

Adam Świerzewski
**Dokumentacja w postępowaniu
habilitacyjnym**

Dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym

dr Adam Świerżewski ad.

Wydział Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku
Katedra Grafiki Projektowej

Identyfikacja wizualna. Projektowanie systemowe (studia stacjonarne,
pracownia dyplomująca na poziomie licencjackim i magisterskim)

Pracownia Identyfikacji Wizualnej, responsywne budowanie tożsamości
wizualnej (studia niestacjonarne, pracownia dyplomująca na poziomie
magisterskim)

Dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym



www.asp.gda.pl

2023

Redakcja i korekta

Agnieszka Kochanowska

Projekt graficzny, typograficzny i skład

Adam Świerżewski

Książkę złożono krojami pism

WARNOCK PRO (Robert Slimbach)

Cy (Jürgen Huber)

SWEAR TEXT (James Edmondson)

Wydrukowano na papierze

offset IQ Print 140 g/m²

Wydawca

Adam Świerżewski Świerszcze

Druk cyfrowy

Przystanek Poligrafia Gdańsk

Nakład

10 sztuk

Zdjęcia

Adam Świerżewski, Monika Świerżewska,

Marcin Wojtkiewicz, Adam Kozłowski,

Renata Dąbrowska, Monika Krzemińska,

Mateusz Sylwetrzak, Weronika Mazurkiewicz,

Emilia Kora Wernicka, materiały prasowe UM Sopotu,

materiały prasowe UM Gdańska

Praca dostępna na licencji

Creative Commons Uznanie autorstwa

Na tych samych warunkach 4.0

Międzynarodowe (CC BY-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.pl>

ISBN 978-83-945546-2-0



→1		Wstęp
→4		Życiorys oraz przebieg pracy zawodowej
→6		1. 6 x odbiorca. O odpowiedzialnym projektowaniu Autoreferat (ramowa charakterystyka działalności artystyczno-projektowej, dydaktycznej oraz organizacyjnej, wskazane osiągnięcie artystyczno-projektowe)
→10	X1	1.1. System informacji miejskiej dla Miasta Sopotu (2016–2019)
→90	X2	1.2. System identyfikacji wizualnej jednostek organizacyjnych i spółek Miasta Gdańska oraz jednostek samorządowych Województwa Pomorskiego
→144	X3	1.3. Kampania wprowadzająca segregację odpadów na terenie Gdańska
→168	X4	1.4. Art'em all 2021, 2022
→198	X5	1.5. Na rynek, na ratunek! Regeneracja Rynku w Oliwie
→224	X6	1.6. Identyfikacja wizualna dla Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku (w trakcie implementacji, 2021–...)
→246		2. Rejestr dorobku artystycznego. Inne realizacje artystyczno-projektowe (selekcja)
→290		3. Informacje o osiągnięciach dydaktycznych, popularyzujących sztukę projektowania oraz organizacyjnych 3.1. udział w procesie naukowo-dydaktycznym 3.2. nagrody i wyróżnienia 3.3. udział w komisjach konkursowych 3.4. działalność popularyzująca sztukę projektowania 3.5. działalność organizacyjna

Projektanci mają możliwość wpływania na sposób, w jaki informowani są zwykli ludzie. To oddziaływanie pociąga za sobą prawdziwą odpowiedzialność. (...) Gra z formami języka projektowania graficznego jest intrygująca, ale języki stworzone są po to, aby nieść znaczenie. Uchylenie się od tej odpowiedzialności to ironia, elitaryzm i tchórzostwo.
Natalia Ilyin,
Fantastyczni my

