

Autoreferat

Łukasz Stawarski

Wydział Architektury i Wzornictwa

Katedra Designu

Pracownia Produktu i Struktur Użytkowych

Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu

UAP | POZNAŃ



Wstęp.....	01
-------------------	-----------

01. Tożsamość projektanta.

1.1 Kim jestem /tożsamość projektanta. 2006-2013.....	02
1.2 Szybki kurs rzeczywistości /design, dziedzina zespołowa.....	05
1.3 Chirurgiczna precyzja w diagnozowaniu potrzeb.....	08
1.4 Uniwersalny język designu /komunikacja.....	11
1.5 Piękna technologia /prostota i funkcja.....	13
1.6 Magia marki /nowe horyzonty.....	15

02.Praca na uczelni.

2.1 Przebieg pracy w Katedrze Designu 2005 -2019.....	17
2.2 Pracownia Produktu i Struktur Użytkowych.....	20
2.3 Metodyka pracy.....	22
2.4 Warsztat pracy studentów.....	24

03. Dzieło wskazane jako podstawa do wszczęcia

postępowania habilitacyjnego.

3.1 Dzieło wskazane jako podstawa do wszczęcia Habilitacji.....	26
3.2 Adresowanie produktu.....	28
3.3 Technologia.....	32
3.4 Odczucia użytkownika.....	37
3.5 Holistyczne rozumienie wdrożenia	40
3.6 Podsumowanie.....	42

wstęp

Pewien Profesor, widząc jak bardzo zajmuje mnie rzeźba i pozytywnie oceniając rezultaty moich starań – zapytał: „Dlaczego właściwie studiujesz wzornictwo, przecież jest to działalność dalece komercyjna. Tylko sztuka może dać twórcy poczucie spełnienia.” Pamiętam tę scenę, chociaż miała miejsce piętnaście lat temu. Jako młody człowiek wiedziałem tylko, że chcę projektować, przyznaję, że nie potrafiłem odnieść się wtedy do zarzutu Profesora. To pytanie jednak utkwilo mi w pamięci i jest ze mną również dziś, podczas mojej praktyki zawodowej. Jak być projektantem, którego działania nie są obliczone jedynie na bezrefleksyjne pobudzenie apetytu odbiorcy, choć w definicji nowego produktu powyższy cel zajmuje wysoką pozycję.

Satysfakcja z wykonywania tego zawodu, jakkolwiek nie zabrzmiałoby to banalnie, płynie zapewne z wewnętrznej potrzeby ulepszania, poprawy stanu rzeczy jak również z miłości do piękna. Piękno rozumiem tutaj nie tylko w kategorii urody przedmiotu ale również jego logiki, tego, że spełnia swoją funkcję, budzi pozytywne emocje w odbiorcy, jest potrzebny. Od początku mojej działalności zawodowej, staram się być szczerym ze sobą, powoływać przedmioty do życia z właściwych pobudek i aby każdy z nich niósł pewną wartość. Raz jest to odkrycie drobnych udogodnień funkcjonalnych dla użytkownika, innym razem użycie naturalnych materiałów, które sprawia, że produkt będzie służyć długo, starzeć się szlachetnie i nie będzie skazany na szybką wymianę. Oczywiście projektant uczy się z każdym projektem, więc przez cały okres aktywności zawodowej. Godząc się z faktem, że nigdy nie zakończę swojej edukacji projektowej, poniżej chciałbym przedstawić moje dotychczasowe doświadczenia.

1.1 Kim jestem /tożsamość projektanta. 2006 - 2013

01.

Pierwszym doświadczeniem, które pozwoliło mi uwierzyć, że w przyszłości zrealizuję swoje plany zawodowe i zostanę projektantem było wdrożenie zestawu naczyń ceramicznych NOA w fabryce porcelany Chodzież. Było to znaczące wydarzenie, ponieważ miało miejsce już na trzecim roku studiów. Projekt powstał pod opieką Prof.zw. Tomasza Matuszewskiego oraz Dr hab. Marzeny Wolińskiej. Piszę o tym celowo, ponieważ w ciągu kolejnych kilku lat, również po studiach czynnie pracowałem projektowo, lecz czas ten nie zaowocował upragnionymi wdrożeniami produktowymi. Nazywam ten okres mojej pracy zawodowej, eksperymentalnym, i chociaż był to czas wzmożonych wysiłków nie obfitujących w realizację, dziś oceniam ten okres pozytywnie.

Myślę, że projektant powinien posiadać pewną dawkę cierpliwości i wytrwałości w dążeniu do celu, sporo pokory i świadomość konieczności ciągłej nauki. Miałem dużo czasu aby nauczyć się powyższych. Po uzyskaniu dyplomu w 2006 roku, zająłem się autorskimi poszukiwaniami w zakresie technologii ceramiki. Szlachetność tego medium, satysfakcjonujące poczucie sprawstwa kiedy powstaje nowy przedmiot a także dostępność technologii, sprawiły, że wybrałem ceramikę jako środek wypowiedzi projektowej. Powstało wtedy wiele koncepcji, które realizowałem we współpracy z modelarzami oraz własnoręcznie. Eksperymentalność mojej pracy objawiała się zarówno w samych projektach, które niejednokrotnie ocierały się o granice możliwości technologicznych. Nie bez znaczenia był też osobisty kontakt z materiałą.



01



02

Wziąłem udział w programie Naukowiec w Biznesie (zdz. 01,02) organizowanym przez Urząd Miasta Poznania, który pozwolił mi na odbycie dwumiesięcznego stażu w fabryce porcelany. Poznawałem technologię obserwując wspaniałych specjalistów na każdym etapie produkcji, jak również własnoręcznie wykonując modele, odlewając i dopracowywując własne wyroby. To doświadczenie nauczyło mnie współpracy ze specjalistami, komunikacji z współtwórcami każdego etapu powstawania produktu – technologami, rzemieślnikami, zarządzającymi. Inaczej mówiąc uczyłem się pracy w zespole. W tym czasie powstało kilka przedmiotów, które od koncepcji po niskonakładową produkcję zostały stworzone przy moim czynnym udziale. Dziś jestem pewny, że ta praca nie poszła na marne, wzbogaciła moją świadomość projektową i przygotowała do przyszłych wyzwań. Wszystkie realizacje wzornicze w tym czasie, powstały z wewnętrznej potrzeby uprawniania zawodu, głodu pracy z materiałem i chęci eksperymentowania z funkcją i formą przedmiotu. Jednocześnie jak każdy młody projektant dążyłem do pozyskania zleceń projektowych i jak wielu przede mną przekonałem się, że nie są one łatwo dostępne. Pewnie taka sytuacja była wypadkową mojego znikomego jeszcze doświadczenia, braku licznych wdrożeń a co za tym idzie renomy, jak również podejścia producentów do projektantów. Pracowałem więc w dziedzinie pokrewnej jako projektant wewnątrz. Projektowałem indywidualnie i w zespołach między innymi wnętrza hotelu, stacji benzynowej BP, serwisu ciężarówek MAN, przestrzeni mieszkań i domów prywatnych. Te doświadczenia również ukształtowały moje postrzeganie zawodu projektanta, nauczyły pracować w większej skali, lepiej odczuwać przestrzeń. Jednocześnie pracowałem nad unikatowymi kolekcjami porcelany między innymi dla restauracji Atelier Amaro, eksperymentowałem z różnymi tworzywami ceramicznymi

w Design Centrum Kielce, eksponowałem swoje prace na wystawach w Berlinie, Brukseli i Mediolanie.

Moje doświadczenia projektowe zbiegają się z przebiegiem pracy na Uczelni. Praca z tworzywem ceramicznym trwała od obrony dyplomu magisterskiego do uzyskania tytułu doktora. Projekt doktorski miał charakter poszukiwań funkcjonalno - technologicznych, zakładał połączenie tradycyjnej technologii porcelany z elektroniką i światłem. Przy wykorzystaniu przezroczystości materiału, która jest atutem porcelany zaprojektowany zestaw naczyń miał komunikować się z użytkownikiem za pomocą znaków wyświetlających się na powierzchni naczynia. Komunikaty miały pomóc w odpowiednim doborze składników odżywczych, ich ilości i dostarczanych organizmowi kalorii. Rozprawa doktorska okazała się podsumowaniem moich dotychczasowych poszukiwań i jak się później okazało ostatnim jak dotąd, doświadczeniem z technologią ceramiki.

Lata spędzone na projektach autorskich, kreowanie i wykonywanie przedmiotów często na własny koszt z potrzeby pracy w zawodzie, niejednokrotnie przynosiły frustracje. Przywodziły pytanie o przyszłość, wizję zmiany branży na pokrewną. Jednak nauczyły mnie wytrwałości i bezinteresownej, bo nie przynoszącej zysków pasji dla wzornictwa. Jako nauczyciel zaś, podczas pracy ze studentami mam możliwość odwołania się do osobistych doświadczeń, nie tylko kreatywnych lecz również z zakresu technologii.

Poniżej przedstawię kilka ważnych momentów zwrotnych w mojej pracy projektowej, które znacząco wpłynęły na to jakim jestem dziś projektantem i co jest dla mnie istotne w pracy dydaktycznej. Sposobem na przekazanie tych treści będą dla mnie opisy wybranych doświadczeń z procesów projektowych, które miały miejsce od obrony pracy doktorskiej do dziś, czyli w latach 2013 – 2019.

