



AKADEMIA
SZTUK
PIĘKNYCH
W GDAŃSKU

DESIGN AUTORSKI



Sławomir Fijałkowski
Marta Flisykowska
Jacek Ryń

Wydział Architektury i Wzornictwa



AKADEMIA
SZTUK
PIĘKNYCH
W GDAŃSKU

Tytuł wydania

Design Autorski

Autorzy monografii

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

mgr Jacek Ryń

Redakcja ilustracji

prof. Sławomir Fijałkowski

Recenzenci naukowci

prof. Czesława Frejlich,

dr hab. Piotr Jędrzejewski

Projekt graficzny i skład

Paweł Świdorski

ISBN 978-83-65366-23-8

Wydawca

Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

Wydział Architektury i Wzornictwa

Targ Węglowy 6

80-836 Gdańsk

tel.: 58 301 28 01

www.aiw.asp.gda.pl

www.asp.gda.pl

Wydanie Pierwsze

Gdańsk 2016

DESIGN AUTORSKI



Wydział Architektury i Wzornictwa

design autorski

prof. Sławomir Fijałkowski
dr Marta Flisykowska
mgr Jacek Ryń

WZORNICTWO NIEPRZEMYSŁOWE

W długiej praktyce projektowej gdańskiej ASP, której tradycję dydaktyczną i badawczą ukształtowali projektanci wzornictwa przemysłowego oraz architekci, design autorski wywalczył sobie własną autonomię stosunkowo niedawno. Mimo dość krótkiej historii szybko stał się zauważalną specyfiką i rozpoznawalną wizytówką Wydziału Architektury i Wzornictwa. W przeciwieństwie do wielu realizacji i opracowań projektowych, warunkowanych bieżącymi względami ekonomicznymi lub technicznymi design autorski znacznie częściej przyjmuje paradygmat socjo-kulturowy i odwołuje się do działań oraz analiz z pogranicza sztuk projektowych i wiedzy uniwersyteckiej. Naturalną konsekwencją eksperymentalnej istoty poszukiwań twórczych zarówno dydaktyków, jak i ich studentów stało się uprawomocnienie w obszarze sztuk projektowych strategii stosowanych często w sferze nauk stosowanych. Ich pierwszoplanowym celem nie jest wyłącznie działalność usługowa, bądź wdrożeniowa, motywowana aktualnym zapotrzebowaniem na rozwiązania gotowe do ich komercyjnej aplikacji, ale przede wszystkim potrzeba przekraczania dotychczasowych barier poznawczych i interpretacyjnych stereotypów. Analogie do czystej nauki (basic research) są w tym przypadku uprawnione, gdyż zwykle motywacją wielu autorskich działań nie jest konieczność rozwiązania uprzednio zdefiniowanego problemu, ale sam eksperyment twórczy, którego rezultat nie jest prze-

sądzony, a wartość zawiera się w spostrzeżeniach, które nie byłyby możliwe, gdyby nie ów „badawczy” pretekst i zwykła ciekawość (...tak, tak; „to pierwszy stopień do piekła”). Często świadomie pozwalamy sobie na niedopowiedzenia i wynikającą z nich konieczność formułowania subiektywnych koncepcji projektowych, których wyłącznym celem jest laboratoryjne doświadczenie, prowokujące do kolejnych poszukiwań – nierzadko bardzo odległych od wyjściowych oczekiwań i początkowych założeń. Same założenia również staramy się formułować w sposób otwarty, nienarzucający zero-jedynkowych rozwiązań i zachęcający do ponadstandardowych interpretacji. Ich wynik często bywa zaskakujący i nawet jeśli nie daje się zdyskontować w kategoriach handlowych, to w jego wyniku pozostaje coś niezwykle cennego – unikatowa wiedza.

INNOWACJE?

W dyskusji na temat roli wzornictwa jednym z najbardziej nadużywanych ostatnio słów-kluczy (żeby nie powiedzieć słów-wytrychów) jest innowacja. W opinii środowisk gospodarczych za „innowacyjne” uchodzą często rozwiązania oparte o klasyczny benchmarking i prostą analizę konkurencji. Sposób działania, odwołujący się wyłącznie do optymalizowania i ekonomizowania rozwiązań już istniejących – najczęściej hitów rynkowych w określonej dziedzinie – bywa skuteczny i całkowicie uprawniony w logice i praktyce biznesowej, choć

stosowany w dydaktyce potrafi być szkodliwy. W jego efekcie powstają zwykłe rozwiązania, których zakres ogranicza się do niewielkiej racjonalizacji pierwowzoru (o czym przekonują np. współczesne modele telefonów komórkowych wszystkich światowych producentów, kopiujących standard stylizacyjny branżowego trendsetter’a z Cupertino)¹. Powszechna konwergencja wzorców wizerunkowych i użytkowych często skłania projektantów (a jeszcze częściej ich zleceniodawców) do asekuranckiej kalkulacji ryzyka oraz tworzy pokusę minimalizowania wysiłków. Trudno wspomnianą zasadę ignorować, jeśli jednym z zadań uczelni jest skuteczne przygotowanie absolwentów do samodzielnej pracy zawodowej w istniejącym otoczeniu rynkowym, licząc, że wśród ponad dwudziestu profesjonalnych projektantów wzornictwa, którzy corocznie kończą naszą uczelnię znajdzie się zawsze kilkoro, którym wystarczy determinacji, aby „popłynąć pod prąd” i zaznaczyć swoją obecność pod własnym, rozpoznawalnym nazwiskiem. Jeśli przyjmiemy diagnozę o systematycznym procesie zaniku konsumenckiego (ale także obywatelskiego) środka, w efekcie czego do wyboru pozostają nam tylko dwa skrajne punkty odniesienia – jakość lub dostępność², to w zakresie projektowania ów proces wymusił opowiedzenie się designerów po jednej ze stron – tej związanej bardziej z gospodarką (industrial design) lub utożsamiającej się z kulturą (applied arts). Nietrudno zauważyć, że reprodukowane w rozdziale Design Autorski projekty, realizacje i koncepcje odnoszą się w większości do

drugiego z wymienionych powyżej przypadków, choć oczywiście nie wyłącznie i nie zawsze bezkrytycznie.

DESIGN = ZMIANA

Punkt ciężkości projektowych poszukiwań najmłodszej generacji trójmiejskich designerów i obszar twórczej aktywności absolwentów ewoluował wraz ze zmianą politrendów społecznych, których uważna obserwacja i wieloaspektowa analiza zawsze stanowiły istotne źródła inspiracji³. Wyróżnikiem gdańskiego designu autorskiego zawsze były wyraźne odniesienia do nadmorskiej specyfiki miejsca, globalność, wielokulturowa tradycja gdańskiego rzemiosła i wizerunkowo nośne (choć nie do końca uprawnione) założenie, że w obszarze filozofii designu stanowimy Południe Skandynawii. W obszarze naszych bezpośrednich zainteresowań i wieloletnich projektów badawczych znajduje się prognozowanie trendów (trend forecasting) wraz z ich aplikacją w postaci autorskich kolekcji biżuterii z bursztynem bałtyckim – polskim hitem eksportowym klasy premium, kultura materialna związana ze „sztuką stołu” – nie tylko w jej utylitarnym aspekcie (product design), ale również funkcji społecznej i celebracyjnej (user experience). W ostatnim czasie coraz częstszym tematem zadań semestralnych i projektów dyplomowych stają się opracowania z zakresu designu spekulatywnego, który wkrótce wyznaczać będzie nową, interdyscyplinarną przestrzeń badawczą także

¹ Anatomia trendu, Henrik Vejlggaard; Kraków 2008

² Coś za coś. Wszechobecny konflikt pomiędzy jakością a dostępnością; Kevin Maney, Kraków 2011

³ Punkt przelomowy. O małych przyczynach wielkich zmian; Malcolm Gladwell, Kraków 2009

dla projektantów wzornictwa i sprowokuje konieczność redefinicji historycznych kanonów oraz Bauhaus'owskiej nostalgii. W naszej praktyce dydaktycznej projekty (nie tylko studenckie) dzielimy na: „case'y”, „hope'sy” i „dreams'y”. Case study zostawiamy projektantom, dla których podstawowym kryterium skuteczności są statystyki sprzedaży, jeśli jednak istotą sztuk projektowych mają być naprawdę innowacyjne produkty, usługi, doświadczenia i wszystko, co jeszcze sklepane bywa z określeniem design wypada nam sobie życzyć, żeby wśród corocznie powstających w ASP projektów jak najwięcej było możliwych do materializacji „hope'sów” i co najmniej kilka wizjonerskich „dreams'ów”, które odważnie przekraczają aktualne granice wyobraźni i nie poddają się schematycznym kryteriom ocen.

EDUKACJA

Kształcenie projektantów jest częstym tematem dyskusji nie tylko w środowisku akademickim, ale również wśród pracodawców. O tym jak kształcić przyszłe pokolenia, dyskutuje się także w kontekście zmian, które można zauważyć na rynkach globalnych. Studiowanie architektury bez umiejętności programowania niebawem stanie się odpowiednikiem studiowania filologii klasycznej bądź historii architektury. Interesujące studia, ogromna wiedza – jednak bez nabycia zestawu współczesnych, praktycznych umiejętności zostanie brutalnie

zweryfikowane przez rynek pracy.

Projektowanie w samej idei jest interdyscyplinarne i dotyczy przyszłości bardziej niż jakakolwiek inna dziedzina. Co zatem powinno się mieścić w programie studiów projektowych i jakie umiejętności należy kształtować u studentów, wiedząc że w momencie ukończenia studiów dany absolwent zmierzy się z zupełnie innymi wyzwaniami niż te, które istniały podczas rozpoczęcia przez niego edukacji na uczelni?

Można wytypować pewien zbiór cech osobowości, jakich można wymagać od projektanta i próbować je wykrzesać lub wyszlifować w toku edukacji. Projektant powinien posiadać umiejętność analitycznego myślenia oraz zdolność do interpretacji interdyscyplinarnych danych, które będzie potrafił przekładać na decyzje projektowe. Ciekawość świata i dociekliwość również należą do zbioru cech bezspornych, jakie każdy dobry projektant powinien posiadać. W przypadku konkretnych umiejętności sprawa nie jest tak jednoznaczna, gdyż podobnie jak w przypadku absolwentów zarządzania, nasuwa się szereg pytań: „zarządzanie – czym?”, „projektant – czego?”. Potrzeba dopełnienia powoduje konieczność bardziej precyzyjnego określenia obszaru projektowego.

Design zaczyna obejmować coraz szerzej różne dziedziny, przez co staje się trudniejszy do zdefiniowania. Nie należy tej trudności postrzegać negatywnie, gdyż w przypadku branży kreatywnej jest ona niewątpliwie zaletą. Radykalne zamykanie w definicjach dyscypliny projektowej jest jej całkowitym

zaprzeczeniem, ponadto niebezpiecznie ogranicza pole działania dla samych projektantów. Jednak pytanie – „czym jest design?” – powraca niczym bumerang, również ze względu na stale rosnącą liczbę absolwentów kierunków projektowych.

