

Ruszyła ogólnopolska inicjatywa społeczna „Sport bez barier”

Pressroom NowyMarketing

Tekst, który zaraz przeczytasz jest informacją prasową. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za jego treść

Autor: inf. prasowa 02.01.2023 2 min czytania

Poleć tekst: FB T IN



„Sport bez barier” to inicjatywa, która ma na celu spopularyzować i wspierać aktywność sportową osób z niepełnosprawnościami, przyczynić się do promocji uprawiania sportu, kultury fizycznej w tej grupie społecznej, niezależnie od stopnia i rodzaju niepełnosprawności.

Uprawianie sportu – zarówno amatorskie, jak i zawodowe – rozumiane szerzej jako aktywność fizyczna są bardzo ważnymi obszarami funkcjonowania każdego społeczeństwa. Czynniki udział w tej działalności biorą także osoby z niepełnosprawnościami. Aktywność ruchowa jest dla nich pomostem do integracji społecznej. Ponadto zadowolenie z uprawiania aktywności fizycznej poprawia jakość życia ludzi niepełnosprawnych dając radość, podnosząc samoocenę oraz możliwości osobistego rozwoju. Sport może być także skuteczną formą rehabilitacji, gdyż podnosi ogólną sprawność fizyczną, poprawia funkcjonowanie organizmu, czego zazwyczaj nie udaje się osiągnąć innymi metodami. Dla części z osób z niepełnosprawnościami istnieją możliwości zwiększania swojej aktywności fizycznej w sporcie amatorskim, a nawet mogą zmierzać w kierunku wyczynowego uprawiania sportu. Pomagają w tym choćby coraz bardziej zaawansowane technologicznie protezy, wózki, laski i inne narzędzia ułatwiające osobom z niepełnosprawnościami uprawianie sportu.

W Polsce poziom „usportowienia” osób z niepełnosprawnościami jest wciąż daleki od zadowalającego. Fundacja Neuron+ rozumie te zagadnienia i dlatego stawia sobie za cel pogłębianie integracji społecznej osób z niepełnosprawnościami. Rozszerza więc działalność w kierunku promowaniu wśród nich aktywności fizycznej i angażowania

Więcej na ten temat

Pressroom
sport
osoby z niepełnosprawnością

się – w razie możliwości – w szeroko rozumianą aktywność ruchową. W tym celu powstała strona internetowa www.sportbezbarier.pl, na której publikowane są praktyczne wskazówki jak rozpocząć uprawianie sportu, a także informacje o wydarzeniach sportowych w całej Polsce

dedykowane osobom z niepełnosprawnością. Projekt „Sport bez barier” jest aktywny także w social mediach na platformach Facebook oraz Instagram.

Inicjatywę wspierają też twórcy internetowi, którzy swoimi zasięgami pomagają nagłośnić „Sport bez barier” – Rafał Mróz, Krystian Kapton, Karolina Pęk, Patryk 'Rojo' Rojewski, Michał Pol, Krzysztof GOLONKA, Bartosz Ostałowski, N3joxion, Badzio, Maciej Krawczyk, Gebkage, Ostatni Gwizdek, Łukasz Chwieduka oraz Łukasz Wala.