1.2 Szybki kurs rzeczywistości /design, dziedzina zespołowa.

Jak już wcześniej wspominałem rozpocząłem pracę z przemysłem, skutkującą wdrożeniami produktów dość późno w moim życiu. Po uzyskaniu tytułu doktora w 2013 r. rozpoczął się dla mnie kolejny etap pracy zawodowej. Otrzymałem zadanie opracowania kolekcji mebli do pokoju dziennego dla firmy *Meble VOX* (1). Projekt ten okazał się przełomowy pod wieloma względami. Po okresie prac nad eksperymentalnymi produktami z ceramiki, należało zmierzyć się z całkowicie nowymi technologiami, pracą w zespołach multidyscyplinarnych, koniecznością pracy w reżimie czasu i bilansu kosztów. Ponadto po latach indywidualnych prób projektowych rozpocząłem pracę w duecie z Bartłomiejem Pawlakiem, z którym pracuję do dziś w założonym w tym czasie studio projektowym - *Pawlak&Stawarski*.

Projekt z dużym producentem mebli, który posiada klarowną wizję swoich produktów, działa zgodnie z określoną ideą marki, był wspaniałym poligonem doświadczeń dla projektanta dotychczas skupionego na projektach w skali mikro - od początku do końca kontrolowanych przez autora, bez

przymusu odnalezienia się na rynku dóbr konsumenckich.

Etap projektowy poprzedzony został warsztatami z zespołem multidyscyplinarnym, podczas których wspólnie wypracowaliśmy wytyczne do projektu. Oczekiwania producenta zostały następnie precyzyjnie wyłożone w briefie projektu. Tym sposobem otrzymaliśmy narzędzia do rozpoczęcia długiego procesu kreatywnego. Projekt ten opracowywany w toku cotygodniowych spotkań w grupie specjalistów różnych dziedzin, stanowił dla mnie pewnego rodzaju sprawdzian kompetencji zawodowych. Po raz pierwszy odczułem dużą odpowiedzialność za swoje decyzje projektowe, wobec klienta. Powstały niezliczone wersje projektu, dyskutowane, poddawane krytyce i ocenie z punktu widzenia technologii, ergonomii, marketingu i sprzedaży. Projekt był bardzo wymagający dla osoby nieposiadającej podobnych doświadczeń, ale właśnie dlatego jestem bardzo wdzięczny za możliwość przejścia tego procesu. Kolekcja licząca kilkadziesiąt elementów, pod nazwą **MUTO** została wdrożona do produkcji. Dziś widzę, że choć nie uniknęliśmy błędów w procesie projektowym, wiele rozwiązań sprawdziło się. Współpraca z marką VOX zaowocowała jeszcze dwoma dużymi systemami mebli dziecięco – młodzieżowych **NEST** i **STIGE**.

Wraz z projektami przeznaczonymi dla najmłodszych pojawiły się kolejne wymagania, należało przestrzegać przepisów bezpieczeństwa, które regulują precyzyjnie wszelkie parametry przedmiotów przeznaczonych do użytkowania przez dzieci. To co bezpieczne i zgodne z regulacjami nie zawsze jest atrakcyjne wizualnie. Projekty musiały na każdym etapie przechodzić weryfikację i wielokrotne przebudowy geometrii, aby nie tracąc walorów wizualnych przejść testy bezpieczeństwa.

Osobną lekcją była konfrontacja z opiniami grup konsumentów, którzy uczestniczą w badaniach ewaluacyjnych nowych produktów. Grupy fokusowe, oceniają kolekcje wydając często bezkompromisowe werdykty. Jest to materiał dla projektanta sugerujący jak powinien zmienić się produkt i doskonała lekcja pokory i tolerancji dla szerokiego spektrum preferencji estetycznych różnych grup społecznych.

Współpraca z firmą *Meble VOX* była niezwykle pouczającym doświadczeniem, pozwoliła na lepsze zrozumienie mechanizmów kierujących przemysłem, produkcją wielkoseryjną kierowaną do bardzo precyzyjnie określonej grupy klientów. Cenne było uczestnictwo we wszystkich etapach powstawania produktu, już od formułowania briefu, przez wielokrotne ewaluacje, prototypowanie, badania fokusowe, prezentacje targowe aż do ostatecznego wdrożenia. Doświadczenie takie uczy ponadto przyjmowania konstruktywnej krytyki i niełatwej dla autora umiejętności rezygnacji z wielu pomysłów, które wydają się być trafne w ocenie subiektywnej, ale nie znajdują akceptacji z powodów ekonomicznych, technologicznych lub braku realnej szansy zaistnienia na rodzimym rynku.

1.3 Chirurgiczna precyzja w diagnozowaniu potrzeb /wzornictwo użytkitarne.

Projektem, który sprawił mi satysfakcję i był kolejną znakomitą lekcją zawodu jest realizacja myjni chirurgicznej dla ALVO MEDICAL (2). Nasze studio zostało zaproszone przez zespół CONCORDIA DESIGN(3), do współpracy przy projekcie nowej rewolucyjnej myjni dla firmy specjalizującej się w produkcji wysokiej jakości sprzętu medycznego. Wyjątkowość tego doświadczenia projektowego przejawia się dla mnie w kilku aspektach. Najważniejszą wartością jest samo przeznaczenie produktu, służy on pośrednio ratowaniu życia, poprzez zapewnienie wysokich standardów ochrony przeciwbakteryjnej podczas procesu przygotowań do zabiegów chirurgicznych. Niezwykły był również proces projektowania, wsparty wiedzą dużego zespołu multidyscyplinarnego oraz poprzedzony badaniami socjologicznymi.

Zanim zespół projektantów przystąpił do pracy, na terenie wybranych szpitali pracowała grupa gromadząca informacje od personelu sal operacyjnych. Badane i interpretowane przez socjologa były opinie, zarówno grupy zawodowej chirurgów, jak i całej obsługi, od salowych, przez instrumentariuszy do serwisantów. Co ciekawe, brane pod uwagę były nie tylko uwagi czysto techniczne lecz również potrzeby emocjonalne personelu. Samopoczucie operatora oraz zespołu przekłada się na jakość operacji, jak również satysfakcji z wykonywanej pracy.

Przed rozpoczęciem pracy projektowej odbyły się warsztaty metodą DESIGN THINKING z bardzo dużą grupą pracowników ALVO MEDICAL. Czynny udział w procesie brali technolodzy, sprzedawcy, specjaliści PR oraz marketingu. Warsztaty miały na celu precyzyjne określenie: czego firma oczekuje od swojego nowego produktu. Dzięki udziałowi specjalistów wielu dziedzin, formułujących swoje oczekiwania z perspektywy potrzeb branżowych, powstał wielostronicowy i komplementarny brief projektowy.

Badania wykazały, kilka najistotniejszych problemów do rozwiązania. Przytoczę kilka, aby przybliżyć zakres prac. Istniejące modele myjni chirurgicznych wykonywane ze stali nierdzewnej, poprzez zastosowaną technologię posiadały wiele krawędzi wewnątrz misy, które były trudno dostępne i co za tym idzie niełatwe w utrzymaniu czystości. Dyspozytory mydła, płynów dezynfekujących, szczotek i ręczników znajdowały się poza obrysem myjni. Chirurg chcąc z nich skorzystać sięgał mokrymi dłońmi do dyspozytorów, rozlewając wodę i stwarzając niebezpieczeństwo poślizgnięcia się. Krawędzie frontowe myjni zazwyczaj są liniowe, nie pozwalają więc na ścisłe przylgnięcie do myjni podczas mycia przedramion. Tradycyjne myjnie nie posiadają systemów bezdotykowych baterii, operatorzy muszą regulować ciśnienie wody za pomocą łokcia.

Podczas dnia pracy, myjnia chirurgiczna jest używana wielokrotnie, przed i po zabiegu. Osoby odpowiedzialne za utrzymanie czystości wskazały te działania jako stresujące. Wysokie poczucie odpowiedzialności za ratującą życie higienę powodowały niejednokrotnie frustrację. Interesujące były uwagi, będące dla mnie zaskoczeniem, jak choćby irytacja personelu z powodu zacieków na stali nierdzewnej, których nie da się usunąć, czy zamiłowanie niektórych chirurgów do pięknych

przedmiotów, które przenosi się również na sprzęt w sali operacyjnej. Jakość, funkcjonalność i wygląd sprzętu medycznego, wpływa znacząco na poczucie profesjonalizmu a tym samym wagi wykonywanej pracy. A jest to szczególnie ważne w grupie zawodowej osób, odpowiedzialnych za ludzkie życie.

Najważniejszą częścią pracy była redefinicja funkcjonalności zawartej w produkcie. Decyzją podjętą w toku warsztatów, było stworzenie myjni PREMIUM, czyli produktu kompleksowo odpowiadającego na potrzeby całego personelu. Kluczową decyzją, była zmiana materiału wykonania myjni ze stali na materiał kompozytowy z domieszką nanocząsteczek srebra o właściwościach antyseptycznych. Dzięki tej zmianie mogliśmy nadać myjni płynne linie. Wnętrze misy pozbawione zostało niedostępnych ostrych krawędzi co pozwala na zdecydowanie łatwiejsze dbanie o czystość. Linia frontu urządzenia zyskała zagłębienia w formie fartucha ochronnego dla użytkownika. Zaprojektowaliśmy półki odkładacze na szczoteczki i pojemnik, służący do gromadzenia zużytych akcesoriów. Myjnia zyskała charakter monolitycznego UNITU, dyspozytory szczotek i ręczników zostały wkomponowane w bryłę nad misą, co zapobiega rozlewaniu wody poza urządzenie. Dostępna dla serwisanta przestrzeń kryje pojemniki z mydłem i płynem dezynfekującym, podawanym bezpośrednio do baterii. Kosze na zużyte akcesoria znajdują się w dolnej strefie myjni, dostępne są za pomocą dotyku kolanem.

