

Marek Adamczewski - Designer - plastik czy product manager?

00:00:07

Dzień dobry Państwu. Designer - plastik, czy produkt manager? - takie hasło sobie wymyśliłem do mojej opowieści. Wynika to z tego, że, żona nie pozwala mi mówić, jak wiele lat pracuję, ale nabrałem trochę doświadczeń i w czasie, nie tylko mojego życia, ale i życia całego pokolenia projektantów. Bardzo ten zawód się zmienił. Zanim jednak opowiem chwilę o tym, jak on się zmienił, to muszę pokazać państwu hasło, które mnie prowadzi przez całe moje życie zawodowe. To hasło: "Nie produkt, lecz człowiek jest celem" jednego z wykładowców Bauhausu, już prawie równo 100 lat temu gdzieś w tekstach o Bauhausie to odnalazłem. I wydaje mi się to najcelniejsza definicja naszego zawodu, chociaż jeszcze o tej definicji inaczej powie. Ale to paradoksalne stwierdzenie, ponieważ projektujemy przedmioty, robimy przedmioty, przedmioty i usługi, ale w zasadzie naszym obowiązkiem jest zapomnieć o tym o tej rzeczy, którą robimy, projektujemy, a cały czas pamiętać o tym, że to ma służyć ludziom, dla których to tworzymy. Zatem co to jest design należy się zastanowić. I tu jest chwila tej refleksji, jak to się zmieniało w czasie. Nie tak daleko, kilkadziesiąt lat temu, nie będziemy tak sięgać, ale ostatnie kilkanaście lat. Miałem przyjemność być kuratorem i współprojektantem również wystaw na pierwszym Gdynia Design Days, które były w 2006 roku i wówczas tą sztandarową wystawą Gdynia Design Days była wystawa ikon designu i to była wystawa przedmiotów. To była wystawa rzeczy zaprojektowanych przez designerów. Zresztą ciekawostka, to nie były jakieś prototypy czy pomysły, tylko zebraliśmy wtedy 100 najciekawszych produktów, naszym zdaniem najciekawszych z basenu Morza Śródziemnego, bo taka była idea pierwszego Gdyni Design Days, takiego kręgu kulturowego wokół Morza Śródziemnego. Kilkanaście lat później, to jest fotka, którą zrobiłem Eindhoven w jednym z ważnych miejsc dla europejskiego designu. I to jest instalacja, która polega na tym, że tutaj leżą na dole dwie panie, które posługują się rurkami. Jedna z nich wydycha powietrze mocno wypełnione dwutlenkiem węgla, łatwo się domyślić. To powietrze przechodzi przez hodowlę alg, która jest powyżej i druga wdycha czysty tlen, który te algi produkują, pochłaniając ten dwutlenek węgla. Taka instalacja to był projekt wzorniczy. Bardzo się zmienił design przez te kilkanaście lat. Zatem jeszcze raz, co to jest? To z lat siedemdziesiątych jak widzicie jest definicja designu. Bardzo rzeczowa, bardzo konkretna, którą bardzo lubimy do dzisiaj się posługiwać w pewnym zakresie. Industrial design nadaje technologii, a więc jest ta technologia, postać użyteczną i budzącą zaufanie, a więc jest funkcjonalizm, i budzącą uznanie, czyli jest po prostu ładne, chcemy to kupić, a przez to czyni ją sprzedawaną. Wszystkie istotne elementy tego, dlaczego designerzy zajmują się produktem są w niej zawarte.