Wstęp

Nie urodziłem się w rodzinie związanej w jakimkolwiek stopniu ze sztuką czy projektowaniem, co pozwoliło mi na spędzenie typowego, szczęśliwego dzieciństwa. Biegając po lesie, między kurnikami a zabudowaniami gospodarczymi małej miejscowości, bliżej mi było do postaci z książek i filmów przygodowych (nierazko klasyfikowanych jako kategoria D lub niższa) niż do fascynacji oprawą graficzną publikacji, przedmiotów czy oznaczeń przestrzeni wokół mnie. Być może wynikało to z tego, że moje dzieciństwo przypadło na czas zmierzchu PRL, a wczesna młodość na narodziny obywateli nowej Polski – transformację z szarego świata ubarwionego moją wyobraźnią w konglomerat złudzeń, że wszystko jest albo będzie na wyciągnięcie ręki. Nie potrafię sobie przypomnieć, co skłoniło moich rodziców do podjęcia decyzji o zapisaniu mnie do Państwowego Liceum Plastycznego w Łomży. Większość moich zainteresowań i fascynacji mogłaby prowadzić najwyżej do szkoły ogólnokształcącej. Jednak jakiś zbieg okoliczności skierował mnie w zupełnie inny świat – świat, w którym najcenniejsze są wciąż przekształcające się konstelacje różnych relacji. A relacja nadawca – odbiorca stała się dla mnie niekończącą się próbą zrozumienia zasad adekwatnej komunikacji.

Nikt nie ma wątpliwości, że projektowanie graficzne jako forma komunikacji wizualnej jest nierozdzielnie związane z rzeczywistością, w której funkcjonujemy, towarzysząc nam dosłownie wszędzie. Opakowania kawy zaprojektowane tak, by potwierdzić nasze zakupowe decyzje, określają jednocześnie naszą przynależność do konkretnej grupy konsumentów. Systemy porządkowania informacji w aplikacjach mobilnych umożliwiają szybkie wezwanie ubera. Nawet wybór tarczy zegarka, który kupiliśmy kilka dni temu za pośrednictwem intuicyjnie zaprojektowanego serwisu aukcyjnego, zależy od właściwej typografii. Zaprojektowane w adekwatny sposób współczesne systemy nawigacji przestrzennej (*wayfinding*) pozwalają na szybkie odnalezienie miejsca spotkania w nowym biurowcu. Kalendarz elektroniczny podpowiada nam, jak będzie wyglądała dalsza część dnia, przy użyciu odpowiednich bodźców wizualnych w odpowiednim czasie. Z kolei otaczające

nas wszędzie niezliczone kampanie promocyjne i informacyjne ciągle próbują przekonać nas do zachowań, które potwierdzą nasze przywiązanie lub antypatie do marek, idei czy produktów. Aż do wieczornego sprawdzania rachunków za prąd, któremu towarzyszy irytacja, dlaczego ktoś zaprojektował je tak, że nie można się szybko zorientować, skąd wysoka kwota za media, w pokoju, gdzie od lat wisi plakat Waldemara Świerzego z 1957 r. do filmu *Bulwar zachodzącego słońca*, a każde zerknięcie w tym kierunku przywołuje pytanie „Jak to jest możliwe, że oni tak mogli to zrobić?”. Kończąc na wieczornym przebłyску myśli, czy na mojej urnie we właściwy sposób będą ustawione przestrzenie międzyliterowe w imieniu i nazwisku? Czy interlinia i krój pisma będą adekwatne?