Wśród wielu praktyków, jak i teoretyków, powyższe pytanie może wywołać pobłażliwy uśmiech bądź grymas irytacji na twarzy, gdyż przywołuje na myśl nierozwiązywalne filozoficzne kazusy. Ich sens opiera się na tym, że są nierozwiązywalne, lecz samo podjęcie wysiłku intelektualnego, staje się istotą problemu. Design thinking, design management, design przestrzeni, product design, design spekulatywny, art design – podobnych, najczęściej anglojęzycznych kompozycji językowych, które zawierają słowo „design”, można wymienić wiele. O ile przez swoją popularność samo słowo zdewaluowało się, to proces ten nie dotknął samego pojęcia projektowania – ono jedynie naturalnie się rozrosło i stale ewoluuje. Takie rozumienie dziedziny ułatwia też pojęcie tego, kim mogą być absolwenci kierunków projektowych.

Indywidualność uczelni generuje różnice pomiędzy nimi. Innych umiejętności oczekujemy od absolwentów politechniki i uniwersytetu, zaś zupełnie innych od absolwentów szkoły artystycznej. Poddawanie się stereotypowemu myśleniu w tym przypadku nie jest dobrym tropem, gdyż to właśnie specyfika uczelni buduje różnorodność na rynku pracy, jak i usług projektowych. Design rdzennie zawsze był wypadkową nauk technicznych, humanistycznych i sztuk pięknych, ale nie istniał

bez ekonomii i biznesu. Zatem każde środowisko uczelniane jest dla designu naturalne, choć powoduje, że mamy inaczej ustawione punkty ciężkości. W oczywisty sposób przekłada się to na charakter absolwenta. Jeżeli jesteśmy zainteresowani współczesną literaturą czy poezją, szybciej zgłosimy się do biblioteki na uniwersytecie, niż postaramy się o kwerendę w bibliotece politechniki na wydziale mechanicznym. Z pozoru porównanie wydaje się być infantylne i oczywiste, jednak gdy wracamy do pytania o to, czego powinniśmy oczekiwać od absolwenta studiów projektowych, już takie jednoznaczne nie jest. Wiele wydziałów projektowych na uczelniach artystycznych, szczególnie w Środkowej Europie, stawia za cel swoim studentom praktyczną naukę rozwiązywania problemów. Myślenie problemowe jest często główną metodą projektową, oprócz niej ogromny nacisk kładzie się na myślenie o projektowaniu jako o procesie, gdzie efekt końcowy nie jest najistotniejszy, ale jest jego wypadkową – zupełnie odwrotnie niż na rynku pracy i w praktyce zawodowej. Zarówno rozwiązywanie problemów, jak i myślenie procesowe jest abecadłem świata projektowego. Jeśli znajomość alfabetu w XXI w służy nam do konstruowania komunikatu do współczesnego odbiorcy naszych usług po łacinie, to przekaz ma co najmniej apokryficzny charakter, szczególnie w kontekście tak dynamicznej dziedziny jaką jest design. Cechą charakterystyczną oraz wielokrotnie odbieraną jako przewaga uczelni artystycznych posiadających wydziały projektowe nad pozostałymi, jest zdolność do inter-

pretowania zgromadzonej wiedzy w sposób wizualny. Estetyczna wrażliwość oraz umiejętność generowania komunikatów wizualnych zasila kulturę materialną i jest doceniana przez przemysł i gospodarkę nie tylko w przypadku projektowania dóbr luksusowych. Zagadnienia związane z wyglądem niegdyś jednoznacznie kojarzone z projektowaniem obecnie określane są jako stylistyka.

STYLISTYKA ≠ TUNING

Stylistyka często błędnie utożsamiana jest ze stylizacją bądź tuningiem również w środowisku projektantów. W wyniku pewnego skrótu myślowego zagadnienia dotyczące formy i wizualnej reprezentacji efektu projektowania zostały sprowadzone do poziomu dekoracji, co zupełnie nie pokrywa się z istotą stylistyki. Ze szkodą dla kultury materialnej dyskusje o tym, czym jest projektowanie, skupiają się na dwóch wcale nieodległych od siebie biegunach. Są to: doraźne rozwiązywanie problemów projektowych oraz przeprowadzanie symulacji, jaką jest rozpisanie procesu projektowego. Projektanci po szkołach artystycznych sami pozbawiają się swojego największego atutu, czyli właśnie umiejętności i rozumienia wizualności wytworu. Krzywdzący skrót myślowy polega na kolokwializacji zagadnień. Stawiając na jednej szali kwestię tego, czy wytwór spełnia swoją funkcję, a na drugiej - czy jest estetyczny, łatwiej wykazać, że jeżeli coś nie spełnia swojej

funkcji, to mniej istotne jest jak wygląda. Nie można się z tym nie zgodzić, jednak ten skrót myślowy odpowiedzialny jest za czarny PR stylistyki, mieści się on w stwierdzeniu: „ważniejsze, żeby coś działało, niż żeby ładnie wyglądało”. To z pozoru niewinne zdanie powoduje, że projektanci z uczelni artystycznych rezygnują ze swojej największej przewagi i próbują mierzyć się jedynie w aspektach technicznych i ekonomicznych w wyznaczonym przez siebie obszarze problemu projektowego. Zagadnienia estetyczne zostają wykreślone i nie są brane pod uwagę. Irracjonalność tej sytuacji polega na tym, że rynek oraz konsumenci wymagają, aby po tym jak niezbędne minimum („działa/nie działa”) zostało spełnione, aspekty wizualne były głównym tematem i zdaniem dla projektanta. Podobnie jest z modernistyczną pryncypalną zasadą projektową FFF (Form Follows Function)⁴, która przez ostatnie 80 lat była interpretowana, odwracana, zmieniana, bagatelizowana na wiele sposobów. Zasada trzech „F” z lat trzydziestych ubiegłego wieku mówi o tym, że forma podąża za funkcją i jest pokłosiem rozważań dotyczących aspektów estetyki, jednak pozostaje charakterystyczną dla założeń modernizmu. Warto zauważyć, że to w istocie o formie jest mowa, gdyż jest ona obok funkcji głównym budulcem. Nie jest zaś samą funkcją, gdyż wówczas stanowiłaby jedynie rozwiązanie problemu a nie projekt. Stylistyka tym się różni od tuningu, że jest integralną częścią projektu, łączy się i często uwydatnia funkcjonalność produktu, pomaga lepiej go zrozumieć. Jeśli dotyczy projektowania

⁴ „Design 1940-1990. Wzornictwo i projektowanie „ Raymond Guidot s 102

przedmiotów, jest przede wszystkim znakiem jakości. Koegzystencja innowacyjności rozwiązana, solidności wykonania oraz designu w rozumieniu właśnie stylistycznym jest warunkiem koniecznym do spełnienia, dotyczy to wszystkich wytworów projektowych trafiających na rynek. W przypadku gdy wizualność produktu jest traktowana nieintegralnie z projektem i powstaje niezależnie od technologicznych, technicznych oraz użytkowo-funkcjonalnych aspektów produktu, ma ogromną szansę stać się jedynie stylizacją, co zawsze przez konsumenta będzie odbierane jako brak autentyczności lub przerost formy nad treścią. Istnieje grupa przedmiotów, które bywają niesłusznie podłączone pod kategorie product designu i świadomie wykorzystują lub wręcz nadużywają stylizacji – są to gadżety i rekwizyty. W odróżnieniu od stylistyki, która jest synonimem designu w odniesieniu do wyglądu przedmiotu, stylizacja i tuning są nieuzasadnioną projektowo dekoracją, czyli często zbędnym wytworem. Zagadnienia z obszaru stylistyk dotyczą głównie projektowania kultury materialnej, nie wypełniają całego obszaru niematerialnego, w który wkracza design. Świadomość projektanta powinna te niematerialne czynniki również uwzględniać.

Na poparcie tezy dotyczącej wagi edukacji projektowej odbywającej się na uczelniach artystycznych warto uwzględnić istnienie takich organizacji jak włoska Altagamma czy francuska Comité Colbert. Są to organizacje zrzeszające producentów dóbr luksusowych. Najważniejszym czynnikiem strategicznym,

który ma wpływ zarówno na markę, jak i na ofertę, jest jakość produktu. Według Raportu Bains & Company oraz Altagamma strategia produktu luksusowego powinna kłaść największy nacisk na jakość, serwis, design oraz silną markę⁵. Stylistyka występuje równolegle do innych filozofii projektowych jak design uniwersalny. Oprócz rynku towarów luksusowych dotyka znaczenie większego obszaru projektowego, gdyż wiąże się jedną z atawistycznych potrzeb człowieka jaką jest otaczanie się pięknem.

EKSPOZYCJE PROJEKTOWANIA AUTORSKIEGO

Projektowanie, produkcja, promocja, sprzedaż. To cztery elementy, których suma pozwala na dotarcie z produktem do odbiorcy. Projektant, który zdecyduje się na opracowywanie swoich autorskich produktów, szczególnie na początku swojej kariery zawodowej, musi w równym stopniu zadbać o każdy z powyższych etapów. Ze względu na specyfikę wykształcenia młody adept sztuki projektowania najbardziej zaznajomiony jest rzecz jasna z dwoma pierwszymi etapami procesu opracowywania produktu. Nieco inaczej wygląda sprawa z promocją, świetnie przecież opracowanych produktów.

Jednym z kanałów dotarcia ze swoimi produktami do konkretnego odbiorcy jest udział w wystawach podczas odbywających się cyklicznie targów oraz festiwali wnętrzarskich, mody i projektowania. To w jaki sposób autorsko zaprojekto-

⁵ „Strategie http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklist-1477a620-514e-4ce4-80c0-7f82a32442f7marketingowe_dobr_luksusowych” Wioletta Dryl s. 63 (dostęp 1.12 2016)

wane produkty tam się znajdą zależy nie tylko od wcześniej przyjętej strategii promocji ale też, a może przede wszystkim od warunków finansowych wystąpienia podczas w/w imprez.