00:04:07

Ale to się nieco zmieniło. Znacząca definicja jest nadal aktualna, ale ona obejmuje tylko niewielki fragment tego, co nazywamy designem. Bo proszę, popatrzeć na rozrzut tych hasełek: jest food design, jest service design, oczywiście jest art design, interior design, całe wnętrze. Są tak zwane produkty autorskie, tak je lubię nazywać, czyli produkty wytwarzane przez projektantów od początku do końca. Jest nawet sound design. I jest też ten industrial design, którym ja się głównie zajmuję i o którym będzie najwięcej mowa. Jak to klasyczne wzornictwo przemysłowe się zmieniło i jak w tej chwili wygląda? A więc lepsza od tej poprzedniej wydaje się taka definicja, którą w swoich tekstach zawarł wówczas pan doktor Łukasz Mamica, że są to w ogóle "działania o charakterze twórczym, nie tylko obejmujące produkty dotyczące projektowania dóbr i usług, których celem jest tworzenie wartości dodanej z perspektywy klienta". I tutaj tego klienta, jak w tym pierwszym hasle, które podawałem już bardzo wyraźnie widać. Ale jest jeszcze jedna definicja tak z tych wstępnych różnych rzeczy, które mówię, którą najbardziej lubię, to jest profesora już dawno nieżyjącego Andrzeja Pawłowskiego, jednego z twórców polskiego designu, która skrótowa określa to, co my robimy, że jak wszyscy pchają, to spróbuj ciągnąć. Bardzo celne jest to stwierdzenie. Jeszcze parę takich myśli, które są istotne, żeby zrozumieć ten zawód i miejsce jego w kulturze, bo o tym przecież mówimy. To są fragmenty z pracy habilitacyjnej profesora Andrzeja Śmiałka. Praca traktowała o projektowaniu holistycznym i on zwraca uwagę w swojej pracy między innymi na

takie dwie rzeczy, że to jest praca zespołowa, zawsze wspólnie. I drugi bardzo ważny element, który w skrócie nazywamy, rozszerzając trochę znaczenie tego słowa, empatią w projektowaniu, a więc waga tych relacji wzajemnych.

00:06:40

Ale po lewej stronie na tej planszy widzimy, że praca i projektowanie współczesne traktuje o produkcie w otoczeniu, bo to jest marka, produkt, otoczenie, ta trójca jest tym holistycznym podejściem do tego, co współcześnie uprawiamy. Jeszcze jeden projektant z Krakowa profesor Marek Liskiewicz, który ponownie zwraca uwagę, że zawsze współczesny projektant jest członkiem zespołu, ale również mówi coś takiego, że nie jest możliwe twarde zdefiniowanie roli projektanta w przedsięwzięciu. I pokazuje takie chmurki na górze, wyciągnąłem tę ilustrację z jego pracy, w których zakres działania projektanta może być bardzo różny. Może być względnie wąski, obejmujący tylko kilka tych podstawowych dziedzin, które sprowadza się do, nazywamy to najczęściej hipotezą czy też koncepcją rozwiązania problemu. Dalej się tym zajmuje ktoś inny. Taki sobie zakres w skutkach, no ale bywa. Może być pełen zakres oczywiście, ten po prawej stronie, który obejmuje wszystkie elementy, które składają się na projekt. I może być też jakiś znaczny jego fragment uzgodniony z naszymi partnerami najczęściej w biznesie. Także ciągle szerokie, aczkolwiek z jakimiś ograniczeniami może być działanie projektanta. Jeszcze jeden element jest istotny w naszej pracy, jak przystępujemy do umiejscowienia się w tym całym cyklu powstawania nowego innowacyjnego produktu, mianowicie, w rozmowach z naszym partnerem biznesowym w rozmowach z klientem, jak nie lubię mówić, musimy określić, w którym on jest momencie rozwoju, jaki poziom rozwoju designu w swojej firmie osiąga. Tego nie będę rozwijał tylko tak dla formalności, jakby pokazuje, że ta drabina designu niegdyś narysowana przez Duńczyków, ona ma swoje szczeble od pierwszego kontaktu w ogóle z wzornictwem producenta aż do firm, w których strategię działania wpisane jest również wzornictwo. Na wszystkich tych poziomach pracowałem z takimi firmami, z firmami, które są na różnym poziomie. Pokazuję tę drabinę, dlatego że określenie tego poziomu determinuje wszystkie działania później projektanta, determinuje to, w jaki sposób i czego oczekuje projektant i co my musimy i jak pokazać, żeby być zrozumiałymi. Jak już wcześniej powiedziałem