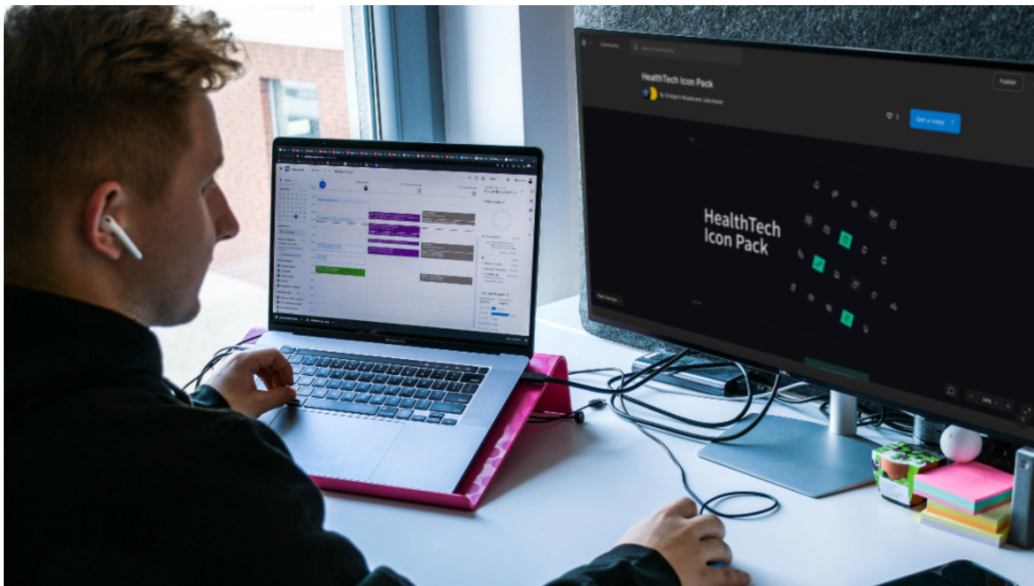
Ogólnopolska Kampania „Sport bez barier” realizowana jest przy wsparciu Fundacji Orlen, Fundacji BGK, Fundacji KGHM Polska Miedź, Totalizatora Sportowego, Fundacji PFR, Fundacji ARP. Dofinansowano ze środków Budżetu Państwa w ramach realizacji zadania publicznego pn. „Sport bez Barier”.

Poleć tekst: [FB](#) [T](#) [IN](#)

Największe wzloty i upadki designu w 2022

Autor: Grzegorz Musiał 03.01.2023 5 min czytania

Poleć tekst: [FB](#) [T](#) [IN](#)



2022 już za nami, co odnotowuję z dużą ulgą. Był bowiem kolejnym rokiem, w którym od 00:01, 1 stycznia każdy z nas życzył sobie, znajomym i rodzinie „żeby ten wreszcie nas oszczędził”. To, co działo się przez następne 12 miesięcy, okazywało się jednak dalszym ciągiem jazdy rollercoasterem. Wstrząsy nie ominęły również branży design, która tak, jak każda inna, reagowała na światowe wydarzenia. Trendy, o których mowa poniżej, to nie kolejne zbiory powtarzanych motywów, obrazków i artykułów, ale długofalowe tendencje, wpływające na projekty i... projektantów.

Więcej na ten temat

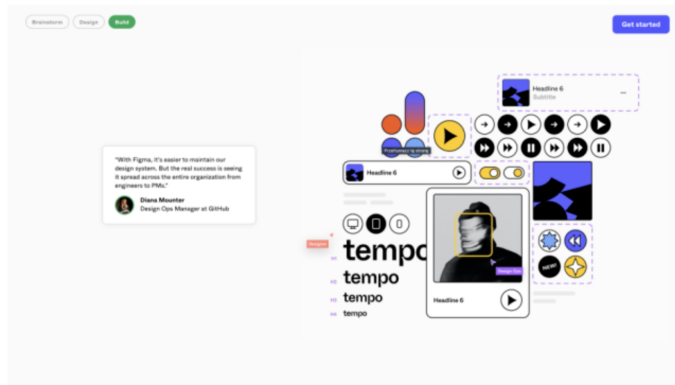
- [design](#)
- [grafika](#)
- [projektowanie](#)
- [Podsumowanie roku](#)
- [Applover](#)
- [Podsumowanie roku 2022](#)

3 najważniejsze trendy w UX i designie w 2022

...