Dzięki precyzyjnemu zdiagnozowaniu potrzeb grupy docelowej powstał produkt, który stał się jedną z wizytówek firmy. Pomimo wyższej ceny myjnia jest jednym z bestsellerów, ponieważ

odpowiada na rzeczywiste bolączki personelu sali operacyjnej. Produkt realnie zwiększa bezpieczeństwo higieniczne oraz ułatwia pracę wszystkim pracownikom.

Pozwolę sobie przytoczyć anegdotę, która pomimo humorystycznego zabarwienia mówi coś istotnego o projekcie. Jeden z klientów z dalekiego wschodu, poza zakupem urządzenia do szpitala, zażyczył sobie egzemplarz do własnego domu. Uznał, że jest to produkt na tyle atrakcyjny, że warto pochwalić się jego posiadaniem przed gośćmi. Uznaję to wydarzenie za komplement, zazwyczaj sprzęt medyczny nie stanowi atrakcyjnego obiektu, tutaj udało się specjalistycznym sprzętem wzbudzić niespodziewanie pozytywne emocje.

1.4 Uniwersalny język designu /komunikacja.

Kolejnym doświadczeniem, które miało wpływ na poszerzenie moich kompetencji zawodowych, była współpraca naszego studia z francusko - portugalską marką ENVY lighting (4). Po zapoznaniu się z naszym portfolio na jednej z wystaw targów branżowych, Prezes firmy zaproponował nam współpracę przy tworzeniu nowych produktów do katalogu marki.

Koncepcja ENVY polegała na współdziałaniu z projektantami różnych narodowości, gdyż zarządowi zależało na różnorodności i odświeżeniu swojego asortymentu. Przygotowaliśmy propozycje, z których wybrane zostały trzy kolekcje produktów – rodzina stolików i konsoli, oraz dwa zestawy oświetleniowe.

Praca w zespole międzynarodowym, złożonym z Francuzów i Portugalczyków, wymagała oczywiście pewnego wycucia na różnice kulturowe oraz niuanse w komunikacji, ale przebiegała

w przyjaznej i twórczej atmosferze. Wyzwaniem natomiast okazała się odległość geograficzna. Rozmowy toczyły się za pomocą poczty elektronicznej oraz komunikatorów. Taka sytuacja uczy poza specjalistycznym słownictwem w języku obcym, dyscypliny w przekazywaniu myśli. Rozmowy musiały być wcześniej przygotowane, pytania zredagowane, materiały do prezentacji wyjątkowo dobrze opisane – wszystko po to by uniknąć nieporozumień wynikających z braku kontaktu osobistego, możliwości żywej rozmowy przy fizycznych prototypach. Oczywiście otrzymywaliśmy próbki materiałów, pracowaliśmy na wspólnych modelach 3D, jednak nie wszystkie detale udało nam się wyegzekwować. Projektujemy produkty za pomocą wyobraźni i umysłu, ale i za pomocą zmysłów. Kontakt z prototypem przedmiotu jest konieczny na każdym etapie wdrożenia.

Rezultatem współpracy z *ENVY* jest wdrożona kolekcja **NOOBE**, na którą składa się konsola oraz dwa stoliki kawowe. Rodziny lamp **BUSHI** i **RAMY** zostały wyprototypowane i zaprezentowane na targach branżowych w Paryżu, ale nie doczekały się produkcji wielkoseryjnej ze względu na zmiany w firmie. Niestety, nastąpiła całkowita restrukturyzacja marki, zmiana zarządu i idei przewodniej firmy. Choć współpraca z marką *ENVY* nie przyniosła oczekiwanych rezultatów, była pouczającym doświadczeniem. Wymagała poprawienia umiejętności interpersonalnych, wyczuliła na niuanse różnic kulturowych. Tego rodzaju wyjście ze strefy komfortu z całą pewnością służy rozwojowi projektanta, pomaga w nabraniu koniecznej dozy pewności w wypowiedziach i egzekwowaniu realizacji założeń projektowych, również w obcym języku i na odległość.

1.5 Piękna technologia /prostota i funkcja.

Pracę z *MARMITE* (5) rozpoczęliśmy dość eksperymentalnym jak na powagę producenta projektem. Umywalka **ISLAND** cechowała się obecnością dużej funkcjonalnej wyspy wewnątrz misy, która służyła do odkładania mydła bądź innych akcesoriów higienicznych będąc jednocześnie maskownicą odpływu umywalki. Efekt był taki, że odpływu w umywalce nie było widać a woda znikwała pod wyspą. Główną przesłanką do powstania tego projektu, była jednak potrzeba zaistnienia w ofercie firmy: umywalki z baterią instalowaną wewnątrz misy. Ten postulat nasz projekt również spełniał. Powstała więc, forma niekonwencjonalna, o nieco abstrakcyjnym wyglądzie, która została zaprezentowana na targach branżowych i spotkała się z dużym zainteresowaniem, lecz nie biznesowym a raczej z kategorii „ciekawostki ze świata designu”.

Otrzymaliśmy od *MARMITE* informację zwrotną po targach, przekazano nam pozytywne i negatywne opinie. Dzięki takiemu wsparciu zaprojektowaliśmy, kolejną serię umywarek, które posiadały cechy wskazane przez klientów targowych, jako pozytywne. Tym razem projekt został wpisany precyzyjniej w „ducha” marki, formy wynikały z technologii produkcji. Umywalki zaprojektowane na bazie prostych przekształceń podstawowych brył geometrycznych, bardzo dobrze prezentowały się w matowym wykończeniu materiału kompozytowego gdyż eksponowały jego walory. Projektowanie staje się pasjonujące, kiedy pojawia się novum, - wyzwanie. Zetknięcie się z nową technologią jest takim wyzwaniem.

Trzeba zapoznać się z możliwościami materiału, nauczyć się jego właściwości oraz jak z nich korzystać. Nie mam złudzeń, projektowanie umywalki polega głównie na odnalezieniu dobrej formy, pracy z konwencją, posługiwaniu się detalem. Jej funkcja jest z góry zdefiniowana, ergonomia przewidywalna, ale dlatego właśnie można pozwolić sobie na poszukiwanie niuansów formy. Ta współpraca nauczyła mnie, umiejętności powściągnięcia ekspresji wyrazu na rzecz, zrozumienia bieżącej potrzeby klienta i wkomponowania nowej propozycji w istniejący asortyment, na tyle subtelnie, by była nowa lecz akceptowalna przez klienta docelowego, klasycznie bezpieczna, lecz z charakterem. Najwyraźniej nienachalne wzornictwo, okraszone jedynie „mrugnięciem oka” w postaci asymetrycznego, przeskalowanego odpływu – zyskało przychylność wśród branżystów. Seria **CADENCE** otrzymała wiele nagród, co ogromnie cieszy i stanowi potwierdzenie własnych kompetencji projektowych.

1.6 Magia marki /nowe horyzonty.

Każdy początkujący projektant marzy o pracy z producentami, którzy wyznaczają kierunki w danej branży, doceniają projektantów ale i swoich klientów, dostarczając produkty o szeroko pojętej wysokiej jakości. Taką nobilitacją było zaproszenie do współpracy przez markę NOTI (6). Od wielu lat obserwowałem kolejne realizacje tego producenta z szacunkiem dla spójności wizerunkowej – jasne było, że należy zaproponować rzecz spójną z duchem marki, ale przy pewnej prostocie formy - charakterystyczną.

Projekt powstał w oparciu o brief, firma wiedziała czego brakuje w jej asortymencie. Zaprojektowana została kolekcja **LOPP** składająca się z biurka, sekretarzyka i toaletki. Baza mebla we wszystkich przypadkach jest taka sama, poszczególne funkcje definiowane są poprzez dodatkowe akcesoria. Meble według zaleceń producenta są możliwe do złożenia przez klienta. Ta cecha oraz lapidarność konstrukcji opartej na nogach bez wzmacniających poprzeczek została uzyskana przez zastosowanie stalowego stelaża. Konstrukcja ta jest rdzeniem mebla, do niej montowane są nogi, szuflada oraz blat. Taki układ pozwala na zmniejszenie gabarytu przygotowanego do transportu produktu. Mebel jest wizualnie dość odważny, stanowi wyrazisty znak w przestrzeni pomieszczenia. Założenie projektowe wskazywało na przedmiot skromny, ale jak zawsze staraliśmy się dodać kilka drobiazgów funkcjonalnych.

Sekretarzyk wyposażony jest w zasobniki na akcesoria biura domowego, w jednym z nich znalazł się mediaport z gniazdem zasilającym oraz portami USB. . Toaletka poza szufladką i przegródką na drobiazgi posiada regulowane lustro. Na uchwycie regulacji można zawiesić naszyjnik. Meble narysowane są łagodnymi liniami, krawędzie są zmiękczone, przyjazne dla użytkownika. Szlachetnego charakteru nadaje meblowi zastosowanie naturalnego dębu lub orzecha. Dzięki dobrej jakości surowcom produkt powinien długo służyć właścicielowi. Miejscem docelowym dla kolekcji ma być przestrzeń domowa, apartamenty hotelowe, ale i biura, które zyskują dziś coraz bardziej domowy charakter.

Sprawdzeniem dla skuteczności projektanta jest, według mnie, między innymi relacja jaką nawiązujemy z naszymi klientami – a właściwie chciałbym powiedzieć współpracownikami, współtwórcami naszych produktów. Dopiero synergia między projektantem a producentem, rozumiana jako obustronne zaangażowanie w stworzenie najlepszej z możliwych wersji przedmiotu skutkuje dobrą realizacją. Nagrodą za pełne zaangażowanie są kolejne propozycje współpracy, tak też jest w przypadku współpracy z NOTI.