00:09:58

zawsze jest to działanie zespołowe. Wspólnie tak zwany freelancer no nie za bardzo w projektowaniu przemysłowym jest się w stanie sprawdzić. Zawsze jest to praca zespołowa. Ten zespół może wyglądać bardzo różnie, ale zawsze jest zbudowany według pewnej zasady. Mianowicie tu jest ten środek, ten zespół wdrożeniowy, tak to nazywamy najczęściej w skład którego wchodzi oczywiście projektant. Jest jakiś produkt manager, często jest to właśnie projektant wzornictwa, ten produkt menadżer, a często człowiek bardzo sprawny w zarządzaniu, który rozumie to wszystko. Jest jakiś zespół technologów, czy też technolog w trzonie tego podstawowego zespołu i jest jakiś człowiek opowiadający za stronę ekonomiczną całego rozwijania. Każdy z nich ma oczywiście swoje zaplecze, każdy z nich ma ludzi, którzy pracują. Ale jest strasznie ważne, żeby zrozumieć, że temu zespołowi, temu co jest w środku, nie może nikt przeszkadzać. To jest zespół, który odpowiada za cały proces wdrożenia nowego produktu. Zauważcie, że poza tym czerwonym polem jest całe zaplecze technologiczne tego konstruktora czy technologa, bo używamy najczęściej technologia w rozumieniu angielskim. Technicy często rozróżniają technologów od inżynierów konstruktorów, inżynierów technologów, rozróżniają ich rolę. Natomiast z punktu widzenia powstawania nowego produktu to jest po prostu technologiczna strona tego rozwiązania, które tworzymy. Ważny jest ten element czuwania nad ekonomią i czuwania nad wszystkimi, zbudowaniem niezbędnej wiedzy, żeby ten zespół wewnętrzny mógł pracować. No i oczywiście projektant, który ma swoich kolegów, swoje zaplecze, swój zespół projektowy. Ale jest bardzo ważne, że to są decydenci ci w środku, w tym czerwonym. Również warto zauważyć, że czy szefostwo biura projektów czy zarządy, jakie by nie były, czy to jest prezes, czy to jest rozbudowany zarząd, czy to są jacyś decydenci w firmie, są poza tym polem oznaczonym na czerwono. Wyznacza się oczywiście takie

punkty kontrolne w tym procesie, ale dobry prezes nie przeszkadza takiemu zespołowi w pracy i tylko co jakiś czas umie pytać jak leci. Jeżeli jest taki prezes, który wie co my mamy zrobić no to lepiej, niech on będzie tutaj

00:13:13

wewnątrz tego zespołu. Bo ten zespół, żeby pracował sprawnie i był skuteczny, musi mieć duży poziom niezależności. W rogu się chwałę nagrodą designer roku, który zespołowo dostałem, w zespole. To był zresztą pierwszy tytuł designer roku, przyznany przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego właśnie, jak to wtedy się określało multidyscyplinarny zespół, który udawało mi się skutecznie prowadzić w jakimś tam projekcie. Chcę przez to wszystko podkreślić, że trzonem w ogóle działań, żeby praca designera była skuteczna i te wszystkie właśnie potrzeby ludzi były wypełnione, tak jak powiedziałem na początku, to jest no niesłychanej wagi ten slajd po prostu dla stworzenia takiego zespołu wdrożeniowego. Ostatnio udaje mi się nawet podpisywać tak umowy z naszymi partnerami, że w preambule tej umowy nie jest, że zleceniodawca zleca, a projektanci przyjmują to zlecenie. Tylko pierwsze zdanie preambuły takiej umowy brzmi, że tworzy się zespół wdrożeniowy złożony z projektantów i tu są wymienieni ludzie i przedstawiciele producenta, i są wymienieni konstruktorzy. Najczęściej to jest dział badania i rozwój, B+R jak to się określa. My od razu, od pierwszego słowa w umowie budujemy świadomość, że robimy to razem. W ogóle przypomniałem sobie, że dawno temu jak zaczynałem gdzieś właśnie w tych dwutysięcznych latach, to powiedziałem w jakimś wywiadzie coś takiego i to jest prawdą do dzisiaj, że tak długo rozmawiamy na początku, zanim podpiszemy umowę, zanim przystąpimy do pracy, tak długo rozmawiamy z naszymi partnerami, dopóki ja nie usłyszę w trakcie rozmowy, że ktoś z nich mówi "nasz projekt". Jeżeli mówi "nasz projekt", to znaczy, że coś z tego będzie. To znaczy, żeśmy się porozumieli, że robimy to razem. Jeżeli jesteśmy my - wy, to zawsze się tak zdarzy, że każdy technolog będzie mądrzejszy ode mnie, bo ja tą technologię znam tylko powierzchownie oczywiście, a on wie zawsze lepiej. Przygotowałem takie dwa przykłady tego typu działania, które wam przedstawię. Pierwszy to jest firmy Flower Produkt, nazywa on się Luna.