Od ponad 100 lat projektowanie graficzne towarzyszy naszej rzeczywistości, a nieustanne zmiany w różnych dziedzinach tej rzeczywistości są ciągłym impulsem do zmian w postawach, aspiracjach, umiejętnościach, decyzjach i metodologiach projektantów graficznych. Od nieprawdopodobnego przyspieszenia rewolucji przemysłowej, zmian proponowanych przez modernizm, Bauhaus, art déco, pełne nowych trendów lata 30. (dadaizm, futurizm, surrealizm), propagandowe przekazy czasu wielkiej wojny, przez międzynarodowy styl szwajcarski lat 50., któremu przeciwstawiła się w tym samym czasie amerykańska szkoła ekspresjonizmu graficznego, przez złotą dekadę agencji reklamowych, pierwszych wielkich budżetów, kreowania marki, kontestowaną przez Kena Garlanda i jego przyjaciół w manifestie *Najpierw rzeczy pierwsze*. Przez antysystemowe psychodelie lat 60., nonkonformizm lat 70. sprzeciwiający się dwubiegunowości porządku świata zimnej wojny, wywodzący się z brytyjskiej subkultury, obecny także w projektowaniu punk. Przez pierwsze fascynacje technologiczne demokratyzujące zawód projektanta, ale też pełne antyestetycznych prób lata 80., biegnące w stronę nadchodzącej nowej ery, pełne kolorowej nadziei na kolejny przełom lata 90. i czasy kolejnej, porównywalnej do przełomu rewolucji przemysłowej ery internetu, nadchodzącego XXI wieku. I wreszcie niemający ograniczeń hipertekstowy, nielinearny, niczym nieposkromiony wiek XXI,

wsparty niewyobrażalnymi wcześniej, dostępnymi niemal dla każdego możliwościami technologicznymi.

Te ponad 100 lat doświadczeń w projektowaniu to historia o relacji między nadawcą a odbiorcą komunikatu. Historia niezliczonych doświadczeń, kontekstów, rewolt i powrotów do źródeł, ale także deklaracji chęci zrozumienia i porozumienia. W tym kontekście na scenie pozostaje tylko jedna postać – odbiorca. Różnica między artystą a projektantem leży u podstaw ich pracy. Artysta tworzy dzieła sztuki w celu wyrażenia siebie i swoich refleksji na temat świata, podczas gdy projektant tworzy funkcjonalne przedmioty, które mają zaspokoić potrzeby odbiorcy. Oznacza to, że w projektowaniu decyzje podejmowane są zawsze z myślą o odbiorcy, a nie tylko o autorze komunikatu. Jednak realizacja potrzeb odbiorcy nie oznacza przedkładania rozwiązań normatywnych nad innowacyjnymi czy twórczymi poszukiwaniami. Wręcz przeciwnie – sukces projektanta tkwi w połączeniu różnych obszarów wiedzy i umiejętności. Projektowanie to praktyka kulturowa, która obejmuje zarówno popkulturę, jak i wiedzę techniczną i społeczną. Projektant musi zatem posiadać wiedzę z wielu dziedzin, a także kompetencje miękkie, takie jak umiejętność pracy w grupie, kreatywność, empatia i zdolność adaptacji do zmieniających się warunków. Zadaniem projektanta jest nie tylko stworzenie funkcjonalnego przedmiotu, ale także zapewnienie jego estetyki, trwałości i zgodności z wartościami społecznymi.

W poniższym tekście wskazuję, jak odpowiedzialną misją jest projektowanie, opierając się na moim doświadczeniu wdrożonych projektów. Projektowanie to nie tylko estetyzacja produktów czy usług, ale przede wszystkim odpowiedzialna, codzienna praktyka, która realnie wpływa na jakość życia ludzi. Wymaga uwzględnienia wielu czynników (często takich, które wyprzedzają naszą wiedzę, potrzeby tu i teraz), a co najważniejsze także kwestii etycznych i zrównoważonego rozwoju. To droga ciągłego rozwoju i uczenia się oraz nieustannej uważności i otwartości na odbiorcę.

Adam Świerzewski

wykształcenie

1. Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych w Łomży 1998, technik grafik
2. Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku 2004, magister *Projekt identyfikacji wizualnej dla Szybkiej Kolei Miejskiej w Trójmieście*
Promotor: prof. Janusz Górski
3. Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku 2016, doktor *Prototypowanie idei. Komunikacja wizualna w budowie tożsamości marki*
Promotor: prof. Sławomir Witkowski