FESTIWALE VS TARGI

Projektant, producent, specjalista od marketingu i sprzedawca w jednym ma do wyboru 2 rodzaje aktywności, w których może wziąć udział: targi i festiwale. Aby nie rozczarować się późniejszymi efektami uczestnictwa w jednym z powyższych rodzajów przedsięwzięć należałoby poznać specyfikę danej kategorii ekspozycji swoich produktów. Targi to przede wszystkim miejsce sprzedaży bezpośredniej, gdzie nawiązuje się nowe relacje z kontrahentami lub umacnia dotychczasowe. Podczas targów nie tylko można spotkać się ze swoimi konsumentami końcowymi ale przede wszystkim z potencjalnymi dystrybutorami oraz przedstawicielami sieci zakupowych. To oni w ramach wynegocjowanych umów zajmą się sprzedażą produktów na wybranych rynkach. Z tego też względu przygotowanie do targów to nie tylko wyprodukowanie produktów aby wypełnić przydzieloną przestrzeń ekspozycyjną, ale to również opracowanie materiałów wspierających takich jak katalogi, karty produktu, próbники, cenniki, czy też wzory umów dystrybucyjnych. Branżowe targi odbywają się najczęściej w dużych ośrodkach dysponujących ogromnymi przestrzeniami ekspozycyjnymi. Niewątpliwym liderem pod względem

ilości targowych metrów kwadratowych są Niemcy (, gdzie niemal każdy land posiada znaczące w danej branży imprezy targowe w której z powodzeniem autorsko zaprojektowany produkt można wystawić. Rocznie różnego rodzaju niemieckie narodowe i międzynarodowe targi odwiedza ponad 10 milionów zainteresowanych⁶. Są to m.in Frankfurt nad Menem (Tendence, Ambiente), Dusseldorf (Medica), czy Berlin (IFA). Nie można nie wspomnieć również o targach odbywających się w Mediolanie (iSaloni), Sztokholmie (Furniture Fair), Paryżu (Maison & Objet), Barcelonie (MWC) czy chociażby rodzimym Poznaniu (Arena Design). Nie wszystkie oczywiście dotyczą projektowania dla wnętrz, wszak swoje autorskie rozwiązania można prezentować w różnych dziedzinach życia. Takie imprezy to również wielki biznes dlatego też kwoty, które przyjdzie projektantowi uiścić za uczestnictwo w nich nie należą do najniższych.

Inną kategorią przedsięwzięć podczas, których można zaprezentować swoje pomysły szerszej publiczności są festiwale. Są to imprezy towarzyszące targom jak np. Milan Design Week rozszany po całym Mediolanie odbywający się równocześnie z iSaloni. Są to także samodzielne imprezy jak Łódzki Design Festival, czy londyński 100% Design. W odróżnieniu od targów, po festiwalu największym zyskiem jaki można zdobyć jest tzw odzew medialny i publikacje w branżowych czasopismach. Jest to podyktowane również strukturą odwiedzających. Zdecydowana większość to fascynaci, osoby ściśle

⁶ Raport German Trade Fair Industry Figures 2016, Association of the German Trade Fair Industry, Berlin 2016

powiązane z branżą wzorniczą, trendhunterzy, dziennikarze branżowi. Kolejną różnicą są przestrzenie w jakich odbywają się festiwale. Oczywiście wraz z progresywnym charakterem prezentowanych produktów musi iść w parze to w jakim otoczeniu oglądający będą mogli doświadczyć świeżo opracowanych produktów lub często prototypów. Takim przykładem może być DMY Berlin. Do niedawna odbywał się w hangarach nieczynnego historycznego lotniska Tempelhof. Obecnie festiwal odbywa się w murach nieczynnej elektrowni Kraftwerk Mitte. Z jednej strony wybór takich lokacji podyktowany był kosztem wynajęcia ogromnych przestrzeni potrzebnych na zgromadzenie dziesiątek marek i projektantów, z drugiej zaś jest to konsekwentne działanie aby odwiedzający ale i sami wystawcy mogli poczuć atmosferę eksperymentu i future-thinking swoich działań. Podczas festiwali prezentowane są nie tylko same produkty ale również sposób myślenia projektanta nt produktu. Można powiedzieć iż na targach buduje się relacje aby propagować swój produkt, natomiast podczas festiwali dokonuje się autoprezentacji swoich umiejętności projektowych oraz kreowania wizerunku.

MŁODZI PROJEKTANCI A TARGI I FESTIWALE

Z racji niedostępności ze względów ekonomicznych, dużych imprez targowych i festiwalowych, organizatorzy przygoto-

wują strefy gdzie swoje dokonania mogą pokazywać młodzi projektanci. Taką sekcję „Talents” posiadają jedne z większych targów akcesoriów i wyposażenia wnętrz: Tendence i Ambiente we Frankfurcie nad Menem. Dwa razy do roku wyłanianych jest kilkudziesięciu projektantów z całej Europy, pokazujących swoje prace pod wspomnianym szyldem. Tego typu sekcje nie tylko ułatwiają dostęp do dużych imprez targowych ale również są jasnym sygnałem dla potencjalnych kontrahentów i mediów, że w danym miejscu można obejrzeć rozwiązania wychodzące poza rynkowe zastate ramy.

Również i same media organizują w ramach targów wydzielone strefy. Portal internetowy DesignBoom był twórcą tzw Martów, w ramach których projektanci mogli sprzedawać swoje produkty podczas dużych targów, jak np. Stockholm Furniture Fair czy festiwali jak Tokio Design Week. Do każdej edycji „targowiska” (z ang. mart) z osobna dobierani byli uczestnicy. Forma prezentacji i sprzedaży rzeczywiście przypominała targowisko – projektanci mieli do dyspozycji stół oraz przestrzeń wokół niego.

Kolejnym sposobem zaistnienia na międzynarodowej arenie jest uczestnictwo w wystawach tematycznych lub promujących region lub kraj, z którego projektanci się wywodzą. Tego typu przedsięwzięcia są organizowane na ogół są przez instytucje kultury lub lokalne centra designu. W roku 2014 podczas Milan Design Week w ramach wystawy „Smak Przedmiotu”

zaprezentowanych zostało dwanaście produktów zaprojektowanych na Pomorzu. Organizatorem wystawy było Centrum Designu Gdynia. Obok uznanych firm i projektantów, swoje prace pokazały również grupy i projektanci z młodszego pokolenia, dla których samodzielne pokazanie się podczas MDW nie byłoby możliwe. Wystawa doczekała się czterech edycji.

TWORZENIE TYMCZASOWYCH BRANDÓW

Projektanci często występują pod wspólnie stworzonymi markami lub w ramach projektów specjalnie przygotowanych na specyficzną okazję. Taki mechanizm działania pozwala na zwiększenie zasięgu promocji wytworzonych produktów poprzez np. wypracowanie spójnej kolekcji elementów wyposażenia wnętrz. W wypadku działania indywidualnego możliwe byłoby zaprojektowanie i wytworzenie tylko jednego elementu, chociażby ze względów ekonomicznych. Wspólne występowanie podczas targów, festiwalu czy wystaw nie zabrania indywidualnego promowania swoich produktów czy też całej kolekcji. Manuba – kolekcja GDD powstała właśnie z tą myślą. Jest to zestaw akcesoriów oraz elementów wyposażenia zaprojektowanych przez 5 projektantów i wytworzonych przez 5 lokalnych rzemieślników. Dzięki takiemu modelowi pracy udało się wytworzyć krótkie serie produktów, a w projekt zaangażowanych było kilkanaście osób. Dla wszystkich produktów został

przygotowany jednolity język materiałów promocyjnych takich jak witryna internetowa, zdjęcia produktowe, filmy pokazujące proces projektowy i wytwórczy. Zaprojektowana została identyfikacja wizualna, która jest nie tylko wykorzystywana w materiałach promocyjnych ale i na samych opakowaniach produktów i elementach z nimi związanych. Każdy z uczestników oraz organizator posiada swoje kanały marketingowe, których suma daje nieporównywalnie większy zasięg dotarcia do odbiorców niż działania indywidualne.

PO PIERWSZE PLANOWANIE

Tak jak w przypadku kreowania nowej wizji produktu tak i w przypadku uczestniczenia w różnego rodzaju przedsięwzięciach – należy je zaplanować. Sama obecność podczas targów czy festiwalu, to tylko część pracy jaką należy wykonać aby skorzystać z kilku dni eksponowania produktów. Nie należy nie doceniać utrzymywania kontaktów z kontrahentami, partnerami biznesowymi czy mediami również po zakończeniu prezentacji. Uczestnictwo w targach i festiwalach nie jest uwieńczeniem wielomiesięcznej pracy, jest raczej ważnym, ale tylko etapem w procesie budowania autorskiej marki produktowej.

BIBLIOGRAFIA

Jones A. (2014), *The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy*, Tampa

Verweij L. (2015), *Marketing efforts surrounding design festivals create an oddly temporary gentrification*, Londyn

Neven P. Kanitz S. (2014), *Successful Participation in Trade Fairs*, Berlin

Association of the German Trade Fair Industry (2016),
Raport German Trade Fair Industry Figures, Berlin

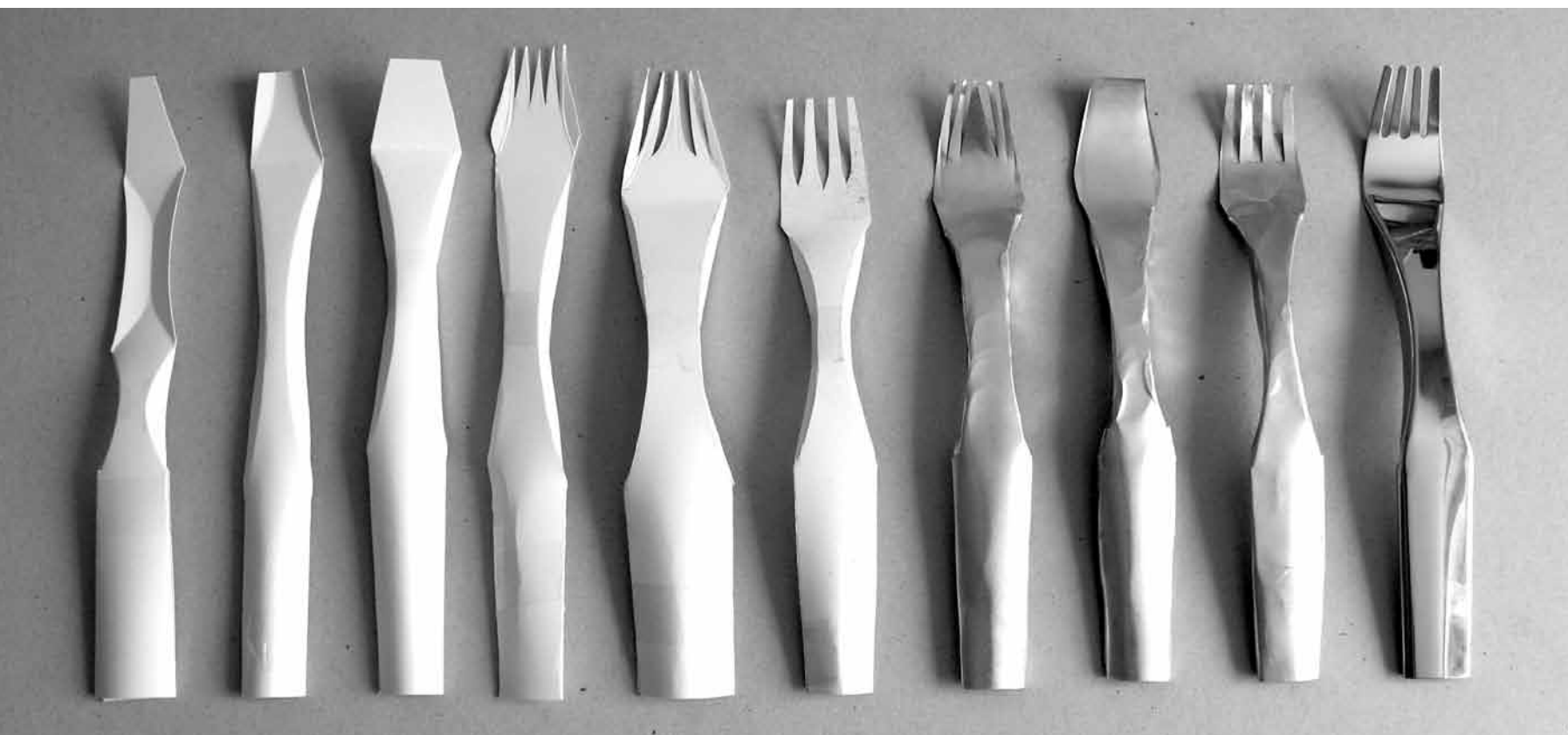
Hara K. (2011), *Designing Design*, Baden / CH