00:16:06

Chwałę się nim dlatego, że dostaliśmy niedawno za niego red dota, mój zespół marad Design otrzymał takie wyróżnienie. i producent oczywiście też, producent z nami, właśnie za pracę w interdyscyplinarnym zespole. Tam właśnie ta zasada działała, mieliśmy znakomitych partnerów z działu badań Flower'a. Doskonale nam się współpracowało. Nawzajem, żeśmy rozwiązywali problemy, gdzie kto, w którym jest lepszy. I skutek jest jak widzicie bardzo dobry, wyszedł bardzo ciekawy projekt. A ciekawostka również polega na tym, że to jest jeden z nielicznych przypadków przez tyle lat pracy, w którym udało mi się tak trochę jak w książce o projektantach, że rzeczywiście od małego szkicu powstał cały produkt. To po lewej to jest szkic, który na jakimś tam papierku zrobiłem jako, że bardzo szybko, właściwie, po krótkim zrozumieniu, jakie urządzeniu mamy robić i po co, zrozumieliśmy, że najważniejsze będzie rozprowadzanie powietrza. Na pewno każdy ma takie przygody, że we wnętrzach nie wiem dużych sklepów, czy w jakiś takich pomieszczeniach publicznych, jak się idzie przez hol na przykład, czy przez tą przestrzeń sklepową to co jakiś czas czuję się na głowie taki podmuch powietrza. To są właśnie klimatyzatory, które wymieniają to powietrze i podają w tym miejscu świeże. Nie daj Boże, jeżeli to jest na przykład na sali, w której się siedzi dookoła tego klimatyzatora i wtedy jest tak, że część ludzi krzyczy, że jest zimno. Część ludzi krzyczy, że jest za gorąco. Bo on niestety podaje to powietrze nierównomiernie no i jednak czuje się ten podmuch. Myśmy od razu sobie postawili za cel, żeby to powietrze rozprowadzić równomiernie i żeby tego, żeby to wymieniało powietrze po prostu, a nie dmuchało na człowieka. Wymagało to trochę pracy. Idea właśnie jest po lewej stronie na szkicu. Robiliśmy to w ten sposób, że jak już ta idea była wymyślona, to zaczęliśmy w skali jeden do jeden robić różne modele w różnych materiałach. Potem był bardzo żmudny i długi okres badań, w których żeśmy wokół tego urządzenia w kilku punktach istotnych badali przepływy powietrza, temperatury powietrza, żeby to powietrze dobrze