dotychczasowe zatrudnienie i pełnione funkcje

- od 2010 na stanowisku asystenta w pracowni Projektowania Graficznego prowadzonej przez prof. Sławomira Witkowskiego
- od 2013 prowadzący pracownię Wiedza o działaniach i strukturach wizualnych
- od 2015 prowadzący pracownię Projektowania Znaków
- 2016 uzyskanie stopnia doktora
- od 2017 kierownik studiów niestacjonarnych na Wydziale Grafiki ASP w Gdańsku
- od 2019 prowadzący pracownię Identyfikacja Wizualna, responsywne budowanie tożsamości wizualnych
- od 2019 awans na stanowisko adiunkta na Wydziale Grafiki ASP w Gdańsku
- od 2020 Proroktor ds. Współpracy i Promocji, nadzorowanie pracy Biura Promocji, Biura Współpracy i Umiejdzynarodowienia, Biura Programów Infrastrukturalnych i Badawczych
- od 2022 kierownik pracowni Identyfikacji Wizualnej – Projektowanie Systemowe

pozaakademickie doświadczenie zawodowe

- 2000–2001 praca na stanowisku grafika w Young Digital Planet, jednej z największych polskich firm informatycznych działających na rynku innowacyjnych rozwiązań edukacyjnym w ponad 50 krajach na świecie
- 2001–2005 praca w korporacji reklamowej Yapan na stanowisku grafika
- 2001–... właściciel studia projektowego świerszcze. Studio graficzne zajmuje się budowaniem tożsamości wizualnej marek, najważniejsi klienci to: Urząd Miasta w Gdańsku, Urząd Miasta w Sopocie, Opera Bałtycka, Teatr Miniatura, Bałtycka Agencja Artystyczna BART, Europejskie Centrum Solidarności, Kimputing (firma amerykańska działająca w branży IT), Courtyard by Marriott Gdynia, VTS Gdynia, Mercor S.A., Sheraton Sopot Hotel
- 2005–2008 praca w korporacji reklamowej Yapan na stanowisku dyrektora artystycznego
Nadzór nad 5-osobowym zespołem kreatywnym. Realizowanie kampanii promocyjnych i wizerunkowych m.in. dla: PZU Życie, Credit Suisse, TelePizza, Polska Presse, Starwood Westin Hotels, Tour de Pologne, TVP, ING Bank Śląski
- 2014–2015 w ramach konsorcjum uDock realizacja projektów figur kolekcjonerskich oraz wielkogabarytowych figur promocyjnych do gry Wiedźmin III dla firmy CD Projekt Red
- 2016–... prezes zarządu spółki Czarnym Drukiem Sp. z o.o. Sp. k. zajmującej się działalnością eventową, gastronomiczną, której jednym z celów strategicznych jest promowanie młodych projektantów w skomercjalizowanych przestrzeniach



autoreferat



Wskazane osiągnięcie artystyczne

Zgodnie z wymogami formalnymi dziełem wskazanym w przewodzie habilitacyjnym jest zestaw prac o nazwie **6 x odbiorca**. **O odpowiedzialnym projektowaniu**, pretendując do spełnienia warunków wynikających z art. 16 ust. 2 z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych tytule naukowym oraz stopniach tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz 882 ze zm. Dz. U. 2016 r. poz. 1311.) U. z 2016 r. poz. 1311.)

6

odbiorca

System informacji miejskiej dla Miasta Sopotu

2016–2019

indywidualny wkład w realizację:

- ramowa koncepcja systemu
- projekty graficzne ikon
- projekty graficzne układów typograficznych
- projekty graficzne map
- projekty graficzne tablic informacyjnych
- projekty graficzne tablic kierunkowych
- projekty graficzne tablic z nazwami ulic
- projekty graficzne tablic z numeracją ulic
- kompleksowa standaryzacja wytycznych projektowych w formie manuala