Vejlgaard H. (2008), *Anatomia trendu*, Kraków

Maney K. (2011), *Coś za coś. Wszechobecny konflikt pomiędzy jakością a dostępnością*, Kraków

Gladwell M. (2009), *Punkt przełomowy. O małych przyczynach wielkich zmian*, Kraków

katalog **projektów**



Sztuáce
Dorota Rybacka
 prowadzący:
 prof. Sławomir Fijałkowski,
 dr Marta Flisykowska
 2014 | zadanie semestralne





Sztuće

Aleksandra Kalinowska
Monika Woszczak

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski,
dr Marta Flisykowska
2014 | zadanie semestralne



Sztuće

Filip Niżyński

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski,

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne







Sztućce

Bartosz Jaroszek

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski,
dr Marta Flisykowska
2014 | zadanie semestralne



„Titanium - Semisantoku”.
Zestaw unikatowych noży kuchennych
Sławomir Fijałkowski
2015



„Polish sushi”. Widelczyki koktajlowe

Sławomir Fijałkowski

2015

„Nóż do...”

Justyna Chodnikiewicz

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2015 | zadanie semestralne







„Lu an”. Serwis do zielonej herbaty

Maria Marjakova

prowadzący: Sławomir Fijałkowski

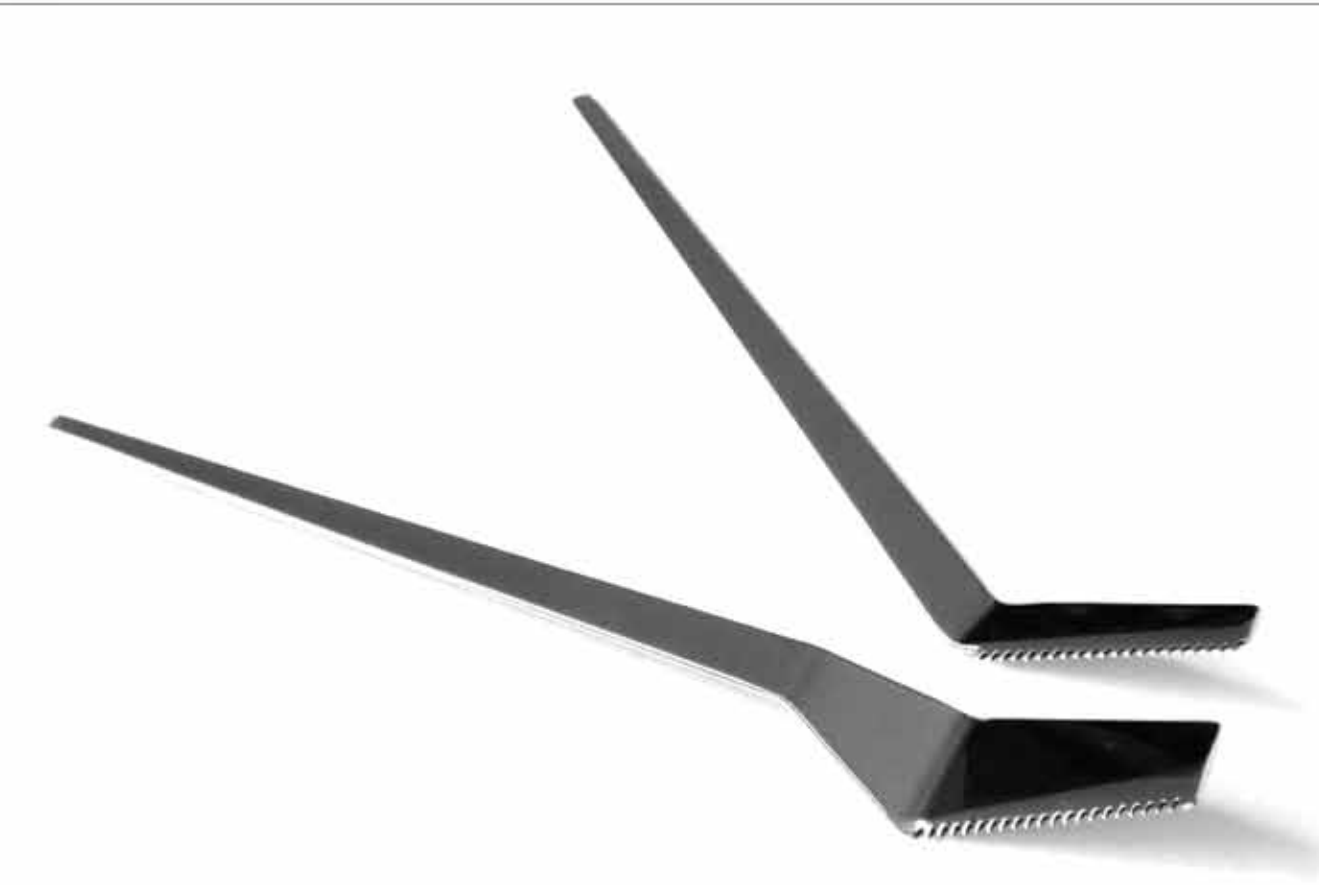
2015 | dyplom licencjacki





„Jak zjeść... spaghetti?” - sztuce
Karolina Navus Wysocka

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2013 | zadanie semestralne



„Jak zjeść... flądrę?” - sztucce

Rafał Nakielski

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne



**„Jak zjeść... pierogi?”
- zestaw klamerek
do gotowania pierogów**

Monika Pisarek

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2013 | zadanie semestralne



Degutiera
Marta Flisykowska
2015





Stół Transuarium
(wystawa Pure Nord Design)
Marta Flisykowska
(zdjęcia: Krzysztof Winciorek)
2013



„Stół do towarzystwa. Kompleksowy zestaw stołu i akcesoriów stołowych o funkcji integracyjnej”

Hanna Litwinowicz
Sandra Hoeppner

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
dr hab. Marek Jóźwicki
2016 | dyplom magisterski







**„Jak zjeść... śledzia?”
Kolekcja naczyń ceramicznych.**

Anna Gutowska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2015 | dyplom licencjacki





**„Ornament to nie przestępstwo”.
Autorska interpretacja zjawiska dekoracji.**

Natasza Grześkiewicz

prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2012 | dyplom magisterski

**„Rotate”. Naczynie do dressingu
(projekt zrealizowany w Ćmielowie
w ramach projektu Art Food 2015)**

Agnieszka Sulkowska

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

Marek Cecuła

2015 | zadanie semestralne





„Hommage to Ph. Starck”. Dzbaneł z funkcją wyciskacza cytryny (projekt zrealizowany w Ćmielowie w ramach projektu Art Food 2015)

Filip Niżyński

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski,
dr Marta Flisykowska
Marek Cecuła

2015 | zadanie semestralne





**Naczynie degustacyjne, wzmacniające
zmysł zapachu (projekt zrealizowany
w Ćmielowie w ramach projektu Art
Food 2015)**

Justyna Chodnikiewicz

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
dr Marta Flisykowska
Marek Cecuła

2015 | zadanie semestralne



„Impreza po polsku” - dwojaki

Karolina Ryfka

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

2013 | zadanie semestralne



**„Impreza po polsku”
– poczwórny lejek do wódki**

Karolina Navus Wysocka

prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2013 | zadanie semestralne



**„Naczynie liturgiczne dla kościoła
Św. Jana w Gdańsku”**

Renata Korpas

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2012 | dyplom magisterski





**„Karafka Osobista.
Sensualne naczynie do wina domowej roboty”**

Monika Niklas

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2016 | dyplom licencjacki



**„Design z akcentem regionalnym”
– tłuk kaszubski**

Anna Dul

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne



**„Design z akcentem regionalnym”
– wypiekacz ornamentów**

Agata Krawczyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne



Studium stylistyczne przedmiotu - hantle

Bartosz Jaroszek

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne





**Studium stylistyczne przedmiotu - hantle
warsztaty projektowe**

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
dr Marta Flisykowska
2014 | zadanie semestralne



Studium stylistyczne przedmiotu - hantle

Irmina Fularczyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne





Studium stylistyczne przedmiotu - proca

Bartosz Jaroszek

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne

Studium stylistyczne przedmiotu – „resoraki”

/ seria zabawek

Bartosz Jaroszek

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne



„Kolekcja narzędzi kuchennych”