rozprowadzić. Robiliśmy to później w skali jeden do jeden wielkich halach w takich w takiej sytuacji, w jakiej to urządzenie będzie pracowało. No i tu pora powiedzieć o tym, co uważam za nasz sukces, że w pewnym momencie włączono to urządzenie. To jeszcze było słychać, że ono szumi, bo to była widzicie taka prymitywna makietka, ale człowiek który stał na dole powiedział: ale ono w ogóle nie dmucha. No to wiedzieliśmy, on myślał, że popsuło się coś, czy jest wyłączone. No a my wiedzieliśmy, że odnieśliśmy sukces, bo właśnie o to chodziło, żeby to wymieniało powietrze, a żeby tego podmuchu nie czuć. Także to był taki okres badań długich i żmudnych na modelach. Później powtarzaliśmy to na prototypach już, na prawdziwych materiałach z dokładnie zrobionymi urządzeniami. Tak ten proces przebiegał i zakończył się jak już się chwaliłem red dotem, którego w tym roku nasz zespół tak muszę powiedzieć z Flower'a i mój zespół projektantów, otrzymaliśmy, no co tu mówić, jedno z najbardziej zaszczytnych na świecie wyróżnień. Tylko kilkadziesiąt produktów rocznie z wielu, wielu tysięcy dostaje takie wyróżnienie. To był przykład, w którym ten schemat, który pokazywałem na początku, tu widzę go drugi raz nie zamieściłem w tej prezentacji, sprawdził się bardzo. Okazało się, że jak to się robi w takim zespole, w takim teamie, no to wychodzi to co trzeba. I drugi przykład też ciekawy. Wybrałem takie dwa bardziej znane rozwiązania. To jest Pendolino, dla którego mój zespół opracował całą zewnętrzną kolorystykę. Ona wygląda tak właśnie jak jak żeśmy sobie wymyślili.

00:21:03

Wszystkie materiały we wnętrzach i kolorystyka cała wnętrz, światło, całe wrażenie po prostu tego pociągu. Ale trzeba powiedzieć, że to duży team projektował. Oczywiście w bardzo dużym skrócie opowiadam, o Pendolino jest cały wykład oddzielny. I to jest zrobione na bazie projektu Giugiaro, później Alstom i w końcu my. Jeszcze zespół projektantów włoskich, ale też należących do Alstoma. I teraz właśnie o tym zespole. Tutaj o tej zespołowości, jak mówię o pracy zespołowej, to było nieco bardziej skomplikowane. Jako że sam proces projektowy trwał bardzo długo. Tak, jak mówiłem bazą był projekt przez pracownię Giugiaro opracowany klasycznego Pendolino. Później był cały zespół Alstom Design Studio, z którym już bezpośrednio pracowaliśmy. No i mój team maradDesign, z którym razem tworzyliśmy w pierwszym etapie zespół projektowy ten team Alstom i maradDesign pracowaliśmy wspólnie wielokrotnie, bardzo często, żeśmy się spotykali i do opracowywali te wszystkie elementy wnętrza. I później w drugim etapie zespół francuski z pracowni Alstoma zamienił się w zespół włoski już w Saviliano tam, gdzie był produkowany pociąg. Tam dla odmiany jeździłem i też współpracowaliśmy w realizacji tego ostatniego etapu. Ten zespół 1, 2, 3, 4, 5, 6cio języczny. Dowodził nami Chorwat. On miał tę wspaniałą cechę, że znał wszystkie nasze języki i praca w takim zespole to jest naprawdę, no nie muszę mówić, jaka odpowiedzialna jest każda decyzja. W związku z tym pracowaliśmy tak, że na dużym ekranie wyświetlaliśmy te słynne exece z zadaniami, które się zamieniały z czerwonych na zielone, jak było zrobione. I Nikola on miał na imię, jeśli dobrze pamiętam,