1. **MEBLE VOX** – Producent mebli, drzwi, artykułów wykończeniowych i dekoracyjnych dla domu. vox.pl

2. **ALVO MEDICAL** – firma dostarczająca rozwiązania i produkty dla bloków operacyjnych, sal operacyjnych hybrydowych, oddziałów intensywnej terapii, noworodkowych oddziałów intensywnej terapii, pomieszczeń przygotowawczych i innych. alvo.pl

3. **CONCORDIA DESIGN** – Usytuowana w Poznaniu instytucja zajmująca się prowadzeniem badań, wykonywaniem audytów wzorniczych, projektowaniem produktów i usług, badaniem trendów i tworzeniem strategii dla firm i instytucji. concordiadesign.pl

4. **ENVY lightning** – Portugalska marka produkująca oprawy oświetleniowe, lampy dekoracyjne oraz meble. lihting-envy.com

5. **MARMITE** – Producent sanitariatów wykonanych w technologii tzw. „łanego marmuru” - materiału kompozytowego w którego skład wchodzi dolomit - sproszkowane skały. marmite.eu

6. **NOTI** – producent mebli oraz akcesoriów wyposażenia wnętrz. noti.pl

02.

Praca na uczelni.

2.1 Przebieg pracy w Katedrze Designu 2005 -2019

Pracuję ze studentami Katedry Designu, Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu od 2005 roku. Otrzymałem propozycję współpracy w charakterze asystenta stażysty w Pracowni Projektowania Produktu Prof. zw. Tomasza Matuszewskiego, na piątym roku studiów. Realizując pracę dyplomową przysłuchiwałem się korektom, nie było wtedy mowy o czynnym udziale w roli dydaktyka. Poza oczywistym brakiem doświadczenia, nie miałem śmiałości czynić uwag moim rówieśnikom. Mimo to, wiele się nauczyłem w tym czasie, obserwując proces powstawania projektu, tok myślenia prowadzącego oraz kolegów studentów. Ponadto asystowałem we wszelkich przejawach aktywności pracowni. Wykonywałem prezentacje, realizowałem wystawy końcoworoczne. Po dyplomie pod kierownictwem Profesora Matuszewskiego, wziąłem udział w konkursie na asystenta, którego rezultat był dla mnie pomyślny - rozpocząłem etatową pracę. Program nauczania podzielony był wtedy na tzw. duży oraz mały program, w zależności czy dana pracownia była dla studenta wiodącą czy też uzupełniającą. Po czasie Profesor Matuszewski powierzył mi prowadzenie małego programu, dzięki czemu mogłem zdobywać pierwsze szlify w samodzielnym prowadzeniu tematów projektowych, przy życzliwej kontroli ze strony pryncypała.

Taki stan rzeczy trwał od 2006 roku do roku 2013, kiedy to uzyskałem tytuł doktora oraz stopień adiunkta. Pomyślnie przeszedłem konkurs na kierownika Pracowni Produktu i Struktur Użytkowych. Funkcję tą pełnię do dziś, prowadząc tematy semestralne, oraz dyplomowe ze studentami wszystkich lat.

Dodatkowo przez trzy lata prowadziłem zajęcia z techniki makietowania i modelowania dla studentów I roku Wzornictwa, które miały za zadanie oswoić młodych ludzi z wymogiem ucieleśniania własnych idei projektowych celem ich ewaluacji. Prowadziłem również zajęcia ze studentami Politechniki Poznańskiej, które miały na celu zaprezentowanie zawodu projektanta wzornictwa i zachęcenia przyszłych inżynierów do aktywnej współpracy z przyszłymi designerami.

Pełniłem również funkcję Promotora Przedsiębiorczości Akademickiej w latach 2010 – 2015 w Wielkopolskiej Platformie Innowacyjnej przy Wydziale Gospodarki, Urzędu Miasta Poznania. Było to przedsięwzięcie, łączące starania Uczelni wyższych Poznania (Uniwersytet Adama Mickiewicza, Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Artystyczny, Uniwersytet Przyrodniczy, Uniwersytet Ekonomiczny oraz Akademia Wychowania Fizycznego) dla promocji dokonań naukowców i studentów w środowisku przedsiębiorców. Tworzyłem oferty dla przedsiębiorców oferujące im szeroko pojętą współpracę z naukowcami i studentami naszej Uczelni. Za swoje zaangażowanie w tym projekcie otrzymałem nagrodę Rektora UAP.

Będąc asystentem, a później adiunktem brałem czynny udział w działalności Katedry Designu i Wydziału. Uczestniczyłem w corocznych plenerach projektowych, współorganizowałem, projektowałem i koordynowałem wystawy dyplomowe, oraz prezentacje wydziału na

Międzynarodowych Targach Poznańskich, współtworzyłem oprawę konferencji wydziałowych oraz publikację prezentującą sylwetki młodych pracowników wydziału. Od początku swojej pracy na stanowisku asystenta jestem zaangażowany w recenzowanie prac dyplomowych studentów naszego Wydziału, których napisałem kilkadziesiąt. Byłem członkiem Rady Wydziału w latach 2013-2017. Brałem udział w procesie rekrutacyjnym jako członek komisji egzaminacyjnej. Od trzech lat pełnię funkcję sekretarza Uczelnianej Komisji Rekrutacyjnej, współorganizując egzaminy wstępne dla wszystkich Wydziałów naszej Uczelni.

2.2 Pracownia Produktu i Struktur Użytkowych.

Objęcie kierownictwa jednej z Pracowni w Katedrze Designu, otworzyło całkiem nowy rozdział mojej pracy dydaktycznej. Otrzymałem kredyt zaufania od współpracowników i mentorów oraz poczucie pełnej odpowiedzialności przed studentami. Odczuwam również obowiązek zachowania dobrego imienia pracowni, której nazwę nadał przed laty Prof. Rajmund Teofil Hałas. Twórca naszego kierunku, osoba, która wyznaczyła pewne standardy nauczania oraz wspaniały projektant, którego twórczość osobiście bardzo cenię.

Gdybym miał podać słowo klucz dla mojej koncepcji nauczania wybrałbym słowo „Szacunek”. Myślę, że wszystko co dobre w projektowaniu podąża w ślad za tą wartością. Postaram się w kilku zdaniach rozwinąć to lapidarne stwierdzenie. Relacje ze studentami zawsze buduję na szacunku, dla ich osobowości, preferencji estetycznych, fascynacji projektowych niezależnie czy są zbieżne z moimi. Staram się aby korekta była dialogiem w kontrze do szkodliwej, moim zdaniem, postawy nauczyciela wszystkowiedzącego. Obserwuję dynamiczne zmiany, jakie zachodzą w mentalności młodych osób, staram się nie wartościować postaw, jednocześnie próbując przekazać to, co wydaje mi się ponadczasowo wartościowe. Wpajam, więc moim studentom szacunek dla odbiorcy naszej pracy.

Początek każdego procesu projektowego w pracowni to gruntowne określenie odbiorcy projektu, studenci definiują dla kogo przeznaczony jest produkt i dlaczego powinien powstać. Praca ta przebiega w toku poszukiwań w publikacjach, internecie, poprzez wywiady z grupami docelowymi, konsultacje ze specjalistami.

Użytkownik jest w centrum działań, wokół niego studenci budują strukturę projektu. Szacunek dla użytkownika, rozumiem również, jako dbałość o jego pozytywną relację z produktem. Dlatego wiele uwagi poświęcam na właściwe zdefiniowanie i opracowanie funkcjonalności przedmiotu. Zapraszam studentów do wcielenia się w przyszłego użytkownika projektowanych przez nich przedmiotów, przewidzenia jak przedmiot będzie używany i jakie będzie budził emocje. Staram się również uczyć szacunku do tworzywa jako medium pracy projektanta. Korzystając z moich doświadczeń zawodowych, uczulam studentów na świadome użycie materiału. Niezależnie od tego czy używają danego tworzywa w harmonijnej zgodzie z jego właściwościami czy też materiał staje się medium eksperymentu i działań w kontrze do jego cech. Szacunek dla środowiska naturalnego, który jest wielokrotnie tematem korekt, jest według mnie ściśle powiązany z próbami budowania i pielęgnowania świadomości przyszłego projektanta. Przedkładam tutaj wpajanie zawodowej rozwagi nad politykę nachalnego uświadamiania studentów. Osobiście jestem bardzo wyczulony na problem zanieczyszczania środowiska, a jako projektanci mamy na ten proces duży wpływ i jesteśmy zań współodpowiedzialni. Jednak istnieje wiele przekłamań i manipulacji w kwestii co jest, a co nie jest „ekologiczne”. Dlatego też staram się przekazać moim studentom postawę szacunku i odpowiedzialności za decyzje projektowe, ufając, że w przyszłości będą postępować świadomie i w zgodzie z etyką zawodu.

Jako praktyk chcę również nauczyć adeptów projektowania, szacunku do przyszłych klientów. Wzornictwo jest dziedziną usługową oraz zespołową, zależy mi aby studenci pojęli, że będą działać w interesie swojego klienta i w ścisłej współpracy z nim.

Tożsamość marki, możliwości technologiczne, cele finansowe, strategia rynkowa, klient docelowy, a w końcu ludzie, którzy ją tworzą – to elementy nie do pominięcia, które projektant powinien zrozumieć i brać pod uwagę. Dlatego w warunkach pracowni również rozmawiamy o postaci klienta – nawet jeżeli wyimaginowanego na potrzeby projektu.