„Sopot został laureatem Nagrody Marszałka za zasługi dla rozwoju turystyki w kategorii Innowacja w turystyce za System Identyfikacji Miejskiej, czyli spójny zespół wzorów tablic, słupów i pylonów informacyjnych. (...) – Dzięki spójności i czytelności nowego Systemu Informacji Miejskiej w Sopocie przestrzeń miasta nabrała eleganckiego charakteru – mówi Jacek Karnowski, prezydent Sopotu. – Dodatkowo wzmocniony został przekaz dla turystów, którzy często gubili się w nadmiarze informacji i kolorów poszczególnych znaków i strzałek. SIM doceniają zarówno nasi goście, jak i mieszkańcy”.
„Dziennik Bałtycki”, październik 2021

W 2016 roku otrzymałem zaproszenie do udziału w rozmowach dotyczących projektu uporządkowania przestrzeni publicznej w Sopocie. Zaproszenie trafiło do mnie ze względu na wieloletnie zaufanie, jakie wypracowałem, prowadząc swoją działalność projektową w ramach studia świerszcze dla podmiotów związanych z Miastem Sopot, takich jak Bałtycka Agencja Artystyczna BART, Polska Filharmonia Kameralna Sopot, Ergo Arena, Sheraton Hotel Sopot czy Biuro Promocji sopockiego Urzędu Miasta.

Projekt miał na celu rozwiązanie problemu często spotykanego w polskich miastach – chaosu komunikacji wizualnej w przestrzeni publicznej. Problem ten znany był od wielu lat i z każdym rokiem stawał się coraz bardziej uciążliwy dla mieszkańców, turystów oraz samych gospodarzy miasta, a był spowodowany licznymi działaniami, które z nikim nie były konsultowane, oraz niekonsekwencją w zarządzaniu i egzekwowaniu zasad korzystania z przestrzeni publicznej.

Sopotowi szczególnie zależało na uporządkowaniu tego chaosu, ponieważ miasto od kilku lat starało się wprowadzić strategię wizerunkową, która pozycjonowałaby je jako najważniejszy w Polsce ekskluzywny kurort, łączący atut lokalizacji w bliskim otoczeniu nieurbanizowanej przyrody z kulturą wysoką. Wymagało to zmiany podejścia do standardów budowania komunikacji wizualnej, a właściwie zdefiniowania ich na nowo.

W związku z rangą i skalą projektu postanowiłem rozszerzyć schemat współpracy. Mając na uwadze szczególnie mocną identyfikację mieszkańców Sopotu z miastem oraz wsparcie pracowników magistratu, zdecydowałem się na proces projektowy, w którym duży nacisk położono na partycypację oraz prototypowanie. Miałem świadomość kontekstu zadania projektowego oraz tego, że jego jakość miała podnosić rangę miasta.

Nie miałem wcześniej doświadczenia z tak dużymi i kompleksowymi realizacjami, więc zdecydowałem się na zaproszenie grup roboczych reprezentujących przedstawicieli miasta, biznesu, mieszkańców

oraz turystów, aby uzyskać jak najwięcej wartościowych informacji. W tych grupach znaleźli się m.in. delegowani pracownicy urzędu miasta, pracownicy Biura Promocji, wiceprezydent Sopotu, przedstawiciele Zarządu Dróg i Zieleni w Sopocie oraz plastyk miejski. Dzięki rozpoznaniu aktywnych zakresów relacji interesariuszy z przestrzenią miejską, udało mi się zidentyfikować główny problem projektowy, problemy pośrednie, nadawcę głównego i pośredniego, odbiorcę głównego i pośredniego, kontekst projektu, rodzaj komunikacji, sam komunikat wizualny, możliwe zakłócenia w narracji i interpretacji przekazu, a także potencjalne błędy projektowe.