00:23:31

pytał każdego z nas siedzących przy tym wielkim stole, w naszych ojczystych językach, cośmy przeczytali po angielsku, co się tam wyświetlało. I jeżeli stwierdził, że każdy z nas zrozumiał dobrze, to hasło, to dopiero wtedy pozwalał nam przechodzić do następnego punktu. Także pod tym względem była dość skomplikowana praca, jako że no ja akurat mówię bardzo słabo po angielsku, tyle że jakoś tam dawałem radę. Francuzi, jak wiadomo mówią dobrze, ale udają, że nie rozumieją. Dla odmiany Włosi udają, że świetnie wszystko rozumieją. Także dość skomplikowana ta procedura była, ale skuteczna jak widać po pociągach. Same etapy projektowania wyglądały tak, że myśmy kiedyś wygrali konkurs na projekt wnętrza Pendolino. Jeszcze zanim był rozstrzygnięty przetarg. Później jeździliśmy z tymi prezentacjami, co chcemy osiągnąć, jakie ma być to wnętrze, jakie cechy ma mieć kolorystyczne i materiałowe. I firmy się do tego dostosowywały. Tu przy okazji pokazuje odrzucone sylwetki kolorystyki Pendolino, których zaproponowaliśmy 7, takie dwie najciekawsze inne niż ta, która jeździ. Widzicie państwo? Bardzo lubiłem tę na dole, tą białą, ona to słabo widać, jest za mało czasu, żebyśmy pokazywał to

dynamicznie, ale zauważcie, że na burcie ona ma dużo takich różnych kolorowych kresek. One miały taki cel, że jak pociąg przejeżdżał, to te kreski się poruszały po prostu, te szarfy, jakby fruwały wydawało się na tej sylwetce. Tak wyglądał konkurs. Później był ten etap, o którym mówiłem, który odbywał się w siedzibie Alstoma w Paryżu, we Francji. Tutaj po lewej widać fotki, jak pracowaliśmy bezpośrednio przy decyzjach.

00:25:38

Najpierw na małych próbkach, potem na dużych próbkach materiałów. Każdą rzecz decydowaliśmy jaka ma być. Później był cały ten proces dostarczania materiałów. Po prawej na górze widać pierwszy wyjazd naszego polskiego Pendolino z hali. Dopiero wtedy mogliśmy ocenić. A na dole żmudna praca, wędrówka po wnętrzach w tą i z powrotem, żeby zobaczyć co jest nie tak, ewentualnie zrobione, żeby to było wszystko tak jak trzeba. Skończyło się to wszystko dokumentacją kompletną, no i pociągiem, potem w końcu. Ale w dokumentacji tutaj znowu się chwalebę, raz w życiu widziałem, taki podpis jak państwo widzicie na dole tego slajdu: design Giugiaro, maradDesign, Alstom Transport Design&Styling. W takim zespole życzę każdemu, żeby taki podpis gdzieś na rysunkach widział. Takie dwa case'y. I teraz jak przebiega sam proces projektowy, w którym tego człowieka, o którego w końcu ciągle podkreślam chodzi, jesteśmy w stanie umieścić? Od momentu wystąpienia problemu aż do powstania produktu czy usługi. Zresztą współcześnie produktem też się nazywa usługę. Najczęściej ten proces jest rysowany tak, zauważyłem, że wszyscy moi koledzy w swoich prezentacjach z Polski, jak opowiadają o procesie, to właśnie ten proces pokazują, że z jakiegoś takiego kotła, kłębka, nie wiadomo czego próbujemy wyjść na prostą. No, ale oczywiście za chwilę będzie w bardziej uporządkowanej w formie ten proces pokazany. Jednak zanim go pokażę, to chcę powiedzieć coś takiego, co dla nas jest najważniejsze i odnosi się jakby bezpośrednio do tego cyklu, dla którego jest przeznaczone to, co dzisiaj mówię. Najczęściej jak spotykamy się z producentem, to zaczyna się to od tego środkowego kafelka: co mamy zrobić? Natomiast świętą rzeczą, niepodważalną, najważniejszą, tak jak wszystkie najważniejsze, jest to, żeby zrozumieć po co? Czyli pełen proces, jak już go ogarniemy i zdołamy zbudować to, co mamy zaprojektować, to ma te 3 elementy. Najpierw musimy wiedzieć po co ta rzecz ma być. Później, co my właściwie robimy i oczywiście łatwo się domyślić, że wobec tego robimy to, co spełnia te zasady, które ustaliliśmy w tym "po co?". A potem jak zrobić?, no to już są tylko nasze umiejętności zawodowe. Bardziej elegancko ten proces od tego, który pokazałem tego kłębka, jest pokazywany w takim słynnym double diamond, opracowanym ileś lat temu przez design council. I on ma te najważniejsze elementy, to znaczy najpierw to jest odkrywanie problemu. Później jest zdefiniowanie tego problemu. Później jest poszukiwanie rozwiązania i weryfikacja tego rozwiązania. W tym podwójnym diamencie jest bardzo ważna ciągłość tego procesu, żeby przez to przejść i bardzo ważne są te napisy, dywergencja i konwergencja. One są istotne szczególnie dla młodych projektantów, którym trzeba ciągle przypominać, że najpierw musimy umieć bardzo szeroko spojrzeć, jak najszerzej potrafimy się otworzyć, ale jednak kiedyś jakieś decyzje trzeba podjąć i potem trzeba umieć robić tego syntezę. Nie będę się nad tym podwójnym diamentem bardziej rozwodził. My to mamy przetłumaczone na co dzień w takim proces, który już na co dzień stosujemy i on ma znowu widzicie te 4 podstawowe elementy: określanie, szukanie, projektowanie i weryfikacja tego, co będzie. W pionowym układzie, który jest bardziej czytelny, on wygląda tak samo. To jest dokładnie ten sam proces. Ja go nie lubię, bo on tak w dół idzie. Tamten, który