Neubrutalism

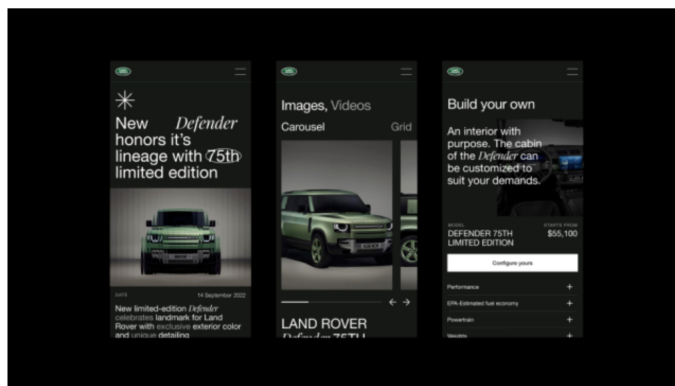
Powiedzieć, że jestem jego fanem, to jak nie powiedzieć nic. „Brat” stylu zwanego brutalizmem wbija na salony, a wraz z nim proste kształty i jaskrawe kolory. Wszystko duże, wręcz zbyt duże i łamiące konwencję designu, z którą walczyliśmy przez lata, aby wszystko było ładne, malutkie i estetyczne aż do bólu. Nagle pojawia się trend, który wyraca to wszystko do góry nogami, kończy z fladowymi kolorami i małymi kontrastami między fontami. Jeżeli ktoś zaczął swoją karierę w świecie, w którym rządziła „estetyka umiaru”, niech przyjmie w 2023 roku wielkie wyrazy współczucia. Popłynęliśmy w neubrutalism i będzie to dla wielu ciężka przeprawa. Dlaczego się nad tym aż tak rozwodzę? Bo niebawem czeka nas prawdziwa rewolucja designu i myślę, że to będzie styl, który w tej estetyce nowej ery łatwo się odnajdzie.



Prostota, ale... niezwykła

W 2021 roku byłem zakochany w próbach dodawania do projektów form 3D, animowania ludzików z wielkimi rękami i głowami, symetrycznych, plastelinowych postaci wykonujących proste czynności. W 2022 roku wydałem na [Dribbble](#) pracę z ogromnymi fontami i (pozornie) niedopracowanymi kompozycjami. Co ciekawe, prace z 2021 r. i 2022 r. zajmowały mi bardzo dużo czasu. Dlaczego?

W projektach, w których używamy grafiki 3D, największą trudność sprawia większości (a przynajmniej mi) samo tworzenie i wypracowywanie modeli. Natomiast kiedy musimy postawić na coś prostego, minimalistycznego, co jest zgodne z zasadami dobrego designu, tworzenia projektu pod development czy Web Content Accessibility Guidelines, większość czasu pochłania praca koncepcyjna; planowanie i rozkładanie, ale także próby uchwycenia estetyki tego stylu. Dla mnie próby odnalezienia się w tej stylistyce były bardzo ważnymi treningami, a także pierwszymi spotkaniami z tym, jak być może w przyszłości będę musiał podchodzić do planowania projektów tzn. z większymi ograniczeniami, z większym naciskiem na czytelność, a mniejszym na „efekciarstwo”.



W [Applover](#) też oddaliśmy hołd prostocie i dostępności. :) Żeby ułatwić sobie (i społeczności designerów) pracę nad czytelnością interfejsów, przygotowaliśmy jakiś czas temu HealthTechowy Icon Pack, zaprojektowany na bazie standardów najwyższej czytelności, dodatkowo poparty badaniami, prowadzonymi na użytkownikach aplikacji medycznych. Icon Pack oraz historię jego powstania znajdziecie [tutaj](#).

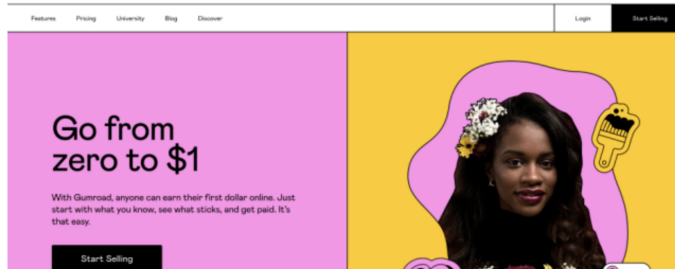




Więcej uwagi poświęcamy typografii

Jaka typografia dominowała w 2022? Duża, twarda, ostra i... nietypowa. Porzucaliśmy poppiny, monseratty, open sansy, intery i otwieraliśmy głowy na 'foundry typograficzne'. Szukaliśmy kroju pisma, który ubogaci tworzony produkt i nada mu unikalny charakter. Nawet jeżeli to klasyczny font szeryfowy, to z własnym zacięciem i oryginalnym wykończeniem. Dominowały duże, wyraziste glify, stawiane na pracach, wymagające jednak dużej uwagi, aby znaleźć złoty środek i nie przesadzić.