Rozpoczęliśmy od szerokich konsultacji z zainteresowanymi grupami, aby sprawdzić, czy problem projektowy jest równie ważny dla wszystkich i czy jest identyfikowany w podobny sposób we wszystkich grupach roboczych. Co ciekawe, podczas konsultacji okazało się, że stałym mieszkańcom Sopotu trudno było zauważyć nasycenie bodźców wizualnych w mieście. Wynikało to z przyzwyczajenia do otaczającej rzeczywistości dzięki długoletniemu obcowaniu z nią. Ta obserwacja pozwoliła na wniosek, że system informacji miejskiej powinien być głównie skierowany do okazjonalnych odbiorców, którzy dopiero poznają miasto. Pomimo to każdy etap procesu był konsultowany z mieszkańcami, którzy są wyjątkowo zaangażowani w lokalne wydarzenia. Często korzystaliśmy z prototypów oznaczeń, a ich odbiór był sprawdzany poprzez ankiety online dostępne dla mieszkańców na stronach urzędu miasta.

Aby odpowiednio dostosować komunikat do użytkownika okazjonalnego, podzielono Sopot na trzy strefy z uwzględnieniem stopnia korzystania z przestrzeni przez incydentalnych użytkowników oraz sposobu przemieszczania się (pieszo, autem, rowerem). Sektor A, który charakteryzował się restrykcyjnym ograniczeniem ruchu kołowego, został zdefiniowany jako przestrzeń najczęściej odwiedzana przez turystów, co wymagało zastosowania intensywnej komunikacji informacyjnej. Wysokość nośników, skala oraz rodzaj ich umiejscowienia względem poziomu gruntu zostały dostosowane do potrzeb spacerujących turystów, a także uwzględniały natężenie ruchu gości w Sopocie w sezonie letnim.



chaos komunikacyjny
przed zmianą w Sopocie



prototypy pierwszych
projektów SIM Sopot



W sektorze A umieszczono wiele nośników z mapami, zwykle na dużych placach miejskich, co umożliwiała korzystanie z nich wielu osobom jednocześnie. Dostosowane do ekonomii produkcji i zrealizowane w trzech rozmiarach tablice informacyjne zostały zestawione w grupy komunikatów, tak aby odbiorcy mogli z łatwością przyswoić informacje. W sektorach A i B zaproponowano dwie nakładające się siatki informacyjne. Pierwsza była naturalna, uwzględniająca topografię miasta, oparta na ulicach, a druga koherentna, składająca się z systemu informacyjnego prowadzącego do wyselekcjonowanych atrakcji miejskich.

Decyzja o wyborze punktów, które powinny zostać włączone do systemu, została podjęta, biorąc pod uwagę potrzeby różnych grup roboczych oraz sugestie doświadczonych pracowników Zarządu Dróg i Zieleni. Rekomendacje uwzględniono przy podejmowaniu strategicznych decyzji magistratu w zakresie lokalizacji nośników. Dodatkowo umiejscowienie nośników z konkretnymi informacjami o atrakcjach miejskich pozwoliło na kontrolowanie intensywności ruchu pieszo, co było szczególnie ważne w miesiącach letnich. Nośniki sektora A zostały wzbogacone o tłumaczenia w języku angielskim, dedykowany zestaw ikonograficzny w skali dostosowanej do możliwości percepcyjnych określonego odbiorcy oraz informacje o odległościach do wskazanych destynacji w minutach spaceru. Poziom skomplikowania formy ikon, wielkości nośników oraz ilości zawartych informacji w tej przestrzeni był większy niż w pozostałych sektorach.

Sektory B i C zostały zaprojektowane z myślą o odbiorcach, którzy częściej przemieszczają się samochodem lub rowerem niż pieszo (sektory B i C obejmują ruch kołowy i pieszy). Sektor B to główna arteria Sopotu – al. Niepodległości oraz pobliskie ulice, gdzie dozwolona prędkość to 50 km/h, a ruch kołowy jest największy. Tablice informacyjne w tym sektorze zostały zaprojektowane w innej skali, z mniejszą ilością informacji, mniejszymi grupami informacyjnymi i innym zestawem ikon (o mniejszym poziomie skomplikowania) oraz umieszczone na innej wysokości od poziomu gruntu niż w sektorach A i C, aby dostosować komunikaty do ograniczonej percepcji użytkowników tej przestrzeni – kierowców.