00:30:11

idzie poziomo wydaje się bardziej ciekawy, no ale ten za to jest bardziej czytelny. I jest jeszcze jedna z tych takich ogólnych rzeczy bardzo ważna sprawa, o której nie wolno zapominać. Tu za Tim'em Brownem i jego znakomitą książeczką "Zmiana przez design" i w ogóle za pracą całego IDO. Wykres jest akurat z książki Tim'a Browna, ale IDO zawsze podkreśla to, co na tym schemacie widać. Mianowicie te 3 elementy: atrakcyjność, wykonalność i opłacalność to dopiero jest projekt. Trzeba o tym pamiętać. Jeżeli któryś z tych elementów nie jest zweryfikowany, sprawdzony bądź za mało, czy w ogóle nie daj

Boże, nie brany pod uwagę, to nie możemy mówić o projekcie. Możemy mówić o pomysle, możemy mówić o jakiejś idei, możemy mówić o poszukiwaniu czegoś, ale projekt musi spełniać te wszystkie 3 warunki. To jest jedna ze świętości, bo jak się o tym zapomni i gdzieś czegoś nie dopracuje, to to bardzo dużo kosztuje po prostu. Jeszcze jedno, takie uogólnienie. Też często się rozróżnia, sam staram się bardzo często to podkreślać, żeby to nie umknęło. Czasem się rozróżnia wykształcenie akademickie, designerów, projektantów, którzy tam wiedzą, jak jest lepiej i wykształcenie zawodowe, techniczne najczęściej, które ci ludzie wiedzą, jak to zrobić, żeby było. Otóż jest niesłuchanie ważne, żeby te kółka się zazębiły. Żeby one nakładały się na siebie. I to jest nasza praca, jako dydaktyków dla odmiany, żeby doprowadzić do tego, żeby absolwenci naszych uczelni