Ewa Traczuk

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2013 | dyplom licencjacki



Redesign - gaśnica

Krzysia Staniszevska
Małgorzata Szewczyk

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2010 | zadanie semestralne

**„Na krawędzi.
Obiekt funkcjonalny” - donica**

Adam Lutomirski

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne





„Na krawędzi. Obiekt funkcjonalny” - dziupła
Bogdan Dowłaszewicz

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2009 | zadanie semestralne



Redesign - sanki

Monika Niklas

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne



Redesign - sanki

Filip Niżyński

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

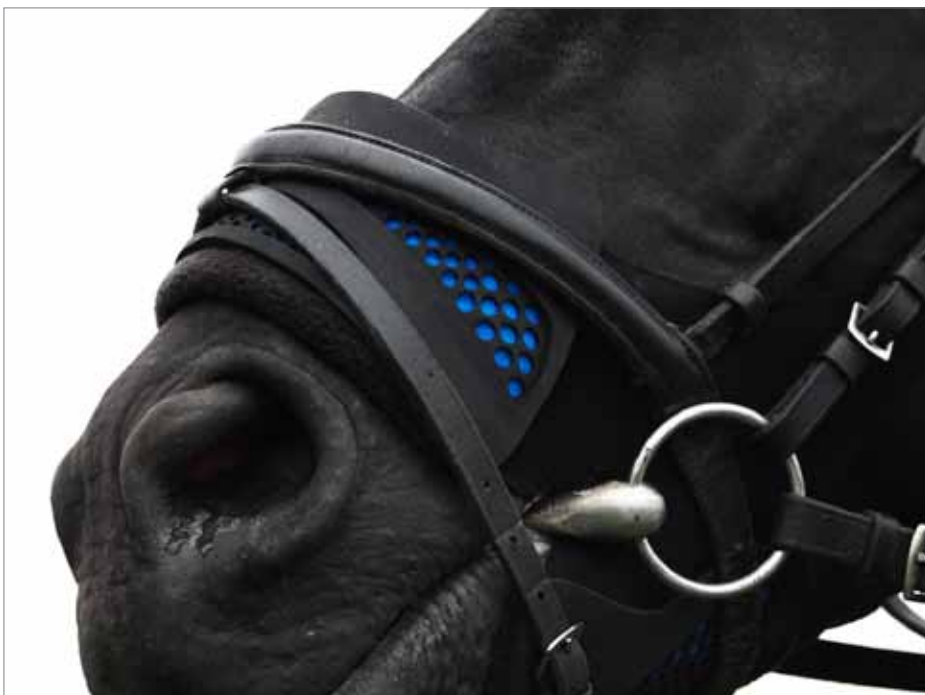
2014 | zadanie semestralne



„Siodło rekreacyjne”

Jagoda Bulik

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2013 | dyplom licencjacki



Redesign – akcesoria jeździeckie

Małgorzata Szewczyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2010 | zadanie semestralne



**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
– kamienie o optymalnych kształtach
do puszczania „kaczek”**

Agnieszka Szanowska

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne





**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
– kredka bałtycka**

Izabela Sadowska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski

2012 | zadanie semestralne



„Rozewie – sygnifikant miejsca”

Sławomir Fijałkowski

2014





**“Upcycled Baltic Sea Creatures ”
– seria miniatur rzeźbiarskich**

Phillip Hainke (Erasmus – FH Koblenz)

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne



„Ekspresja materiału” - pędzle

Marta Klimkowska

prowadzący:

mgr Paweł Pomorski

2012 | zadanie semestralne



**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
- wydmy ślizgacz
(przetestowany w Łebie)**

Aleksandra Hamadyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2010 | zadanie semestralne





„Na plaży. Obiekt funkcjonalny” - przysiadak
Agnieszka Krzyżanowska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
dr Marta Flisykowska
2014 | zadanie semestralne



„Na plaży. Obiekt funkcjonalny” - przysiadak
Julia Michalska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2012 | zadanie semestralne



**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
– boja odpoczynkowa**

Agata Krawczyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski,

mgr Paweł Pomorski

2010 | zadanie semestralne









**„Zestaw akcesoriów wspomagających
naukę stylowego pływania”**

Izabela Sadowska

prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2013 | dyplom licencjacki

**„Na krawędzi. Obiekt funkcjonalny”
– pomocnik zakupowy**

Renata Korpas

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne



**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
– stelaż na buty**

Emilia Kohut

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski,
mgr Paweł Pomorski
2010 | zadanie semestralne





**„Kurtka Bałtycka – projekt odzieży
na zmienną pogodę”**

Klaudia Szalecka

Prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski
2015 | dyplom licencjacki



**„Na plaży. Obiekt funkcjonalny”
– parasol sztormowy**

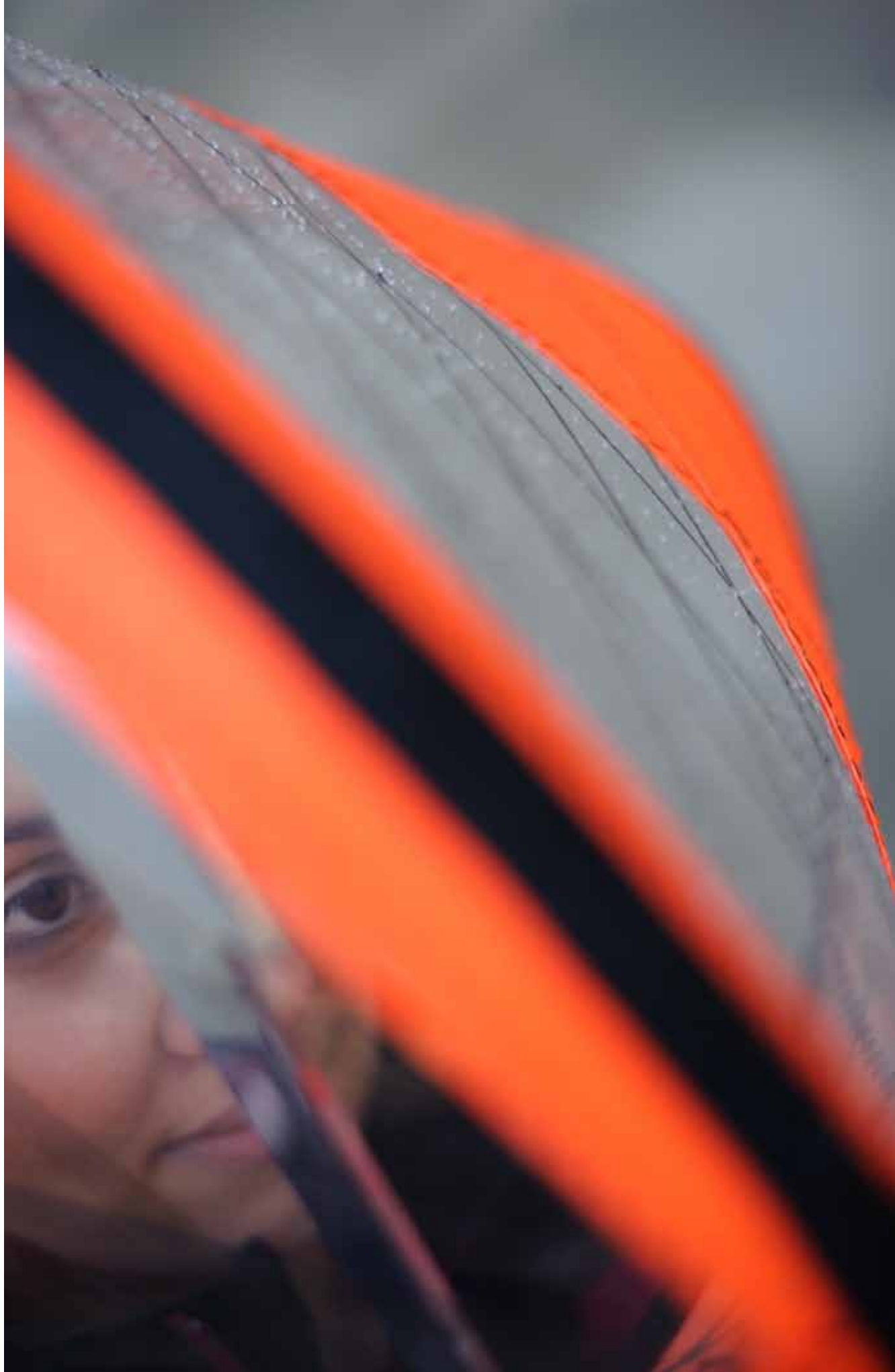
Krzysia Staniszevska

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2010 | zadanie semestralne





**„Mokasyn. Redesign tradycyjnej
formy obuwia żeglarskiego”**

Krzysia Staniszevska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2012 | dyplom magisterski







Haute Couture - buty
Małgorzata Szewczyk

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2009 | zadanie semestralne

Haute Couture - buty

Agata Krawczyk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2009 | zadanie semestralne



**„Polki-japonki, czyli krok naprzód
w projektowaniu drewniaków.
Kolekcja unikatowego obuwia.**

Agata Wojtczak

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

2014 | dyplom licencjacki



**„Estetyczne i wizerunkowe aspekty
współczesnej protetyki”**

Michał Biliński

prowadzący:

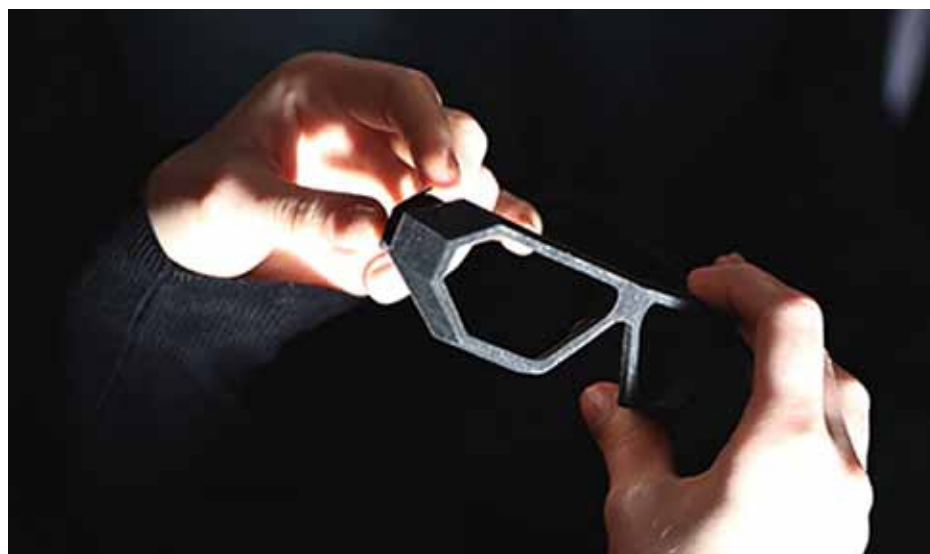
prof. Sławomir Fijałkowski

2016 | dyplom magisterski

(Grand Prix Gdynia Design Days:

DYPLOMY ASP 2015/2016)





**„Geek Out – koncepcyjny projekt okularów
męskich, wykonanych w technologii SLS”**

Aleksandra Kalinowska

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2015 | dyplom licencjacki



**„Asymetria widzenia. Kolekcja spersonalizowanych
oprawek okularowych”**

Małgorzata Kapuścińska

prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2014 | dyplom magisterski





„Function follows form” – ubiór unikatowy
Renata Korpas

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2008 | zadanie semestralne







Haute Couture - patchwork

Paulina Kamela

Prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne

Haute Couture - patchwork

Klaudia Szalecka

Prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2014 | zadanie semestralne





Haute Couture - patchwork

Aneta Raszeja

Prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
dr Marta Flisykowska
2014 | zadanie semestralne

Haute Couture - patchwork

Krzysia Staniszevska

Prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
mgr Paweł Pomorski
2009 | zadanie semestralne