Sektor C został określony jako sektor najrzadziej odwiedzany przez turystów. Ilość nośników jest mniejsza, a informacje na nich zawarte ograniczają się wyłącznie do nazw ulic. Ten sektor jest najczęściej odwiedzany przez stałych mieszkańców Sopotu, którzy dobrze znają swoją przestrzeń. Dlatego podjęliśmy racjonalną decyzję o ograniczeniu kosztów związanych z produkcją nieadekwatnej do potrzeb ilości nośników.

Dla mnie osobiście niezwykle wartościowym aspektem całego procesu projektowego było pojawienie się nowych wyzwań, których źródłem były problemy związane z prowadzeniem komunikacji w ramach projektu, trwającego ponad 3 lata i dotyczącego wielu grup interesariuszy. Skala realizacji oraz wieloaspektowa natura przedsięwzięcia wymagały zastosowania szerokiego zakresu komunikacji, zarówno wewnątrz zespołu projektowego, jak i między różnymi grupami zainteresowanych. Jednocześnie ta szeroka rozpiętość projektu dała mi możliwość pracy zespołowej nie tylko z wyżej wymienionymi grupami, ale także z rozbudowanym zespołem projektantów oraz specjalistów odpowiedzialnych za finalny produkt. W mojej roli głównego projektanta miałem możliwość delegowania zadań w powołanym przeze mnie zespole i nadzorowania ich wykonania, co znacząco podniosło kompleksowość i szczegółowość opracowania.

Mając na uwadze unikalność projektu, postanowiłem podzielić się swoim doświadczeniem z procesu projektowego ze studentami Wydziału Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. W tym celu zaprosiłem do współpracy utalentowaną studentkę ostatniego roku Anastasję Vrublevską, która była na wymianie zagranicznej programu Erasmus. Uznałem, że doświadczenia zdobyte podczas pracy nad tak zaawansowanym i unikatowym projektem są także okazją dla początkujących projektantów do zdobycia praktycznych umiejętności zawodowych.

Dodatkowo, w kontekście rozwijania własnych kompetencji, interesowały mnie konsultacje z dziedziny wzornictwa przemysłowego, które znacznie poszerzyły moją wiedzę na temat możliwości produkcyjnych związanych z koncepcjami przestrzennymi. Moja koncepcja tablic informacyjnych była inspirowana działaniem wiatru, który jest nieodłącznie związany z charakterem nadmorskiego miasta. Praca nad tą koncepcją wymagała wielu konsultacji technicznych, które pozwoliły mi też pogłębić wiedzę z zakresu

nowoczesnych technologii druku. Dzięki tym spotkaniom zdecydowałem się m.in. zastosować druk odblaskowy, umożliwiający odczytywanie informacji z tablic w nocy.

Kolejnym istotnym aspektem było zaprojektowanie odpowiedniej komunikacji oraz określenie kompetencji osób odpowiedzialnych z ramienia miasta za przeprowadzenie procesu wyłonienia generalnego wykonawcy. Projekt był wyceniany na kwotę około 6 milionów złotych i był jedyną realizacją, która pozostanie w tkance miejskiej na kolejne 15-20 lat. Poczucie ogromnej odpowiedzialności za cały proces skłoniło mnie do przeprowadzenia szeregu rozmów pozwalających uzyskać pewność, że operacyjnie urzędnicy miejscy będą w stanie wyłonić kontrahenta, który wykona projekt z należytą starannością i fachowością. Zadanie to było o tyle trudne, że podobnych realizacji w Sopocie nie było i zarówno ja, jak i urzędnicy nie mieliśmy punktu odniesienia.