00:32:01

znajdowali się w tym zielonkawym polu, które powstaje przez zazębienie tej wiedzy, tego wykształcenia poszczególnych elementów. Jeszcze mam takich trochę rzeczy, które chciałbym powiedzieć, w pewnym sensie na koniec, ale właściwie istotnych, które uważam za bardzo ważne w projektowaniu. Jest taka słynna w naszym środowisku książka Viktora Papnka, w której jest takie zdanie, które każdy student wzornictwa zna: "Istnieją co prawda dziedziny działalności bardziej szkodliwe niż wzornictwo przemysłowe, ale jest ich bardzo niewiele". Bardzo przewrotna, jak widzicie myśl. Ja zawsze dodaję, że trzeba koniecznie odwrócić na drugą stronę tego wstępu, w której jest to zdanie napisane. I na drugiej stronie możemy przeczytać, że złe wzornictwo jest takie szkodliwe, czyli wzornictwo, które udaje, że rozwiązuje jakieś problemy, że wzornictwo które próbuje być na przykład dyktatorem dla ludzi, a nie słuchać ludzi, bo są tacy designerzy, i gubi się zrozumienie tego słynnego obecnie user experience, czyli zrozumienia potrzeb użytkownika. I wtedy Viktor Papanek ma rację.

00:33:31

Ale żeby się nie pogubić w tym wszystkim, to trzeba powiedzieć jeszcze jedną rzecz, którą znalazłem na takim przykładzie. Od razu powiem, że nie ja byłem na Bali, ale no w każdym razie mogłem pokazać taki przykład prawdziwy. To jest plaża na Bali. Ta plaża wygląda bardzo zachęcająco i prześlicznie. I z powodu takiego widoczku wielu ludzi się tam wybiera. Tymczasem naprawdę ta plaża wygląda tak. No i to jest rzecz, do której jeżeli to my się byśmy przyczyniali, to Papanek ma rację. W związku z tym jest strasznie ważne, żeby pamiętać o paru ważnych rzeczach. O zrównoważonym rozwoju, który no nie będę w tym środowisku, do którego mówię, wśród tych ludzi, dla których to jest przeznaczone, nie trzeba tego rozwijać. Ale musicie państwo uwierzyć, że naprawdę dla nas projektantów to jest sedno rzeczy, że nie możemy o tym zapominać. I druga rzecz to jest dążenie do słynnego zero waste. Pamiętajmy o tym zawsze. Zresztą jak mówiłem o Flowerze, Flower jest firmą, która nieustannie dąży w założeniach swojego projektu, no do zero waste się nie da w tego typu produkcji, ale do minimalizacji wszystkich rzeczy, strat. O tym zawsze pamiętamy i zawsze musimy pamiętać. Wracając, taki przykład sobie znalazłem. Po lewej widzicie państwo zwykłą żarówkę. Ta żarówka jest nieekonomiczna. Był jakiś okres, że w Europie nie wolno w ogóle było ich produkować i sprzedawać, bo ona jest strasznie energochłonna.

00:35:58

W związku z tym właściwie wszyscy przechodzą na oświetlenie LEDowe. Standardowy LED to jest linia kropek, tutaj jakiś taki stary wziąłem, nie ważne. W każdym razie są to najczęściej takie punktowo-liniowe rozwiązania. Tylko co ma zrobić ta starsza pani często, która ma piękną lampę, a może to wcale nie jest starsza pani. Ktoś ma piękną lampę taką stojącą na przykład w rogu i przepaliła mu się żarówka. No tych LEDów nie da rady zastosować. W związku z tym mądrzy projektanci, rozumiejący potrzeby ludzi, którzy mieli żarówki, wymyślili bardzo nowoczesne źródło światła LEDowe, takie, które widzicie po prawej na ekranie, ale w kształcie żarówki i można po prostu tą LEDową żarówką, to jest głupia nazwa. To LEDowe źródło światła w kształcie żarówki można wkręcić w to miejsce, w którym przepaliła nam się żarówka. Ale żeby tak projektować i takie rzeczy zrozumieć to tak, jak zaczynam

zawsze od tego: nie produkt a człowiek jest celem, tak samo zakończyć chcę moją opowieść, takim hasłem, które poddam pod rozwagę wszystkim projektantom, wszystkim zajmującym się tworzeniem nowych rzeczy dla ludzi. W naszym zawodzie trzeba tyle samo pokory co odwagi. I chyba tym hasłem najchętniej zakończę moją opowieść o wzornictwie i jakie ono jest współcześnie. Dziękuję bardzo.