który znał nasz oczekiwania, nasze cele, ale miał też pozostawione szerokie pole, by również jego ambicje mogły zostać spełnione.

Co nowego

Jedną z nowości na łamach będzie powołanie instytucji kuratora stałej, comiesięcznej galerii, którym będzie ważna postać środowiska artystycznego – i to kurator, jak w rzeczywistych galeriach, zdecyduje o tym, czyje prace (jakich artystów lub artysty, jakiego środowiska) chce pokazać na łamach. Jednym z działań związanych z nowym myśleniem o roli i charakterze „Kalejdoskopu” był konkurs „uwalniający” okładkę, adresowany zarówno do twórców profesjonalnych, jak i amatorów. Konkurs nabrał charakteru ogólnopolskiego, informowały o nich m.in. akademie sztuk pięknych w największych miastach, i napłynęło na niego blisko 40 prac. Polegał on na odejściu od dotychczasowego formatu okładek – fotograficznych portretów ważnych postaci ze środowiska artystycznego. Redakcja nie rezygnuje z tej formy, ale od teraz mogą to być portrety powstające w innych technikach i przy użyciu innych narzędzi, ale również prace artystyczne. Tak jak – wybrana w konkursie, którego jury przewodniczył Jakub „Hakobo” Stępień – grafika Ewy Swebockiej, artystki z Torunia. Uczestniczyła ona w prezentacji okładki i opowiedziała o samej pracy. Premiera nowego layoutu odbyła się dzięki gościnności Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi i jego rektor prof. Jolanty Rudzkiej-Haibsiak, która nie szczędziła ciepłych słów pod adresem pisma, wspominając, że również jej praca znalazła się kiedyś na okładce pisma.

Wystawa z "filozofią"

Pani rektor towarzyszyła również wernisażowy wystawy "Kalejdoskop. 45 lat grafiki użytkowej". Ekspozycja przygotowana przez redakcję pisma ma obrazować, jak stosowane w kolejnych latach layouty – wraz ze zmianami redakcji, którą tworzyły barwne i ważne postaci łódzkiej kultury – obrazują nie tylko ewoluującą filozofię redagowania periodyku. Są też mimowolnie zapisem zmian w rynku wydawniczym i typograficznym, w tym ograniczeń, jakie nakładała ówczesna technologia, ale

także tego, co dzięki nieskrępowanej kreacji udało się z niej „wycisnąć” profesjonalistom: typografom, grafikom, także twórcom logotypów i reklam. Poświadczają też momenty kryzysowe, gdy taniejące oprogramowanie pociągało „taniość” rozwiązań; z czasem – ponownie rosnący szacunek dla typografii.

Oprócz kilkudziesięciu wybranych rozkładówek, pojedynczych stron, okładek i przykładów ówczesnych plakatów i reklam, na ekspozycji znalazł się unikat, Dzięki uprzejmości Zbigniewa Koszałkowskiego, wybitnego artysty i projektanta, w latach 80. i 90. sprawującego opiekę graficzną nad „Kalejdoskopem”, oglądać możemy autentyczne makiety – projekty stron, z rozplanowanymi tytułami, ilustracjami, zdjęciami, układem tekstu, na podstawie którego drukarze składali kolejne strony. Jak przyznaje Zbigniew Koszałkowski, za „ekscesy” i odważne rozwiązania które proponował, skutkujące dodatkowym nakładem pracy, nie był szczególnie przez nich lubiany. Zarówno Koszałkowski, jak i autor pierwszego layoutu, Ryszard Kuba Grzybowski, wzięli udział w wernisażu obok poprzednich redaktorów naczelnych i redaktorów (Zbigniewa W. Nowaka, Małgorzaty Karbowski, Marii Sondej), współpracowników i artystów – jak Andrzej Chętko – którzy znacząco wpływali na zawartość kolejnych numerów „Kalejdoskopu”. Obecna była także Ewa Swebocka, laureatka ogólnopolskiego konkursu „uwalniającego” majową okładkę, której grafika, decyzją jury pod przewodnictwem Jakuba „Hakobo” Stępnia, znajdzie się na majowej okładce pisma. Poniżej prezentujemy galerię z wernisażu.

Co planujemy

Kolejne wydarzenia jubileuszowe, które w założeniu mają także otworzyć pismo na nowe środowiska, jeszcze w maju. O nowym layoutcie „Kalejdoskopu” Jakub „Hakobo” Stępień opowie szerzej 18 maja (sobota) podczas drugiego dnia Łódź Design Festival 2019. Zaś 21 maja (wtorek) odbędzie się w Łódzkim Domu Kultury premiera przekrojowej antologii felietonów najlepszych autorów, którzy związani byli i są z pismem (m.in. Andrzeja Poniedziałkiego, Łukasza Maciejewskiego, Rafała Syski, Macieja Cholewińskiego, Piotra Kasińskiego, Anny Ciarkowskiej, Łukasza Biskupskiego, Marii Kornatowskiej, Zdzisława Jaskuły). Nie chodzi jednak tylko o jakość wybranych tekstów, przyznaje redaktor naczelny pisma, które to teksty mają ułożyć się w szerszą refleksję nad kulturą, ale również o jakość publikacji. Antologia „The Best of... Kalejdoskop. Felietony” została zaprojektowana przez markowe studio graficzne Fajne Chłopaki, kolejną ważną łódzką markę. Założenie jest bowiem takie, by na trwałe połączyć „Kalejdoskop”, jak pismo poświęcone sztuce i kulturze, z dobrym projektowaniem. Program wydarzeń jubileuszowych obejmuje też m.in. koncerty i cykl debat, dyskusji i wykładów dotyczących kultury w Łodzi i miastach województwa łódzkiego. Partnerem wydarzeń 45-lecia "Kalejdoskopu" jest PKO Bank Polski.

Fot. Bogdan Sobieszek