**„Innowacyjne metody
odmierzania czasu”**

Karolina Kulesza

Prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2011 | dyplom magisterski





**„Projekt stylistyczny i prototyp
zegarka w technologii DMLS
(Direct Metal Laser Sintering)”**

Nikolas Kościński

Prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2016 | dyplom magisterski



**Kreatywne wykorzystanie technologii
rapid prototyping” – kamea prenatalna**

Agnieszka Maksymiuk

Prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

2010 | dyplom magisterski



Naszyjnik „Szablon anatomiczny”

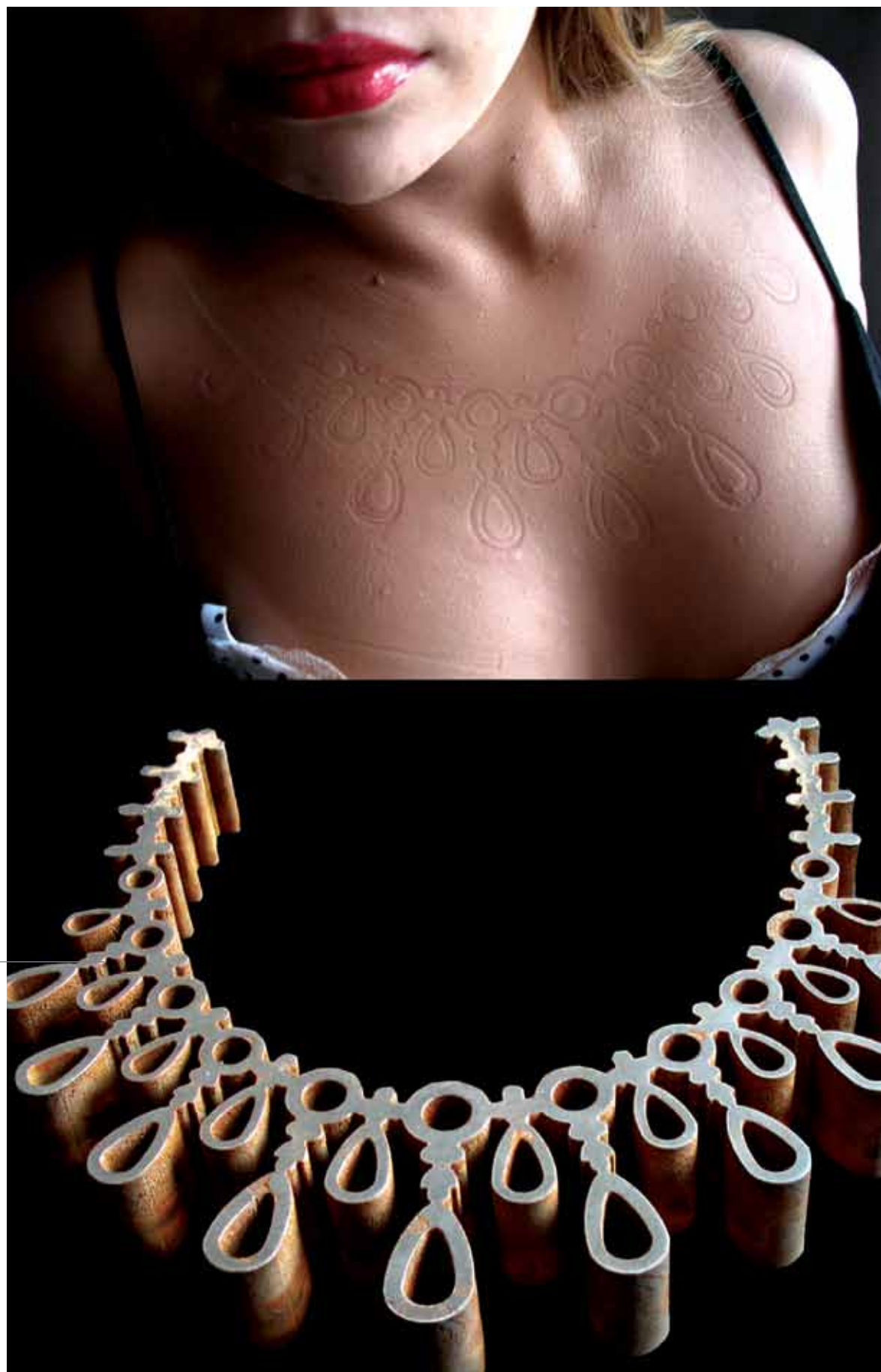
Agnieszka Maksymiuk

Prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2010 | praca konkursowa

II nagroda w Międzynarodowym
Konkursie Sztuki Złotniczej

„Ex-Clusive”, Legnica





„Nie-zwykłość. Socjo-kulturowe konsekwencje działań projektowych na tle konfliktu między poszanowaniem praw własności a prawem do współdzielenia zasobów” – biżuteria wykonana ze sproszkowanych pereł w technologii SLS

Marta Hryc

Promotor:
prof. Sławomir Fijałkowski

2014 | projekt doktorski



Wisior unikatowy

Emilia Kohut

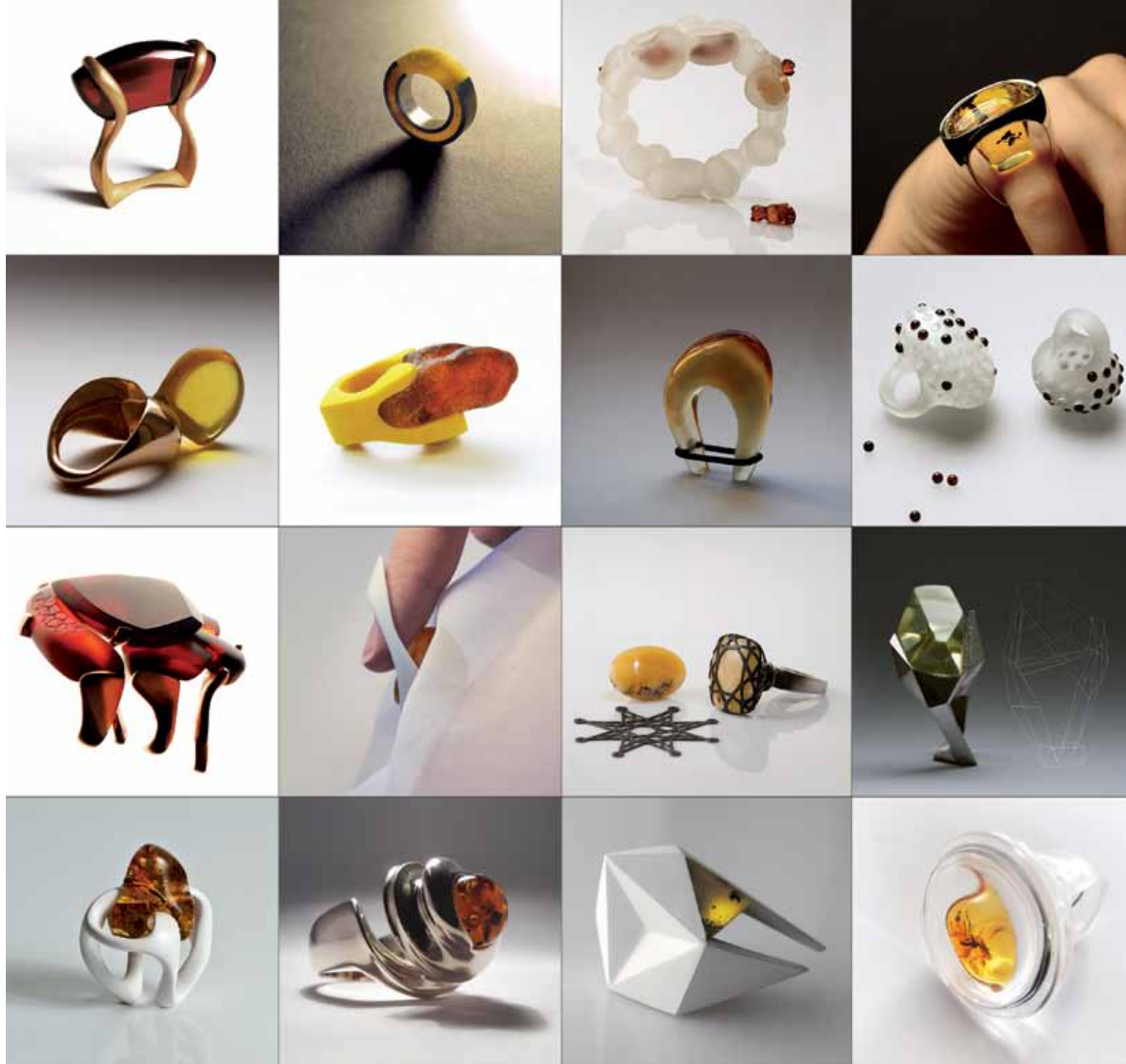
2015



Wisior „Bloody Cherry”
(w zbiorach Muzeum Bursztynu w Gdańsku)
 Sławomir Fijałkowski
 2013



**„Bizuteria Unikatowa. Obiekt rzeźbiarski
 / obiekt użytkowy”**
 Sara Gackowska
 prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski
 2013 | dyplom magisterski



**„Amber Trend Book” - kolekcja unikatowej biżuterii
z zastosowaniem bursztynu bałtyckiego**

Monika Reptowska, Bogdan Dowłaszewicz, Agata Krawczyk,
Natasza Grześkiewicz, Emilia Kohut, Sara Gackowska, Alina
Filimoniuk, Agata Krawczyk, Małgorzata Szewczyk, Emilia Kohut,
Natasza Grześkiewicz, Monika Reptowska, Karolina Navus
Wysocka, Monika Reptowska, Monika Pisarek,



Bartosz Jaroszek, Agata Krawczyk, Karolina Navus Wysocka, Irmina Fularczyk, Małgorzata Szewczyk, Amal al-Shahari, Agnieszka Krzyżanowska, Hanna Litwinowicz, Bartosz Jaroszek, Klaudia Szalecka, Daria Homma, Toh Ying Ying, Barbara Jankowska, Michał Biliński, Małgorzata Szewczyk, Izabela Włodarczak

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski, dr Marta Flisykowska, mgr Paweł Pomorski
2011-2016 | projekt badawczo-wdrożeniowy realizowany we współpracy
z Urzędem Miasta Gdańska, Krajową Izbą Gospodarczą Bursztynu oraz
Ministerstwem Gospodarki (2013-14)



Bizuteria unikatowa

Natasza Grześkiewicz

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

mgr Paweł Pomorski

2011 | zadanie semestralne

„Bizuteria sensualna”

Emilia Kohut

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2012 | dyplom magisterski



„Transformers – biżuteria przekształcalna”