2.3 Metodyka pracy.

Pracownia działa w trybie prowadzenia korekt i dyskusji w gronie uczęszczających na zajęcia studentów. Rozmowy mają otwarty charakter, zachęcam studentów do prowadzenia dialogu z kolegami, wsparcia intelektualnego, jak i konstruktywnej krytyki.

Każdego roku przygotowuję nowy zakres tematyczny. Zazwyczaj jest to około pięciu tematów, które konstruuje tak aby dawały przestrzeń do twórczych interpretacji, ale jednocześnie stanowiły punkt odniesienia dla studenta. Zawsze proponuję również temat wolny, głównie dla studentów wyższych lat. Jestem otwarty na tematy proponowane przez studentów, oczywiście czuwając, aby ich zakres i stopień trudności był dopasowany do efektu dydaktycznego jaki zakładam osiągnąć. Tematy takie wynikają często z indywidualnych pasji, zauważonego problemu projektowego, wewnętrznego imperatywu, co często skutkuje świetnymi, dogłębnie

„przepracowanymi” realizacjami. Ponadto w pracowni realizowane są tematy konkursowe. Studenci biorą udział w konkursach zamkniętych, organizowanych w katedrze we współpracy z partnerem zewnętrznym, jak i w konkursach otwartych. Studenci podejmują się zadań na różnych poziomach trudności, dotyczą zróżnicowanej problematyki. Dzięki temu, mają możliwość rozwinięcia zdolności logicznego myślenia, analizy technicznej i poszukiwania rozwiązań formalnych, ale również wzbogacenia swojej wrażliwości, zmysłu obserwacji, pewnej czujności tak ważnej dla projektanta.

Niejednokrotnie studenci podejmują tematy na pozór mniej atrakcyjne, dotyczące wykluczenia społecznego, niepełnosprawności. Takie projekty powstają w toku konsultacji ze specjalistami – opiekunami, terapeutami, badaczami. Niezależnie od poruszanego problemu praca przebiega w powtarzalnych etapach:

- 1. Zdefiniowanie problemu projektowego.**
- 2. Budowanie założeń projektowych – zdefiniowanie odbiorcy oraz potencjalnego producenta.**
- 3. Analiza istniejących rozwiązań, badanie rynku.**
- 4. Budowanie mapy myśli, moodboardu – poszukiwanie kontekstów kulturowych, inspiracji wizualnych, technologicznych.**
- 5. Jeżeli projekt tego wymaga, konsultacje ze specjalistami.**
- 6. Ewaluacja założeń projektowych.**
- 7. Dobór materiałów i technologii.**
- 8. Poszukiwanie funkcji i formy – rysunek prezentacyjny, makietowanie.**
- 9. Wybór jednej koncepcji i jej dopracowanie.**
- 10. Prezentacja projektu.**

2.4 Warsztat pracy studentów.

Warsztat, jakiego wymagam od studentów to zestaw wielu umiejętności, twardych i miękkich. Podstawą codziennej pracy jest umiejętność wizualizowania koncepcji. Językiem projektanta jest w dużej mierze obraz, studenci tworzą mapy myśli, moodboardy, szkicują, makietują, tworzą prototypy oraz modele 3d i wizualizacje. Rozumiejąc indywidualne predyspozycje, pozostawiam każdemu studentowi wybór techniki przekazu jaką się posługuje, jednocześnie wymagając precyzji i czytelności komunikatu. Uczelnia oferuje studentom możliwość doskonalenia, umiejętności w zakresie rysunku prezentacyjnego, makietowania oraz użycia platform do modelowania CAD. Działania studentów w pracowni polegają zatem na wdrażaniu tych umiejętności w życie w procesie projektowym i na etapie prezentacji jego rezultatów. Staram się, aby młodzi ludzie nie korzystali z nabytych kompetencji mechanicznie, a raczej twórczo dobierali środki wyrazu do potrzeb projektu. Do warsztatu projektanta należy również gromadzona wiedza na temat technologii przemysłowych. Każdy projekt powstający w procesie dydaktycznym jest opracowany z myślą o konkretnym procesie produkcji. Jeżeli technologia jest ogólnie dostępna, studenci podejmują próby z materiałem. Jeżeli projekt wymaga zastosowania technologii niedostępnej, studenci starają się osiąść wiedzę pozwalającą na zbudowanie wiarygodnych założeń materiałowo – wykonawczych.

Studenci dzielą się również swoimi pasjami, zainteresowaniami i dotychczasowymi dokonaniem na forum pracowni w celu oswojenia się z wypowiedziami publicznymi.

Bliska jest mi koncepcja kreowania wewnątrz pracowni warunków w pewnych aspektach odzwierciedlających pracę studio projektowego. Staram się pełnić w tej sytuacji rolę koordynatora projektu, wspierać młodych twórców poprzez zadawanie odpowiednich pytań, prowokować refleksje, budować poprawną ramę, na której powstaje struktura projektu. Dbam o chronologię i staram się zachować pewną dyscyplinę, aby studenci wypracowali swoją własną metodykę pracy. Mam świadomość, że nie przygotowuję projektanta na wszystkie okoliczności pracy zawodowej, ale mogę wyposażyć go w narzędzia niezbędne do podjęcia wyzwania. Tutaj niezwykle przydatne okazują się moje doświadczenia z życia zawodowego. Praca z różnymi producentami, dysponującymi różnymi parkami maszynowymi, technologiami, zakresami budżetowymi i adresującymi swoje produkty do bardzo zróżnicowanego odbiorcy, daje mi wyraźny obraz mechanizmów rynku pracy projektanta.

Wiele satysfakcji sprawia mi prowadzenie prac dyplomowych. Wpływa na to większa ilość czasu jaką student może poświęcić na każdy etap procesu projektowego jak i duża determinacja dyplomantów do osiągnięcia jak najlepszego rezultatu pracy. Dyplomy powstałe w pracowni, były prezentowane na międzynarodowych i krajowych wystawach, dostrzegane w przeglądach najlepszych dyplomów projektowych, a także nagradzane w konkursach.

Pracownia od 2013 roku, gościła około stu pięćdziesięciu studentów, różnych lat, kierunków i narodowości. Pod moją opieką powstały lub są w trakcie 24 dyplomy licencjackie i magisterskie. Mam szczerą nadzieję, że absolwenci mojej pracowni otrzymali przygotowanie do kolejnego etapu swojej nauki już poza murami Uczelni.

3.1 Dzieło wskazane jako podstawa do wszczęcia postępowania habilitacyjnego.

Kolekcje NODE, HIPS, ARCH, HEY. Holistyczna wizja wdrożenia produktu.

Bywa, że projektant spotyka producenta, który staje się sojusznikiem jego rozwoju. Dla mnie takim partnerem jest marka FAMEG. Producent jest spadkobiercą spuścizny intelektualnej i wytwórczej Michaela Thoneta. Fabryka została założona w Radomsku w 1881 roku pod nazwą „Bracia Thonet” przez synów Michaela – Augusta i Karola. Od lat 50-tych, po restrukturyzacji i fuzji z zakładem Ksawery Wünsche i S-ka, producent znany jest pod nazwą Fabryka Mebli Giętych. FAMEG dziś jest jednym z największych producentów drewnianych mebli giętych w Europie i jednym z liderów tej branży na świecie.

Współpracę z FAMEGiem rozpoczęliśmy w 2016 roku, myślę, że nie będzie nadużyciem stwierdzenie, że znaleźliśmy dość szybko wspólny język co przełożyło się na doskonałe porozumienie. FAMEG jest firmą rodzinną, prowadzoną przez niezwykle zdeterminowanych ludzi z pasją. Właściciele, rozumieją potrzebę rozwoju marki. Pragną stworzyć nowy wizerunek firmy, posiadającej wszystkim znaną historię i podziwiane wzory, ale budującej również swoją współczesną tożsamość. Budowanie jest wielotorowe: inwestycje w restrukturyzację zasobów, budowę nowych linii technologicznych, ale również tworzenie marki za pomocą designu. Specjalne porozumienie, o którym pisałem wcześniej zaowocowało do tej pory wdrożeniem pięciu kolekcji meblowych, które stanowią nową wartością dla marki. Każda z kolekcji powstała w oparciu o analizę asortymentu FAMEGu, każda posiada inny charakter, i jest przeznaczona dla innego odbiorcy.

03.



Szczególnie ważne i satysfakcjonujące dla mnie jest to że, każda kolekcja charakteryzuje się przełamywaniem schematów produkcyjnych. Często są to tylko drobiazgi, których nie uświadamia sobie odbiorca, ale mają one wpływ zarówno na wizualny odbiór produktu, jak i na jego niepowtarzalność technologiczną. Wprowadzanie choćby niewielkich zmian to krok do przodu dla producenta, potencjalnie początek nowej ścieżki a czasem rewolucji. Każdy produkt, który zbudowany jest inaczej niż poprzednie, przełamuje barierę w ludzkim myśleniu, oswaja cały zespół z koniecznością zmiany, uzmysławia, że jest ona możliwa.

Chciałbym wskazać jako wybrane osiągnięcie artystyczne cztery kolekcje meblowe – **NOD** (zdj.03), **HIPS** (zdj.04), **ARCH** (zdj.05) oraz **HEY** (zdj.06) zaprojektowane dla marki FAMEG. Zdecydowałem się na wybór powyższych rodzin mebli, ponieważ wszystkie mają wspólny mianownik w postaci tradycyjnej techniki gięcia drewna, ale każda z kolekcji zawiera rozwiązania funkcjonalne, estetyczne oraz technologiczne, które są nową wartością dla marki FAMEG.



