

VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century

Culture.pl prezentuje kolejną po *Out of the Ordinary* książkę o historii polskiego projektowania. 448 stron, 64 projektantów, 57 rozdziałów, 30 autorów: *VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century* to pierwsza tak obszerna publikacja poświęcona polskiemu projektowaniu graficznemu XX wieku. Premiera książki już 25 marca.

Właśnie ukazało się najnowsze wydawnictwo Culture.pl *VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century*. Album, pod redakcją Jacka Mrowczyka, to pierwsza tak obszerna kompilacja informacji o współczesnym polskim projektowaniu graficznym. Razem z *Out of the Ordinary*, która skupiła się na wzornictwie, publikacje te składają się na, jedyne jak do tej pory, kompendium wiedzy o polskim designie XX wieku.

Książka powstała w języku angielskim po to by zaprezentować na świecie jak ogromny i różnorodny jest dorobek polskich grafików. Choć ma on bardzo bogatą historię pozostaje mało znany na arenie międzynarodowej. Polska grafika użytkowa to przecież o wiele więcej niż tylko uznana na świecie szkoła plakatu. – *Plakat jest rozpoznawalną marką polskiego projektowania i dla wielu zagranicznych czytelników pozostaje do dziś jedyną znaną im dziedziną sztuki wizualnej znad Wisły* – tłumaczy we wstępie Mrowczyk. Polski plakat oczywiście ma swoje miejsce w *VeryGraphic*, natomiast to opracowanie uwzględnia także mniej znany dorobek twórców z dziedziny grafiki użytkowej: książek, czasopism i okładek, typografii i liternictwa, projektowania informacji i znaków identyfikujących oraz opakowań.

Publikacja zawiera chronologiczny opis twórczości ponad 60 najwybitniejszych i najciekawszych polskich grafików. Podzielona jest na trzy okresy, w których twórcy najprężniej działali i w których powstały ich najważniejsze prace. Jako punkty zwrotne redaktor przyjął koniec II wojny światowej oraz rok 1980, który w Polsce odznaczył się podpisaniem porozumień sierpniowych oraz narodzinami Solidarności. Czas od początku XX wieku do 1945 roku to lata, w których narodziły się pierwsze trzy pokolenia artystów, którzy wyznaczyli kierunek rozwoju projektowania graficznego w Polsce. Od 1945 roku do 1980 polska grafika użytkowa była ściśle uzależniona od kulturalnych, ekonomicznych i przede wszystkim politycznych procesów – była odzwierciedleniem gwałtownych zmian jakie zachodziły w kraju. Natomiast lata od 1980 roku do końca XX wieku można uznać za czas, w którym grafika polska upadła i narodziła się zupełnie na nowo.

Do udziału w tworzeniu publikacji zaproszeni zostali czołowi polscy krytycy i eksperci w dziedzinie projektowania graficznego, w tym m.in. Artur i Magdalena Frankowscy, założyciele studia projektowego Fontarte; Irena Przymus, kuratorka Galerii Plakatu i Designu Muzeum Narodowego w Poznaniu;



Piotr Rypson, zastępca dyrektora Muzeum Narodowego w Warszawie, historyk kultury wizualnej oraz autor książki *Against All Odds. Polish Graphic Design 1919–1949*; Agata Szydłowska, historyczka designu, założycielka Pracowni Krytyki Designu i wielu innych.

Okładka książki została wykonana odręcznie w różnych wariacjach kolorystycznych, co sprawia, że każdy egzemplarz jest niepowtarzalny. Autorem projektu publikacji jest Kuba Sowiński.

Redaktorem publikacji jest Jacek Mrowczyk – projektant, wykładowca ASP w Katowicach oraz Rhode Island School of Design w Providence, współtwórca kwartalnika „2+3D”. Autor artykułów na temat projektowania graficznego oraz książek: *Niewielki słownik typograficzny* (2008) i *PGR. Projektowanie graficzne w Polsce* (z Michałem Wardą, 2010); redaktor antologii *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie* (z Przemkiem Dębowskim, 2011).

Partnerem publikacji jest 2+3D, polski magazyn o designie.

Album będzie dostępny w sprzedaży od kwietnia.

VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century

Premiera: 25 marca 2015
godz. 18.00, klub Miłość x SuperSalon
ul. Kredytowa 9, Warszawa

Więcej informacji na: www.culture.pl

Kontakt dla mediów:

Magdalena Mich
Rzecznik Prasowy
Instytut Adama Mickiewicza
mmich@iam.pl
+48 602 663 570

Culture.pl

Zadaniem Culture.pl, flagowej marki Instytutu Adama Mickiewicza, jest promocja Polski i polskiej kultury zagranicą. Pod marką Culture.pl prezentujemy wysokiej jakości inicjatywy i wydarzenia z zakresu muzyki, sztuki czy designu. Portal Culture.pl to codziennie aktualizowany serwis informujący o najciekawszych wydarzeniach związanych z polską kulturą na całym świecie. To także największe i najbardziej wszechstronne źródło wiedzy o polskiej kulturze. Specjalna zakładka poświęcona designowi prezentuje najnowsze trendy we współczesnym polskim designie i najnowsze projekty polskich projektantów.



Zakrojona na szeroką, ogólnoświatową skalę promocja polskiego wzornictwa to jeden z priorytetów operacyjnych Instytutu Adama Mickiewicza. Design służy jako platforma do prezentacji współczesnej polskiej kultury i promocji polskiej kreatywności. Kluczem do sukcesu jest owocna współpraca z renomowanymi partnerami, takimi jak: Salone Internazionale del Mobile (Milan), Maison&Objet (Paris), Paris Design Week, DW! Sao Paulo Design Weekend, Inno Design Tech Expo (Hong Kong), Business of Design Week (Hong Kong), Istanbul Design Week, International Furniture Fair Singapore, Design Trade (Copenhagen), London Design Festival, International Contemporary Furniture Fair (NYC), Blueprint Magazine, Icon Magazine, dezeen.com oraz Wallpaper*.