

## 0 Wstęp

Najnowszy numer pisma „Formy” poświęcamy w całości projektowaniu graficznemu. Chociaż ta tematyka pojawia się niemal w każdym numerze, to mieliśmy poczucie, że jest obecna w niewystarczającym stopniu. Jednocześnie mamy świadomość, że w jednym numerze możemy dotknąć jedynie wycinka niezwykle różnorodnego, szybko zmieniającego się świata grafiki i komunikacji wizualnej. Generative AI, motion, UI, AR, typografia czy choćby pocziwy plakat – o tym nie będzie. Nie będzie też spojrzenia historycznego, przekrojowego.

Na projektowanie graficzne patrzemy tu poprzez skrajnie różne, nieoczywiste, również kontrowersyjne tematy.

Zmiany technologiczne stymulują ewolucję podejścia do dizajnu, również identyfikacji wizualnych. Ewolowały one od samodzielnie działających znaków poprzez coraz bardziej rozbudowane zbiory elementów aż do elastycznych i dynamicznych systemów. Zagadnienie dynamicznych identyfikacji wizualnych systematyzuje Mateusz Antczak, przedstawiając podstawowe definicje, typologię rozwiązań i szereg przykładów z Polski i ze świata.

Specjalistyczny temat projektowania kamuflażu militarnego prezentuje Maciej Dojlitko. Dzieli się własnymi doświadczeniami, przedstawiając je na tle rozwiązań historycznych i współczesnych. Temat jest niszowy, ale dramatycznie aktualny, pokazuje, jak projektowanie graficzne, wsparte zaawansowanymi badaniami wizualnymi, może mieć – dosłownie – wpływ na życie ludzi.

Jedną z dziedzin, w których świadome projektowanie komunikatów wizualnych ma brzemienisty wpływ na efekty jest edukacja. Małgorzata Ciesielska w systematyczny sposób, opierając się na wynikach badań psychologii poznawczej, pokazuje, jak projektować, żeby realnie wspierać uczenie się. Konkretnie reguły i rekomendacje nie tworzą zamkniętego zbioru, ale są świetnym wprowadzeniem dla dizajnerów i dizajnerki materiałów edukacyjnych.

Nadprodukcję w tworzeniu (projektowaniu?) fizycznych produktów słusznie krytykuje się już od jakiegoś czasu. Zwrócenie uwagi na nadmiar w komunikacji wizualnej jest prawdopodobnie mniej oczywiste. Odpowiedzialne podejście do dizajnu opakowań postuluje Monika Wojtaszek-

Dziadusz, odwołując się do przykładów projektów studenckich. Decyzje projektowe związane z ilością i rodzajem materiału, technologią druku, ilością kolorów czy brakiem uszlachetnień są często równie istotne jak te dotyczące ilości komunikatów wizualnych.

A decyzja dotycząca podjęcia współpracy z konkretnym klientem? Od niej też wiele zależy. Część środowiska projektowego mogąca pozwolić sobie na komfort współpracy z instytucjami kultury czy niezależnymi wydawnictwami często patrzy krzywo na komercyjne projekty realizowane dla mniejszych i większych marek, krytykując działania dizajnerów i dizajnerek, które wspierają działania „biznesu”, przyczyniające się do zwiększenia sprzedaży produktów i usług. W dużym stopniu ta krytyka jest uzasadniona, ale chciałbym wierzyć, że coraz więcej firm działa nie tylko z myślą o maksymalizacji zysku, ale również mając na względzie dobrostan ludzi, planety czy lokalnej społeczności. Takie podejście na styku projektowania i działań marketingowych może służyć wspieraniu dobrych inicjatyw. Trochę marzycielsko, idealistycznie o branding wartości pisze Jerzy Tchórzewski. I nawet jeżeli jeszcze kilka lat temu wydawałoby się to skrajnie naiwne, to biorąc pod uwagę zmianę oczekiwań generacji Zalpha, firmy „z misją” nie będą już tylko pojedynczymi przykładami, ale standardem.

I na koniec szczypta humoru. Jakub Jezierski śledzi rozwój form opartych na humorze i ich wpływ na życie społeczno-polityczne. Wrodzony (czy tylko życzeniowy, deklarowany) aktywizm projektowania graficznego w połączeniu z powszechnym dostępem do narzędzi umożliwiających tworzenie grafiki demokratyzuje komunikację opartą na żarcie. O memach – na poważnie.

Wątek, które warto poruszyć, pozostało jeszcze bardzo dużo i do tej tematyki na pewno będziemy wracać w kolejnych numerach, najchętniej splatając je z innymi formami projektowania.

Piotr Hojda,  
redaktor prowadzący numeru

—  
okładka: Peter Javorik, [pidzej.com](https://pidzej.com) →