

To nie rewolucja, czyli czemu Czesi?

Zmiana ta, jeśli jest rewolucyjna, to przede wszystkim dlatego, że wizualnością doganiamy czołowe pisma. Symbolicznie, bo w maju 45 lat temu wyszedł pierwszy numer z charakterystyczną żółtą okładką i pionową orientacją winiety (całość projektu Ryszarda Kuby Grzybowskiego). Zmiana ta dokonuje się dla praktycznych, niemal podstawowych, powodów: wielości form wypowiedzi, otwarcia na nowe środowiska. To wszystko jest już możliwe. Rewolucyjny, jeśli już, jest model współpracy, który do tego doprowadził: partnerstwo publiczno-prywatne: pisma, naszego wydawcy (samorządowej instytucji kultury) i biznesu zorientowanego na kulturę, czyli centrum kulturalno-biurowego Monopolis. Podziękowania niech przyjmą wszyscy, którzy do tego się przyczynili! I znów, jak w swych początkach, zawdzięczamy to uznanemu designerowi, specjalście od grafiki użytkowej. Jakub „Hakobo” Stępień, dopinając z nami ten numer jednocześnie decydował z grupą ekspertów, czyje projekty trafią do konkursu Projektu Roku, który ocenia estetykę oraz funkcje designu i odpowiedzialność społeczną twórców.

Chcemy, by „K” na powrót kojarzył się z dobrym projektowaniem. Dlatego także w maju zaprosimy państwa na premierę antologii najlepszych felietonów naszych najlepszych autorów, którą nazwaliśmy nieskromnie „The Best of...”. Próbowaliśmy ułożyć tak, by stała się pewną wypowiedzią na temat kultury, a jej projekt plastyczny to dzieło grupy designerów Fajne Chłopaki, innej ważnej łódzkiej marki/. Będziemy też na Łódź Design Festival, gdzie „Hakobo” opowie o swej pracy. Do końca maja, jako wydarzenie towarzyszące ŁDF, można w ASP w Łodzi, w Centrum Nauki i Sztuki, oglądać wystawę „Kalejdoskop. 45 lat grafiki użytkowej”, na której pokazujemy jak zmienialiśmy się, kto za to odpowiadał, i jak na jakość tego, jak wyglądaliśmy w państwa rękach wpływały zmiany technologiczne (nie zawsze korzystnie). Partnerem wydarzeń 45-lecia, które potrwają do końca roku i mają otworzyć nasze pismo, pokazać je w nieoczywistych kontekstach, jest świętujący 100-lecie bank PKO BP. Majowy temat dedykujemy nie tylko czechofilom – zainspirowani społecznością Czechów decydujących o kolorystyce jednego z miast województwa, proponujemy artykuły, które – w szerszej perspektywie – skonfrontują nas ze stereotypami, w nas i o nas samych.

A jak widzimy siebie jako pismo o sztuce? Słowa zmieniamy w wizualne komunikaty, wiedząc, że to forma komunikuje część treści – ale nie zacieramy ich znaczeń. Rozumiemy potrzebę oddechu – i tym chcemy być w czasie ostrej walki o uwagę czytelników: z dala od tabloidowych tendencji, dawać czas dla powolnej lektury. Wiemy, skąd jesteśmy – wstępniak drukujemy Brygadą, czcionką, którą uczczono 1918 r., odnalezioną przez Jadwigę i Janusza Tryznów z Muzeum Książki Artystycznej w Łodzi, zdigitalizowaną przez łódzkich projektantów i udostępnioną przez program „Niepodległa”. Bardziej będziemy przyglądać się, jak miasto wpływa na kulturę (dział Miasto-Zmysł), która wydarza się także poza instytucjami; to nie jej margines. Będziemy miastowi, ale oddechu i przestrzeni będziemy szukać także poza dużymi ośrodkami, inspirując się do stawiania szerszych pytań. Nie chcemy o wszystkim mówić sami. Dlatego uruchamiamy prawdziwą galerię – jej kuratorami będą autorytety, liderzy grup i środowisk twórczych, animatorzy, pasjonaci. Pozostajemy tym, czym byliśmy, ale mamy odwagę być tym jeszcze bardziej – przyjaznym adresem dla sztuki.

Łukasz Kaczyński, redaktor naczelny

- -

Poniżej majowa okładka. Numer do kupienia w Łódzkim Domu Kultury, punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press i salonach empik. A także w prenumeracie (w opcji darmowa dostawa do wybranego kiosku Ruchu) [TUTAJ](#)

Możecie też słuchać naszych najlepszych tekstów w interpretacjach aktorów scen łódzkich, z Łodzią i regionem związanych na platformie "Kalejdoskop NaGłos": [TUTAJ](#)