Agata Krawczyk

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2012 | dyplom magisterski





**Pierścionki unikatowe: „Pumba
– sumo”, „Pumba First”**

Sławomir Fijałkowski
dla S&A design jewellery
2015, 2009



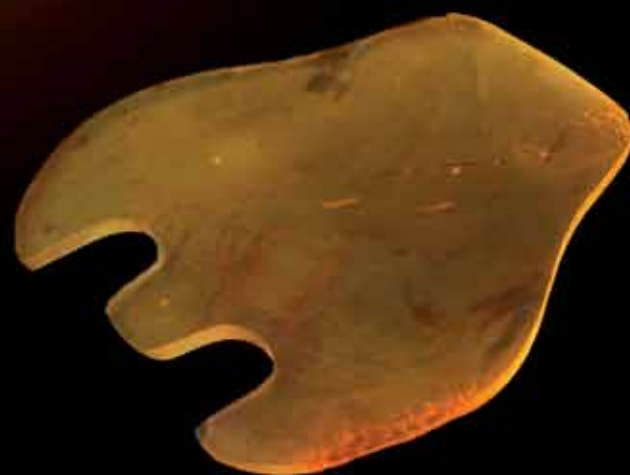
**„Akcesoria reklamowe z bursztynem”
- zabarwiac światła**

Agnieszka Maksymiuk

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

2011 | zadanie semestralne







Prototyp biżuterii (CAD/CAM)

Aleksandra Kalinowska

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

dr Marta Flisykowska

2015 | zadanie semestralne

**„Impreza po polsku. Kolekcja naczyń
stołowych sprzyjających interakcjom
podczas wspólnego posiłku”**

Magdalena Żochowska

prowadzący: prof. Sławomir Fijałkowski

2015 | dyplom magisterski



„Kolekcja słodczy molekularnych”

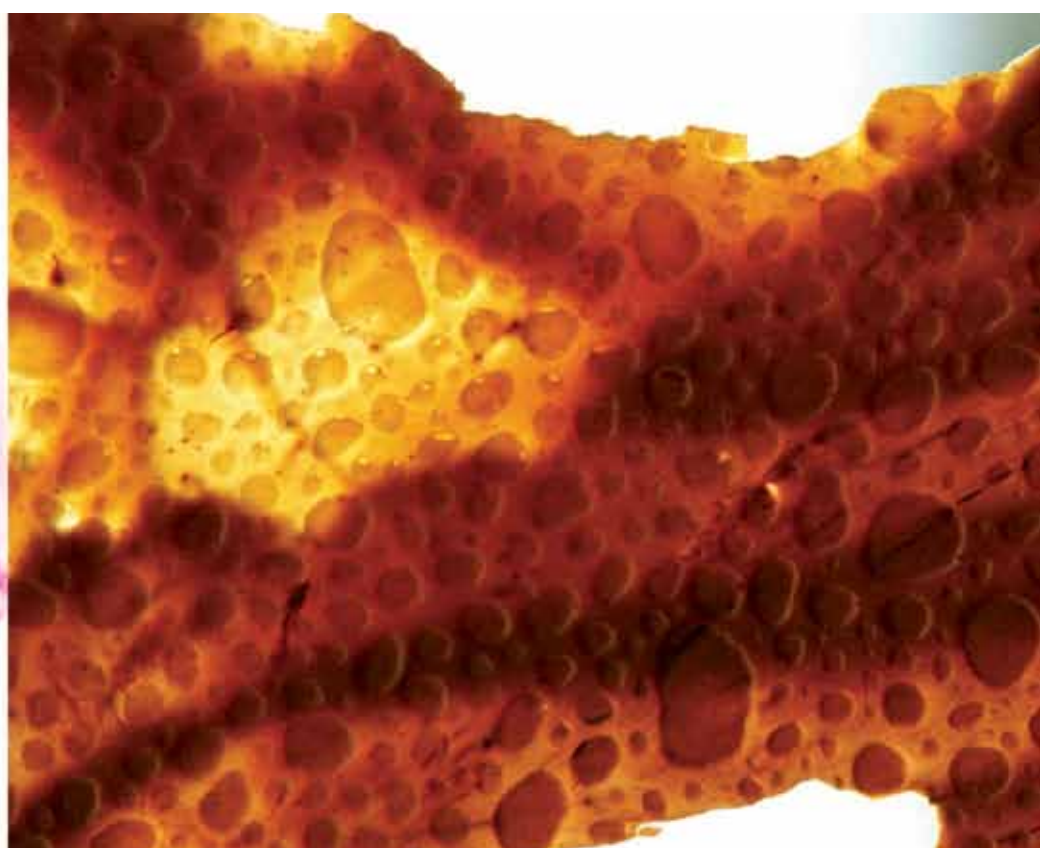
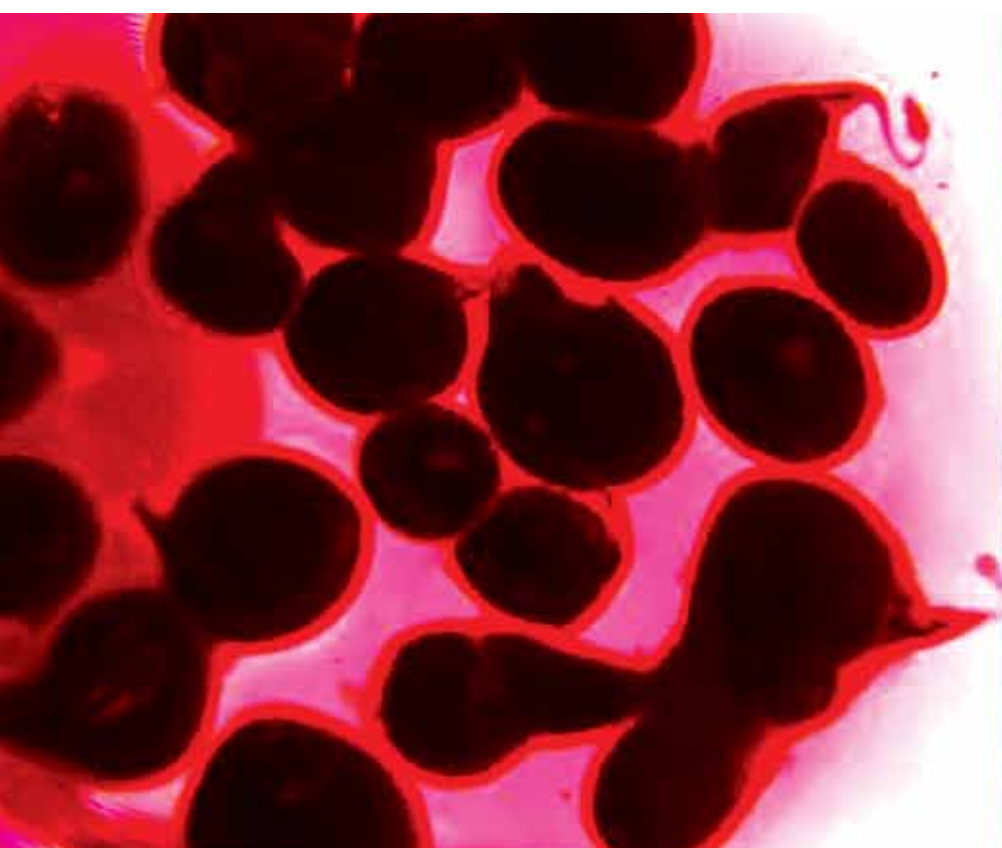
Katarzyna Wróblewska

Magdalena Kunkel

prowadzący:

prof. Sławomir Fijałkowski

2011 | dyplom magisterski





**„Analiza zjawisk socjo–kulturowych
w mediach społecznościowych”**

Saskia Wojtalewicz

prowadząca:

dr Marta Flisykowska

2016 | dyplom licencjacki



**„Projektowanie smaku.
Synestetyczna kolekcja lodów”**

Julia Rajs

prowadzący:
prof. Sławomir Fijałkowski
2016 | dyplom licencjacki



Swifter - budka lęgowa dla jerzyków

Aleksandra Mohr

prowadzący:

prof. Jarosław Szymański

mgr Jacek Ryń

2015 | praca magisterska





Chocolate Fixation

Katarzyna Piętowska

prowadzący:
prof. Jarosław Szymański
mgr Jacek Ryń
2013 | praca semestralna



Domek dla kotów

Zuzanna Zaruska

prowadzący:
prof. Jarosław Szymański
mgr Jacek Ryń
2016 | praca licencjacka





Honey Vase

Aleksandra Rutkowska

prowadzący:
prof. Jarosław Szymański
mgr Jacek Ryń
2016 | praca semestralna





LUZ

Marina Mellado

prowadzący:
prof. Jarosław Szymański
mgr Jacek Ryń
2014 | praca licencjacka



Rytuał parzenia kawy

Paulina Puciłowska

prowadzący:

prof. Jarosław Szymański

mgr Jacek Ryń

2016 | praca semestralna





Nalewniczek

Sylwia Karwowska

prowadzący:
prof. Jarosław Szymański
mgr Jacek Ryń
2013 | praca semestralna





EOL 300
Jacek Ryń
2014

Manuba
Jacek Ryń - kierownictwo artystyczne
2016





Nano-handel

Jacek Ryń
Paulina Ryń
Robert Mrowiec
2015



Pomocnik ogrodnika amatora

prowadzący: dr Paweł Gełesz

2016 | praca licencjacka





System do samodzielnego transportowania kajaka górskiego

Katarzyna Giedroń

prowadzący: dr Paweł Gełesz

2016 | praca licencjacka

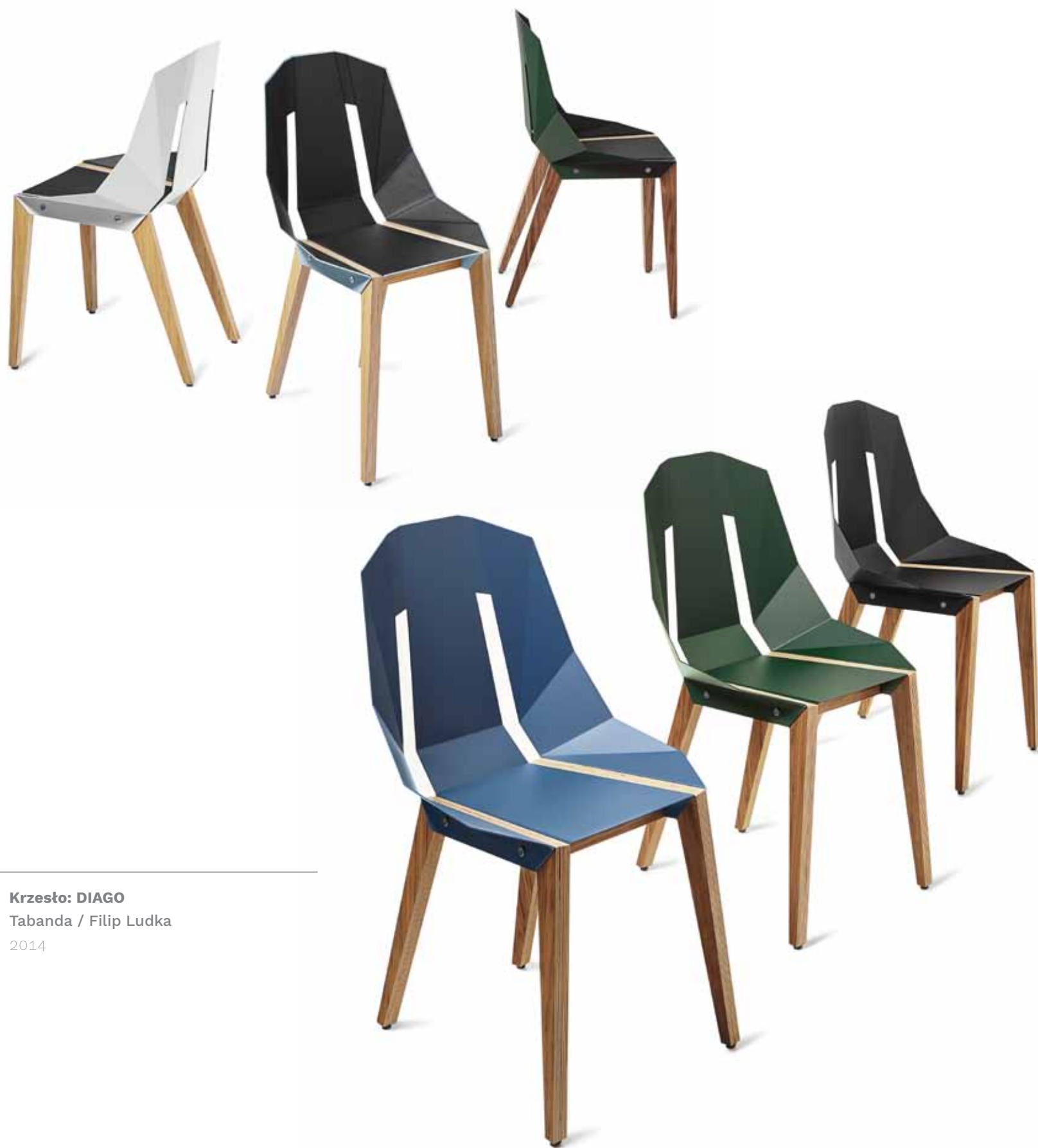


TABANDA

zdjęcia z pracowni

2016 | Gdańsk – Królewska Fabryka Karabinów





Krzeseł: DIAGO
Tabanda / Filip Ludka
2014



Ławka Bałtycka

Tabanda / Filip Ludka

2014 | projekt zrealizowany na wystawę
Miasto+ (Gdynia Design Days)



Zestaw stołów: ŁOŚ
Tabanda / Filip Ludka
2013



Zestaw siedzisk: FALON
Tabanda / Filip Ludka
2011



Wystawa WOKÓŁ STOŁU

2014-15 | festiwal DMY (Berlin), Wielka Zbrojownia (Gdańsk),
Łódź Design Festival, Galeria CzechDesign (Praga)

Wystawa SMAK PRZEDMIOTU

kurator: Jacek Ryń / razy2

2014-15 | Fuorisalone / Zona Tortona - Mediolan,
Gdynia Design Days, Wystawa Światowa EXPO -Mediolan





Wystawa SENSES / Art Food 2015

pod patronatem Instytutu Adama Mickiewicza / culture.pl
międzynarodowe warsztaty projektowe: Marek Cecuła - Ćmielów Design Studio, Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku, Central Saint Martins University of the Arts w Londynie, Pratt Institute w Nowym Jorku 2015 | Wielka Zbrojownia - Gdańsk



Wystawa INFRAVIOLET

pod patronatem Instytutu Adama Mickiewicza / culture.pl
2015 | targi Maison & Objet - Paryż





GDYNIA
DESIGN
DAYS 07



DYPLOMY 2013/2014

ARCHITEKTURA I WZORNICTWO

Gdynia Design Days 4 -14 lipca 2014

Galeria PPNT Gdynia HALE ŁUKOWE
wystawa czynna: 4-31.07.2014 od 10:00-20:00



Cykliczne wystawy: DYPLOMY – ARCHITEKTURA I WZORNICTWO

kurator: Marta Flisykowska

2013-16 | Gdynia Design Days - PPNT / Centrum Designu Gdynia

Wystawy Wydziału Architektury i Wzornictwa: MORZE TAK..., OWOCE MORZA

kuratorki: Marta Flisykowska, Marta Kołacz

2014-15 | Łódź Design Festival



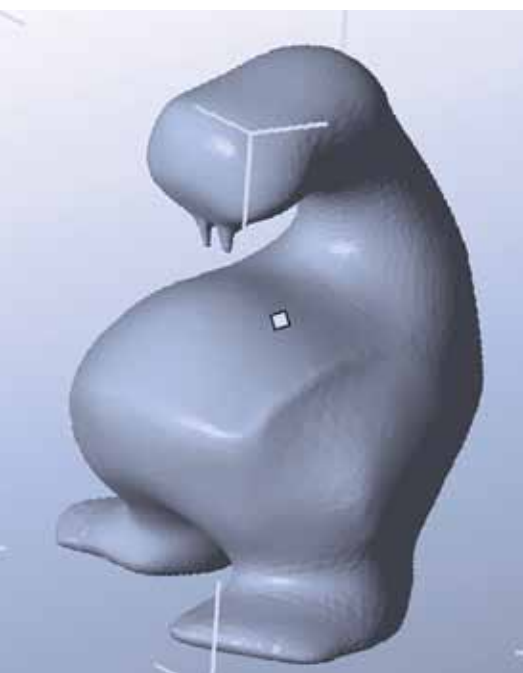


Warsztaty projektowe: GOKART – studium stylistyczne

we współpracy z firmą: Pitstop
2016 | Gdańsk

Warsztaty projektowe: BANDA ZNAD MORZA - stylistyka formy

prowadząca: dr Marta HRYC
2015-16 | Gdańsk

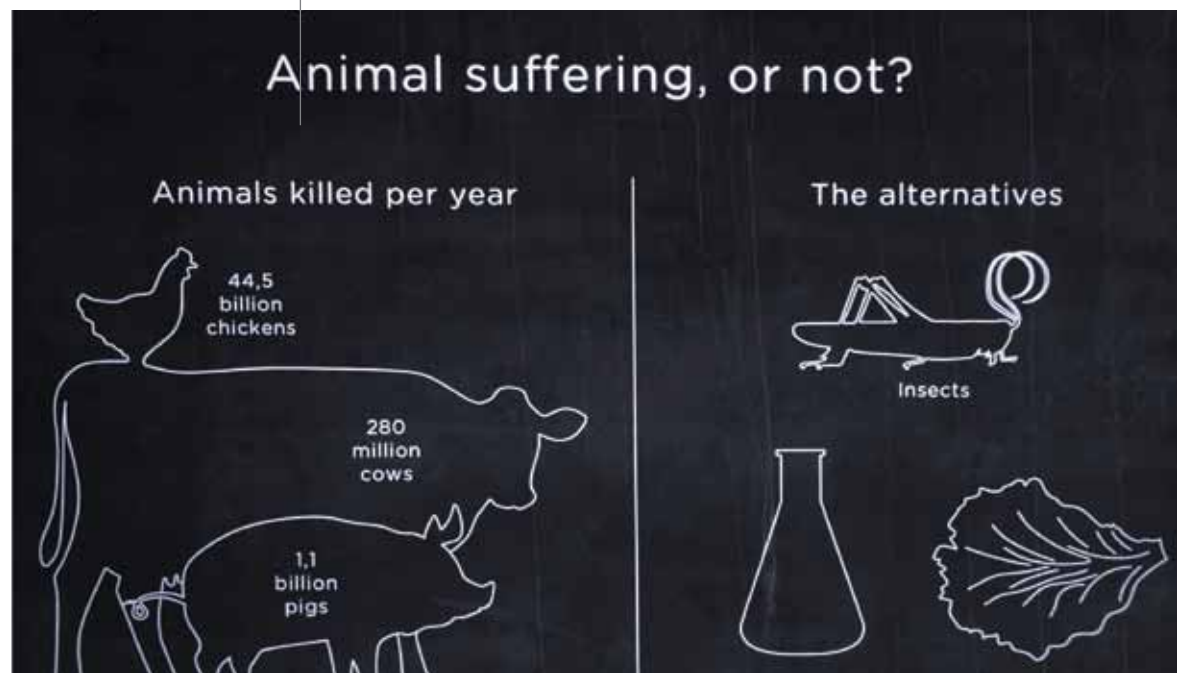




**Warsztaty projektowe: W ruchu drogowym
#jestemoffline - Design w obliczu fonoholizmu**
prowadząca: Marta Flisykowska,
we współpracy z Uniwersytetem Gdańskim)
2016 | Gdynia



**Warsztaty projektowe: FUTURE OF FOOD
/ Design Spekulatywny**
we współpracy z Natalią Hatałską i TESCO Polska
2016 | Gdańsk





Warsztaty senselierskie: PROJEKTOWANIE ZAPACHU

prowadzący: Marta Siembab, Maciej Kawecki
2016 | Gdańsk



Warsztaty trenwatching'u: ŚWIADOMOŚĆ ZMIAN

prowadząca: Zuzanna Skalska
2016 | Gdańsk



Sławomir Fijałkowski

波罗的海琥珀首饰
Baltic amber jewellery



北京国际设计周-751国际设计节 2015
Beijing International Design Week 2015



a product design, a curator of exhibitions and a juror of international contests. He has participated in over 50 art and design exhibitions worldwide. Since 20 years he designs unique collections of Baltic amber jewellery.

斯瓦沃米尔·菲亚尔科夫斯基 (Sławomir Fijałkowski)
教授目前任教于格但斯克美术学院珠宝设计系。
负责领导实验设计工作室。
他与许多著名的生产能合作专门从事产品与首饰设计以及创新设计。
曾参加过全世界50多届首饰与设计展览会并且担任设计比赛评委。
顾问, 艺术展览的策展人和组织者。并作为诸多涉及现代设计的专业文章。
分析, 论述, 教育项目等方面的作者。
20多年来他设计以波罗的海琥珀为主的独特系列首饰珠宝。

contact | 联系我们: office@tetrahedron.pl





Wystawa BALTIC AMBER – Sławomir Fijałkowski

we współpracy z Instytutem Polskim w Pekinie
2015 | Beijing Design Week – 751 Art Zone, Pekin

Baltic Amber Festival

we współpracy z Konsulatem Generalnym RP w Hongkongu
2013-15 | Hongkong, Makau, Szanghaj





Wystawa **STREFA TESTÓW**

współkurator: Filip Ludka / Tabanda
2014 | Łódź Design Festival



Wystawa **STOLARNIA ZMYŚŁÓW**

współkurator: Filip Ludka / Tabanda, we współpracy
z Barlinek Institute of Design, DesignAlive
2015-16 | Łódź Design Festival,
Fuorisalone / Zona Tortona - Mediolan





AKADEMIA
SZTUK
PIĘKNYCH
W GDAŃSKU