04



05



06

3.2 Adresowanie produktu. Wizja marki, jakie powinny być nowe meble, dla kogo projektujemy.

„Good design admits to the deeper insight that beyond performing a purpose in a good way, the purpose itself has to be good”

„Dobry design w głębszym znaczeniu zakłada, że poza osiągnięciem celu we właściwy sposób, sam cel musi być właściwy.”

Konstantin Grcic

Jak już wspomniałem, ważnym elementem wstępnych prac nad projektem, jest kwestia zdefiniowania potrzeby producenta, oraz określenie przeznaczenia przedmiotu, jego odbiorcy. Każda marka posiada swoją politykę wdrożeniową: spotkałem się zarówno z opisywanymi powyżej ściśle określonymi briefami, jak i dochodzeniem do meritum w drodze pracy warsztatowej metodami Design Thinking. FAMEG jest marką z ogromną tradycją, ale w nowych rękach znajduje się od 2013 roku. Ten rok był przełomowy, można powiedzieć, że marka rozpoczęła swoje nowe życie. Rezultatem tego stanu rzeczy jest bardzo autorskie podejście do kreowania nowych produktów.

Produkty powstają w bardzo małym gronie decydentów, żeby w kolejnym etapie trafić w ręce sztabu technologów i konstruktorów. Brak sztabu ludzi odpowiedzialnych za budowanie briefu, skutkuje kondensacją odpowiedzialności za tworzenie założeń projektowych w rękach projektanta. Otrzymaliśmy duże zadanie, analizy rynku, asortymentu marek o podobnym profilu, przeglądu trendów i technologicznych nowości. Praca rozpoczęła się od analizy portfolio FAMEGu i poszukiwania obszarów, w które należy wpisać nową propozycję.



07

Pierwszym projektem dla marki była kolekcja **NOD** (zdj. 07). Analizując asortyment FAMEGu, zauważyliśmy potrzebę stworzenia rodziny mebli o współczesnej, bardzo charakterystycznej sylwetce, która byłaby w pewnym sensie rzuceniem wyzwania dotychczas istniejącym w portfolio firmy wzorom. Marka posiadała bogaty asortyment mebli historycznych, na czele z ponadczasowymi giętymi klasykami oraz pewną ilość mebli współczesnych. Nowe wzory charakteryzowały się pewną szlachetną surowością prostych linii. Uzupełnienie kolekcji miało więc polegać na działaniu w kontrze do zastanych wzorów. Świadomie zaproponowaliśmy dość odważne formalnie rozwiązania. Motywem przewodnim stało się użycie dwóch wyprasek stanowiących oparcie oraz siedzisko, niejako zawieszone nad nieco ciesielską w charakterze konstrukcją bazy krzesła. Ponadto formy wyprasek, wycięte zostały miękką linią - nie posiadają ani jednego odcinka prostego. Konstrukcja oskrzyni i nóg, wykonana z drewna litego o okrągłym przekroju podkreśla miękkość mebli, kontrastującą z prostokreślnymi liniami sylwet pozostałych nowoczesnych kolekcji. Założyliśmy, że kolekcja **NOD** będzie zauważalnym produktem, nową wartością dla marki. Rodzina była zaprojektowana z myślą o sprzedaży kontraktowej, przeznaczona do lokali gastronomicznych, hoteli oraz innych przestrzeni publicznych. Konsekwencją powyższego, było rozszerzenie kolekcji o bryły przeznaczone do różnych funkcji. Inwestorzy oraz architekci wnętrz, chętnie wybierają kolekcje, dzięki którym mogą spójnie wyposażyć całą przestrzeń projektowanej inwestycji. Dlatego rodzina **NOD** składa się z krzesła, krzesła barowego o dwóch wysokościach, fotela oraz stołów - kawowego i barowego. Dużą popularnością cieszy się fotel, który dedykowaliśmy przestrzeniom lobby hotelowych, foyer, kawiarni. Fotel posiada bardzo szerokie siedzisko. Poza zapewnieniem wygody, użytkownik może

dzięki temu podeprzeć się dłońmi przy wstawaniu, przestrzeń pozwala również na odłożenie przedmiotów osobistych, na przykład damskiej torebki.

Idąc naprzeciw wymogowi indywidualizacji produktu, **NOD** zaprojektowaliśmy tak aby poszerzyć możliwości konfiguracyjne kolekcji. Zatem, poza możliwością wyboru z pełnej palety kolorów, gatunków drewna, wyboru tapicerki – stelaż, siedzisko i oparcie można wybarwiać osobno. Jest to możliwe dzięki konstrukcji, którą można malować jeszcze przed złożeniem całego mebla. Architekci wnętrz otrzymują zatem produkt, którego charakter można swobodnie kreować.

Kolekcja sprawdziła się jako świeża i zauważalna propozycja, otrzymała nagrody **Must Have**, i **German Design Award, Special**. Została również wybrana przez Dorotę Koziarę do wystawy **Top10**, która odbyła się w Galerii Wnętrz Domar we Wrocławiu, podczas *Dziesiątej Nocy z Designem*.

Inne przeznaczenie ma kolekcja **HIPS** (zdj. 08). Zamierzeniem było stworzenie, dość lekkiego, niedrogiego mebla, który powinien sprawdzić się w przestrzeni punktów gastronomicznych, z języka angielskiego zwanych *food court*, jak i w przestrzeniach kawiarnianych i barowych. Mebel taki powinien mieć nieformalny charakter, obniżony stopień elegancji. Postanowiliśmy kolejny raz wzbogacić ofertę producenta o produkt o bardzo miękkich liniach. Rodzina składa się z krzesła oraz fotela. Nieformalny charakter uzyskany został przez zastosowanie pojedynczej, głęboko prasowanej formatki łączącej funkcje siedziska i oparcia. Zarówno baza mebla jak i część przeznaczona do siedzenia, posiadają miękkie, płynące linie. Codzienny charakter podkreślony został również dzięki występowaniu szerokiego niskiego fotela w wersji bez tapicerki. Dzięki temu otrzymujemy mebel, który kreuje niezobowiązująca atmosferę

08



przestrzeni w której funkcjonuje. Forma **HIPS** łatwo poddaje się zmianom wizerunku w zależności od wykończenia. Duże połacie rysunku drewna w wersji bezbarwnej, dodają odrobinę szlachetności formie, malowanie w intensywnych kolorach podkreśla dynamizm mebla, wersja tapicerowana – wizualnie uspakaja. Powyższe cechy lokują kolekcję wśród mebli uniwersalnych z przeznaczeniem na „codzienne” okazje.

Całkowitą odwrotnością powyżej opisanych złożań projektowych, jest projekt rodziny mebli **ARCH** (zdj. 09). Ideą było dodanie do portfolio firmy eleganckiego mebla o wysokim standardzie wykończenia, wykonanego przy pomocy nowych technologii. **ARCH** jako skrót od architektury, oraz nawiązanie do angielskiego arch (łuk, sklepienie łukowe) odnosi się w warstwie inspiracyjnej do klasycznych motywów architektonicznych. Geometria krzesła oraz fotela, posiada klasyczny rys, ale detale świadczą o współczesności zamysłu. Pocieniane, strzeliste nogi mają nadać subtelności sylwetce, podcięcia w oskrzyni wyszczuplają konstrukcję. Oparcie z giętej sklejki eksponuje dużą połąć naturalnego drewna, szczególnie w wersji wykonanej z dębu, rysunek usłojenia i struktura podkreślają szlachetność produktu. Kolekcja jest adresowana do eleganckich przestrzeni o podwyższonym standardzie. Technologia wykonania oraz wymagająca produkcyjnie dbałość o precyzję lokują rodzinę **ARCH** w kategorii produktów premium. Meble należą do najbardziej kosztownych w ofercie, ale było to wpisane w założenia projektowe. Projekt uzupełnia portfolio produktowe i wzmacnia wizerunek marki, dzięki zainteresowaniu mediów i klientów.



HEY jest z kolei rodziną stołów i stolików, która została zaplanowana jako alternatywa dla stołów z blatem wykonanym z drewna osadzonym na stalowej nodze. Dominacja takiego modelu stołu w kawiarniach i restauracjach jest przytłaczająca. Oczywiście ma to swoje uzasadnienie, konstrukcja stalowej bazy daje stabilność oraz wieloletnią wytrzymałość. Takie rozwiązanie jest niezastąpione do lokali gastronomicznych o dużym natężeniu ruchu. FAMEG choć jest producentem znanym z wytwarzania mebli drewnianych, także używa stalowych podstaw do blatów swojej produkcji. Podjęliśmy zatem próbę zaprojektowania alternatywnej wersji bazy do blatów, wykonanej ze sklejki giętej. Tym razem cały mebel jest spójny materiałowo, a producent może bazować w stu procentach na swojej technologii. Pomimo drewnianej konstrukcji, udało się uzyskać bardzo stabilny mebel – dzięki specjalnemu łączeniu poszczególnych nóg w „kolumnę” o dużej sztywności. Propozycja jest kierowana do lokali o umiarkowanym natężeniu ruchu, gdyż drewno oczywiście nie może równać się z trwałością metalu w codziennym użytkowaniu. **HEY** nadaje jednak wnętrzu charakteru, dzięki specjalnemu ukształtowaniu nóg, o czym wspomnę jeszcze dalej.

3.3 **Technologia.** Inspiracja, źródło piękna, przewaga rynkowa.