GUMROAD



3 najważniejsze wydarzenia w świecie designu w 2022

Aktualizacje Figma

Figma od lat deklaruje konkurencję, ale teraz, gdy pojawiło się połączenie jej myśli technologicznej i budżetu Adobe, myślę że branża czeka wieloletni monopol. O tym jednak będziemy mówić za rok. Jak dotąd Figma z każdą aktualizacją poprawiała komfort użytkowników i nie pamiętam, żeby jakkolwiek zmiana w programie na dłuższą metę wyszła jej na minus. W tym roku dostaliśmy wyczekiwany darkmode, nowe sposoby organizacji komponentów, nowe funkcje prototypowania, rozwinięcie aplikacji mobilnej, variable fonty, widgety i nowe integracje z innymi softami. Jednym słowem – kawał dobrej roboty!

'Upgrade' AI

Bardzo ciężko zacząć ten drażliwy dla designerów temat. Tak, AI weszło na poziom, który pozwala wygenerować obrazek na podstawie naszych żądań i zdecydowanie jest to rewolucja. Albo może raczej będzie, kiedy zostanie jeszcze bardziej dopracowane. Opowiadam się śmiało po stronie, która mówi „okej, dobrze, ale to musi zostać prawnie uregulowane”. To, co czyni to narzędzie świetnym, to maszynowe uczenie się na podstawie prac realnych artystów. Czerpie ono z ich dorobku, niestety bez korzyści dla nich. Dlatego mam nadzieję, że niedługo dostaniemy rozwiązanie, które będzie mogło działać zgodnie z zasadami fair play.

Dynamic Island

Każda nowość Apple przynosi coś kontrowersyjnego. A to kilka obiektów przypominających broń Arnolda Schwarzeneggera z filmu 'Commando', a to usunięcie wejścia mini jack. Tym razem padło na zaokrąglony prostokąt w środku ekranu – Dynamic Island. Dlaczego uważam, że warto o tym wspomnieć? Ponieważ to zainspirowało wielu designerów! Od Figma Community po dribbble, każdy chciał spróbować zinterpretować to na swój sposób. Stworzyło to nowy trend, który po krótkim czasie był trochę uciążliwy, ale sam podążyłem za nim. I mogę przyznać, że

conceptowanie, jak można „wysepkę” wykorzystać, było przyjemną zabawą. Jednym z moich hobby jest sport, a szczególnie – piłka nożna. Stąd pomysł nr 1: jak zaprojektować „wyspę”, aby błyskawicznie ogarniać sprawdzanie wyniku meczu? Zrobiłem analizę i diagram informacji o tym, czego użytkownicy potrzebują, na jakim etapie i które informacje są wymagane. Po analizie i pytaniach do innych kibiców, wykonałem pierwszy prototyp. Kiedy zobaczyłem, że działa, przenieśliem całą pracę do Adobe After Effects, a efekt możecie zobaczyć poniżej:



3 trendy na 2023

Design a niski ślad węglowy

Temat jeszcze nie aż tak popularny, ale nabierający rozpędu. Nasza planeta woła o pomoc. Działac powinniśmy wszyscy, w tym także my – projektanci. Odpowiednie wybory, optymalizacje, kontrola – wszystko to może wpłynąć na zmniejszenie śladu węglowego. Myślę, że w 2023 roku coraz więcej świadomych projektantów będzie chciało wejść w ten trend, oferując produkty dostosowane pod te wymagania. Pomaga w tym również, wspomniany na początku Neubrutalism, ponieważ bardzo często dobrze zaprojektowane w tym stylu strony są lżejsze, lepiej zoptymalizowane i dzięki temu pomagają zmniejszać ślad węglowy. Jeżeli masz ochotę zgłębić temat, zapraszam do lektury [artykułów](#) utworzonych przez Dodonut, łącznie ze wskazówkami i narzędziami do optymalizacji.

Recesja w świecie projektantów

Popularność product designu w ostatnich latach doprowadziła do tego, że w 2023 roku cieszy się on największym jak dotąd zainteresowaniem nowych adeptów. Liczba juniorów, którzy chcą zdobyć zatrudnienie (albo przynajmniej staż), jest ogromna, jednak niewiele firm może się teraz na to zdecydować. Wydarzenia ostatniego roku chwilowo (mam nadzieję) spowodowały zmniejszenie skali inwestycji w świecie IT, a start-upy nie mogą już liczyć na tak duże dofinansowania, jak jeszcze jakiś czas temu.

2023 rok zapewne spowolni dynamiczny rozwój branży i trochę wyplaszczy krzywą popularności, ale kiedy świat ponownie złapie oddech, będziemy mogli znowu zadbać o jej wzrost. Obecni projektanci muszą zainwestować dużo energii w ugruntowanie swojej pozycji i dobrze planować każdy kolejny krok w karierze.

Dalsze dostosowywanie się do nowych zasad projektowania

Accessibility nie jest już tylko trendem, nie jest już nice-to-have, stało się wymogiem. Jest przedmiotem obrad Parlamentu Europejskiego. Za kilka lat, wymóg tworzenia dostępnych stron będzie obowiązywał nie tylko strony administracji publicznej, ale stanie się standardem dla całego internetu. Dlatego każda osoba zajmująca się projektowaniem musi mieć z tyłu głowy konieczność stosowania się do nowych reguł. Najważniejsze wyzwanie to interpretowanie ich tak, aby cały czas tworzyć prace zarówno estetyczne, jak i dostępne.

Myślę, że w 2023 roku, każdy z projektantów będzie wypracowywał własne standardy dostępności swoich dzieł, tak aby za kilka lat, mógł z czystym sumieniem powiedzieć „Mój design jest piękny... i legalny!”.

Zwróciliśmy uwagę na istotne zjawiska społeczne – potrzebę otwartości, inkluzywności i różnorodności. TikTok podsumowuje 2022 rok

Autor: Nowy Marketing 02.01.2023 7 min czytania

Poleć tekst: [FB](#) [T](#) [IN](#)



Jaki był największy sukces TikToka w 2022 roku? Przed jakimi wyzwaniami stanął w ubiegłym roku? Które kanały komunikacji marketingowej były dla niego najważniejsze? Jak zmieni się to w 2023 roku?

Przeczytaj pozostałe podsumowania roku 2022

O roku 2022 dla marki TikTok opowiada Rafał Drzewiecki, head of global business marketing w TikTok w Polsce i Europie Centralnej.

Największy sukces w 2022 roku

2022 rok to, oprócz rozwoju biznesu TikToka w Polsce, praca nad świadomością i pozycjonowaniem marki. Kluczowe było uzmysłowienie, że TikTok jest zaufaną platformą rozrywkową dla odbiorców, która dostarcza biznesowi wysoką efektywność działań reklamowych. Największym sukcesem marki jest bez wątpienia **skuteczna egzekucja tej strategii**, co zostało potwierdzone wynikami i finansowymi (kilkukrotny wzrost przychodów) i brandowymi. W ciągu tego roku na lokalnym rynku zwiększyliśmy świadomość spontaniczną w grupie docelowej (główni klienci, marketerzy, środowisko B2B) o niemal 50%. To, co cieszy jeszcze bardziej, to wzrost współczynnika rozważania marki, który urosł o ponad 60%.

Z mojej perspektywy za ogromny sukces uważam fakt, że udało nam się w ciekawy

Więcej na ten temat

- Social media
- Podsumowanie roku
- TikTok
- Podsumowanie roku 2022
- Rafał Drzewiecki