Jeden z moich ulubionych projektantów *Ronan Bouroullec* porównuje dobry projekt do doskonale przyrządzonego dania, w którym znajdują się odpowiednie składniki w odpowiednich ilościach. „*Żadnego składnika nie może zabraknąć, żaden nie może dominować, aby nie zepsuć smaku.*” Kuchnia francuska jest jedną z najlepszych na świecie, więc przyjmuję to nieco żartobliwe

porównanie. Jednym z kluczowych składników w przygotowaniu udanego produktu jest odpowiednie użycie technologii.

Technologia jest olbrzymim atutem marki FAMEG. Gięcie drewna pomimo prostej zasady ma w sobie coś niezwykłego, można to zaobserwować podczas pokazów organizowanych przez firmę. Widzowie obserwują proces z wyraźną fascynacją. Plastyczność parowanego drewna jest zaskakująca, formy które powstają w wyniku pracy gięciarzy są przewidywalnym od dziesiątek lat powtarzanym wzorem przemysłowym a jednocześnie formą bliską naturze. Jednak gięcie litego drewna to tylko jedna z technologii FAMEGu. Firma posiada linię produkcyjną sklejk i potrafi ją kształtować za pomocą pras. Rozwój technologiczny zaowocował stworzeniem zaawansowanego parku maszyn na czele z frezarkami pięcioosiowymi CNC. Do projektanta należy twórcze korzystanie z technologii, łączenie starego z nowym, dla najlepszego efektu wizualnego i wydajnościowego.

Ważne, aby poszukiwać wartości w technologii marki, można w ten sposób stworzyć produkt budujący jej przewagę rynkową, a jednocześnie satysfakcjonujący dla odbiorcy. Każdy z opisanych poniżej projektów wnosi nową wartość technologiczną, każdy był wyzwaniem dla całego zespołu. Ale jeżeli działanie na granicy możliwości technologicznych zakończy się udanym wdrożeniem, można mieć pewność niepowtarzalności technologicznej produktu. Dzięki takiemu podejściu wzmocniona jest marka, jej możliwości stają się jeszcze bardziej unikatowe. Trudne wykonawczo produkty są certyfikatem umiejętności, jak i gwarantem uniknięcia niepożądanego kopiowania wzorów, przez nieuczciwych konkurentów. Formowanie sklejki jest łatwą operacją pod warunkiem,

że gięta jest ona w jednej płaszczyźnie. Jednak w takim procesie powstają wytłoczki mało przestrzenne, brakuje im wyrafinowania i lekkości w prowadzeniu linii. Wyginanie w kilku płaszczyznach, skutkuje często rozwarstwieniem się sklejk, pękaniem wytłoczki, ponieważ duże siły działają na materiał jednocześnie w wielu kierunkach.

Pierwszym wyzwaniem produkcyjnym była kolekcja **NOD**. Chociaż prasowanie nie jest bardzo głębokie, mulda oparcia jest uprzestrzenniona nieliniowo. Nie chcieliśmy rezygnować z tego zabiegu, który był charakterystyczną decyzją formalną i poprawiał wygodę siedzenia. Skutkowało to wielokrotnymi przeróbkami geometrii oparcia i siedziska oraz pracą z konstruktorem nad niuansami gięcia powierzchni. Finalnie udało się pozostać przy mniej oczywistej geometrii gięcia, która zdecydowanie wzbogaca wizualnie sylwetkę mebla. Ponadto pracowaliśmy nad węzłem konstrukcyjnym bazy mebla, który miałby wyrazisty charakter, był ażurowy a zarazem spełniałby wymogi silnego wiązania. Najpewniejszą konstrukcją oskrzyni krzesła jest pełna skrzyniowa zabudowa. Zaprojektowana przez nas baza była przeciwieństwem powyższego. Jednak, dzięki przypominającemu ciesielski węzeł łączeniu ażurowej oskrzyni z nogami uzyskaliśmy bardzo stabilną całość.

Wspiana dla projektanta jest możliwość czynnego uczestniczenia w procesie powstawania produktu. Nasza współpraca z marką FAMEG polega właśnie na aktywnym działaniu z prototypami i materiałem. Spędzamy w fabryce wiele godzin, na wprowadzaniu poprawek, szukaniu rozwiązań, dyskusjach z zarządem, modelarzami oraz technologami. Po każdym etapie prototypowania наносimy swoje poprawki (zdj. 10), czasem w postaci opisów, czasem wykonujemy makiety w skali 1:1, które później przekładane są przez modelarzy na wzory z surowca docelowego.





Wykonanie kopyta do wypraski, wymaga nakładów czasu i finansów, dlatego staramy się rzetelnie sprawdzić wszystkie możliwości zanim ten etap zostanie zlecony.

Kolekcja **HIPS** jest pod względem formowania sklejk dużym osiągnięciem. Oczywiście istnieją na świecie technologie pozwalające na bardzo głębokie tłoczenie sklejk, ale jest to zupełnie inna technologia, do której materiał jest specjalnie preparowany, aby uzyskać większą plastyczność. FAMEG nie posiada powyższej technologii, opiera się o tradycyjną metodę gięcia. Oparcie i siedzisko połączone w jednej formie, kształtowanej wielopłaszczyznowo, bez linii prostych było niezwykle trudne. Ale nie to, jest najważniejszą cechą kolekcji.

HIPS jest w całości wykonany z giętej sklejki, łącznie z bazą mebla. Nie ma w tym produkcie ani jednego elementu wykonanego z litego drewna oraz ani jednego elementu prostokreślnego. Można by pokusić się o stwierdzenie, że z technologicznego punktu widzenia, kolekcja jest emanacją możliwości marki. Dodatkową cechą charakterystyczną jest wykorzystanie po raz pierwszy przez FAMEG sklejk o zmiennej grubości. Warstwy tworzące stos, układane są w rodzaj wachlarza dzięki czemu możemy w procesie prasowania otrzymać tę zróżnicowaną grubość. **HIPS** posiada zespół siedziskowo-oparciowy oraz nogi wykonane w ten sposób. Dzięki temu zabiegowi otrzymuje się lekkość wizualną i fizyczną produktu. Krawędź sklejki zmienia się po obwiedni kształtu mebla. Niesie to ze sobą korzyści konstrukcyjne. Tam gdzie wypraska musi posiadać dużą sztywność i wytrzymałość oraz miejsce na montaż do podstawy – sklejka oscyluje w granicach 15 mm grubości. Natomiast górna krawędź oparcia oraz krawędź siedziska mają 9mm grubości, dodając meblowi subtelności. Nogi również zwężają się ku dołowi w celu nadania konstrukcji smukłości.

Budowa kolekcji **ARCH** (zdj. 11) jest konglomeratem starej technologii gięcia sklejką z zaawansowaną technologią frezowania CNC. Oparcie jest wykonane z jednej wypraski, tutaj również zostało zastosowane pocienianie materiału. W miejscu osadzenia na bazie oparcie posiada zwiększoną grubość, aby zmieścić się wpust montażowy. Baza mebla jest w całości wykonana za pomocą pięcioosiowej frezarki numerycznej. Dzięki zastosowaniu tego urządzenia, możliwa jest bardzo precyzyjna obróbka, idealne oddanie nadanych przez projektanta linii oraz stuprocentowa powtarzalność. Piszę o tym, ponieważ nie jest to zjawisko oczywiste. Szczególnie w meblach giętych istnieje pewna tolerancja wymiarowa, każdy mebel jest odrobinę inny. Oczywiście jest to składowa uroku giętych klasyków i może być traktowana jako cecha dodająca im wyjątkowości. Jednak **ARCH** należy do kategorii mebli, od których wymaga się doskonałego spasowania elementów i precyzyjnie wykonanych detali. Tego rodzaju forma w masowej produkcji jest możliwa do wykonania jedynie za pomocą zaawansowanych narzędzi. Cieszę się, że mieliśmy okazję zaprojektować kolekcję, która łączy stare z nowym. Myślę, że przy dużym szacunku dla tradycji, firma będzie rozwijać się również w kierunku pozyskiwania nowych technologii. Dla marki jest to mebel o tyle cenny, że zminimalizowane są do minimum możliwości popełnienia błędu. Zmniejsza się dzięki temu odsetek reklamacji i odbiorca otrzymuje gwarancję niezawodnego produktu. Ponadto nie jest możliwe wykonanie podobnego przedmiotu, bez odpowiedniego parku maszynowego, fakt ten zapewnia niepowtarzalność wzoru.

Rodzina stołów **HEY** (zdj. 12) również inspirowana jest technologią FAMEGu. Postawiliśmy sobie zadanie zaprojektowania bazy stołu z giętej sklejką, która przy minimalnym nakładzie produkcyjnym będzie oferować klientom różne odsłony formalne.



Meritum projektu jest wykorzystanie jednej wypraski, która jest produkowana w dużym formacie. Następnie wypraska jest cięta na pasy, tworząc nogi stołu. Nogi te frezowane są na dwa sposoby, tak aby składały się w kolumnę trójnożną bądź czteronożną. Jedna zmienna sprawia zatem, że do dyspozycji mamy bazę z trzema nogami, przeznaczoną do blatów okrągłych oraz bazę z czterema nogami do blatów kwadratowych. Nogi przed sklejeniem w kolumnę mogą być również wykończone na dwa sposoby. Istnieje wersja z wyoblonym zakończeniem oraz wersja, w której noga jest trapezowo pocieniana i posiada prostokątne zakończenie. Tutaj powtórnie jedna operacja decyduje o charakterze mebla: może mieć łagodny, przyjazny, miękki charakter lub bardziej klasyczny, smukły i „poważny” wizerunek. Zaplanowanie cyklu produkcyjnego **HEY** pozwala na stworzenie kilku odsłon wizualnych mebla za pomocą niewielu, prostych operacji.

3.4 Odczucia użytkownika. *Form follows Emotion?*



Form follows function – wszyscy znamy ten szyk wyrazów, złożony w proste stwierdzenie autorstwa architekta *Louisa Sullivana*. Logika projektowania zapisana za pomocą trzech słów, znajduje swoich wyznawców do dziś. Ta sentencja jest mi bliska, choć nie powinna według mnie być dogmatem projektanta. Inne zdanie – *Form follows Emotion*, wydaje się stać w kontrze do oryginału. Jednak wzornictwo to dziedzina wielowymiarowa, forma powinna podążać za funkcją, ale i nie lekceważyć potrzeb emocjonalnych odbiorcy. Precyzyjnie zaprojektowana funkcja, może skutkować pięknym produktem, tak jak piękne może być równanie matematyczne. Jednak moim zdaniem

projektanci powinni być po trosze humanistami, czerpać nie tylko z logiki, ale i z kultury, operować konwencją, umiejętnie cytować, wyposażać swoje produkty w cechy budzące emocje. Bardzo życzyłbym sobie, aby produkty, które projektuję zyskiwały sympatię użytkownika, lub przynajmniej nie były mu obojętne.

Chciałbym zatem pozostać przez chwilę przy wątku emocji jakie chcemy wywoływać naszymi produktami w odbiorcy. Na wstępie chciałbym zaznaczyć, że nie chodzi tutaj o manipulowanie odczuciami klienta a raczej komunikację z nim, nawiązanie pewnego dialogu bez słów, za pomocą form. Wierzę, że użytkownik nawet nieświadomie, odbiera pozytywne emocje zapisane przez autora w produkcie. Mam tu na myśli, zaangażowanie projektanta w każdy detal, dbałość o każdą linię, niezgodę na zaniechanie tam, gdzie jest pole do udoskonalenia produktu. Produkt, który został zaprojektowany bez należytej staranności i emocjonalnego zaangażowania, nigdy nie zdobędzie zaufania i sympatii odbiorcy. Przedmiot może być jak jednozdaniowy wiersz haiku, jak wyrafinowana poezja lub ogłoszenie w gazecie codziennej. Wszystkie powyższe są potrzebne, mają swoje miejsce i odbiorców, różnią się językiem form, którym projektant powinien potrafić się posługiwać.

Dobór środków wyrazu, podporządkowujemy zatem emocjom, jakie pragniemy przekazać. Podczas targów oraz premierowych prezentacji organizowanych przez FAMEG, miałem okazję przyglądać się ludziom, którzy po raz pierwszy spotykali się z naszymi produktami. Wielokrotnie pewne zachowania ludzi powtarzały się, w kontakcie z poszczególnymi meblami. Kolekcja **ARCH** jak już wspomniałem posiada w rzeźbiarski sposób podcinaną konstrukcję oskrzyni i nóg (zdj. 14). Wiele osób siadając na meblu instynktownie przeciągało dłońmi wzdłuż podcięcia, zwróciłem na to uwagę ponieważ sam wykonałem podobny gest podczas pierwszej interakcji z prototypem.





Kształty, struktura naturalnych materiałów, mogą zachęcić do bardziej zmysłowego zapoznania się z przedmiotem. Tak, jak przyjemne może być trzymanie w dłoni idealnie gładkiego kamienia wyrzuconego przez morze, tak satysfakcjonujący może być kontakt z łagodnie ukształtowaną linią produktu. Wiedząc, że **ARCH** ma się odnaleźć głównie w restauracjach, wzięliśmy również pod uwagę z jakiej perspektywy zazwyczaj prezentują się meble w takich przestrzeniach. Krzesła przysunięte do stołów oglądane są głównie od tyłu, dlatego zadbaliliśmy estetyczne łączenie oparcia z oskrzynią oraz wyeksponowaliśmy dużą powierzchnie nietapicerowanego drewna. **HIPS** (zdj. 13) był często unoszony przez uczestników prezentacji, zapewne w celu sprawdzenia fizycznej wagi krzesła, które wygląda na lekkie. Ludzie chętnie siadali na rozłożystym siedzisku fotela **NOD** testując różne ułożenia załączonej poduszki. Zainteresowanie budziła również nietypowa konstrukcja, zaglądano pod „lewitujące” nad oskrzynią siedzisko (zdj.15). Nie twierdzę, że wszystkie emocje związane z naszymi produktami są pozytywne, każdy produkt znajduje grono sympatyków i przeciwników. Myślę jednak, że opisywane przedmioty nie pozostawiają odbiorcy obojętnym. Ponadto komunikaty zapisane w formie mebli, czytelnie dla klienta, klasyfikują poszczególne kolekcje do zaplanowanych przez nas zastosowań.

3.5 Holistyczne rozumienie wdrożenia. *Kompleksowa opieka nad produktem.*

Postanowiłem wybrać produkty wdrożone z marką FAMEG jako wskazane dzieło do postępowania habilitacyjnego również z powodu kompleksowego charakteru naszych działań. Opisywałem wcześniej proces budowania założeń projektu, pracę nad doborem technologii oraz starania aby język form znalazł akceptację odbiorcy docelowego. Jednak na tym nie kończy się zakres odpowiedzialności projektanta. Mieliśmy możliwość zająć się również pełnym zakresem prezentacji naszych produktów. Jesteśmy zaangażowani we wszystkie sesje zdjęciowe (zdj. 16). Planujemy w jakim kontekście produkty mają być sfotografowane i czynnie uczestniczymy w sesjach. FAMEG jest producentem skupionym głównie na meblach do siedzenia i stołach. Oferta firmy kierowana jest do klientów kontraktowych, przestrzenie prywatne są na drugim planie. Dlatego też postawiliśmy na abstrakcyjne sesje zdjęciowe, pozbawione bogatej aranżacji. W roli scenografii występują więc proste rekwizyty, które jedynie mają przywołać na myśl kontekst przestrzeni. Abstrakcyjne ramy przypominają stolarkę okienną, abstrakcyjne bryły zastępują kontuar przy którym stoją hokery. Działamy głównie samymi meblami, ich kolorystyką i strukturami tapicerki, rodzajami drewna, tak aby to one były podmiotem fotografii.





17

Właściciele FAMEGu powierzyli nam również zaprojektowanie wszystkich wystaw targowych (zdj. 17) na imprezach branżowych. Zależało nam bardzo na zmianie wizerunku firmy, na uwspółcześnieniu wystaw. Postąpiliśmy zatem podobnie jak w przypadku sesji zdjęciowych. Zbudowaliśmy wizualnie wyczyszczone przestrzenie, które dobrze eksponowały produkty. Aby nadać spójności wizerunkowej, używaliśmy również wybranych motywów, znanych z sesji zdjęciowych. Meble prezentowane były z oddechem przestrzennym tak aby zapewnić gościom, komfort zapoznawania się z ofertą firmy. Nowa odsłona prezentacji marki spotkała się z pozytywnym odbiorem. Stoisko FAMEGu otrzymało **Grand Prix** targów Warsaw Home oraz pierwszą nagrodę w kategorii **Selected Design 2018**.

Kolekcje meblowe **NOD, HIPS, ARCH i HEY** wpisane są w tradycję marki FAMEG a jednocześnie stanowią jej współczesną odsłonę. Mam nadzieję, że powyższe wdrożenia były dla marki choć częściowo tak istotne jak dla naszego studia oraz dla mnie osobiście jako projektanta. Pewne jest, że nasza współpraca skutkuje widocznymi zmianami wizerunku marki. Nasze projekty, wspierane przez właścicieli i powoływane do życia w gronie specjalistów uzupełniają portfolio marki i zwracają uwagę klientów i mediów. Dziś pracujemy nad kolejnymi produktami, projektujemy kolejne wystawy. Budowanie zaufania i postawy wzajemnego szacunku pomiędzy producentem a projektantem, jest moim zdaniem kluczowym warunkiem dobrej współpracy i kreowania wartościowych produktów.

3.6 Podsumowanie.

Ważna jest dla mnie integralność postawy zawodowej i dydaktycznej. Staram się zawsze podchodzić do postawionych przede mną zadań równie sumiennie i z zaangażowaniem. Niezależnie, czy jest to kolejny projekt wdrożeniowy czy projekt, nad którym pracuję ze studentem, przyjmuję te same standardy jakości. Moją intencją jest inspirowanie studentów do kreatywnych poszukiwań projektowych, stawianie im wyzwań i zachęcanie do pełnego zaangażowania w proces studiowania. Wspomniany już Prof. Rajmund Hałas mawiał, że „Mamy najpiękniejszy zawód na świecie, ale bardzo trudny”. Zgadzam się z tym stwierdzeniem. Świadome, odpowiedzialne projektowanie może sprawiać wiele satysfakcji, a projektant może mieć znaczący, pozytywny wpływ na wiele dziedzin życia. Jednocześnie ma obowiązek ciągłego kształcenia się, aktualizowania wiedzy, nabywania wciąż nowych umiejętności, zadawania właściwych pytań i poszukiwania na nie odpowiedzi. Praca projektanta niesie ze sobą zarówno euforię etapu kreowania, jak i trud przekuwania idei w realny produkt. Uważam, że projektant powinien być zarówno odważnym kreatorem, jak i pokornym rzemieślnikiem. Obu tych aspektów zawodu, próbuję uczyć moich studentów.

Łukasz Stawarski

Więcej fotografii kolekcji zaprojektowanych dla marki FAMEG, znajduje się w Portfolio Dorobku Twórczego.