Podczas budowania tak kompleksowego opracowania pojawiły się również problemy dotyczące sposobu oddania projektu. Po pierwsze projekt dla wykonawców musiał pozostać na tyle elastyczny, aby umożliwić wnoszenie ich know-how przy jednoczesnym zapewnieniu precyzyjnego przekazania założeń systemu. Po drugie jednostka odpowiedzialna za pierwsze wdrożenie projektu i wieloletnią pracę z systemem (naprawy, multiplikowanie elementów systemu) musiała zostać właściwie wyposażona. Pracując już od pewnego czasu z urzędnikami miejskimi i znając specyfikę ich pracy oraz kompetencje, postanowiłem zaprojektować bardzo szczegółowy podręcznik, w którym krok po kroku, zaczynając od ogólnych wytycznych, a kończąc na bardzo szczegółowych instrukcjach, objaśniłem działanie całego systemu (łącznie ze słowniczkiem pojęć). Po raz pierwszy zaprojektowałem zaawansowany przewodnik po systemie, który w sposób wizualny (uznałem, że taka forma będzie najbardziej precyzyjna) pokazywał możliwości założeń. Ta decyzja była podyktowana chęcią uniknięcia potencjalnych problemów w interpretacji, odkodowania intencji projektowych oraz dała mi pewność, że zminimalizuje pojawiające się w tak skomplikowanych i długotrwałych procesach zakłócenia.

Finalnie projekt SIM został bardzo dobrze przyjęty w Sopocie. Wspólna przestrzeń została uwolniona od nadprogramowych przekazników informacji, a system wraz z wprowadzonymi zasadami uchwały krajobrazowej znacznie poprawił estetykę miasta, realizując strategiczne założenia.





ul. Królowej Jadwigi →

← 12 m Teatr Boto / Plac Jasia Rybaka
Boto Theatre / Jasný the Fisherman's Square







Dworzec PKP Railway Station		30 m
Krzywy Domek Crooked House		300 m
Hipodrom Hippodrome		900 m
Molo / Marina Pier / Marina		950 m
Opera Leśna Forest Opera		1,4 km
Ergo Arena Ergo Arena		2 km

Witamy w Sopocie
Welcome to Sopot

Hotele
Hotels

Informacja Turystyczna
Tourist Information
+48 700 280 884
sopot.pl

Mapa atrakcji na drugiej stronie
Attractions map on the other side

Hipodrom
Hippodrome

1,5 km

Ergo Arena
Ergo Arena

2,5 km

Witamy w Sopocie
Welcome to Sopot

Hotele
Hotels



30

31

autoreferat



10

3

11

19

8

2

1

14

STANISŁAWA MONIUSZKI

1 MAJA

ARTURA GROTTGERA

OBRONCÓW WESTERPLATTE

JANA WINIECKIEGO

MARIANA MOKWY

DR. ALEKSANDRA MAJKOWSKIEGO

POWSTAŃCÓW WARSZAWY

ANTONIEGO ABRAHAMA

GEN. WŁADYSŁAWA ANDERSA

ALEJA NIEPODLEGŁOŚCI

JANA SOBIESKIEGO

BOHATERÓW MONTE CASSINO

ALEJA WOJSKA POLSKIEGO

ADAMA MICKIEWICZA

FRYDERYKA CHOPINA

GRUNWALDZKA

PARKOWA

GEN. JÓZEFA WYBICKIEGO

ARMII KRAJOWEJ

TADEUSZA KOŚCIUSZKI

LIPOWA

JANA SOBIESKIEGO

KAZIMIERZA WIELKIEGO

BOLESŁAWA CHROBREGO

GRUNWALDZKA

KSIĄŻĄT POMORSKICH

PONIATOWSKIEGO

JANA KOCHANOWICZA

dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym







SIM SOPOT

SPIS TREŚCI

Część 1

- 1_1. Wprowadzenie
- 1_2. Tło historyczne, sytuacja zastana

Część 2

- 2_1. Stosowane terminy (słownik)
- 2_2. Czym jest Sopotki SIM?
- 2_3. Zestaw kolorystyczny
- 2_4. Typografia
- 2_5. Elementy graficzne (ikony, strzałki)
- 2_6. Dizajn

Część 3

3_1. Rodzaje nośników **SIM sektor A**

Tablice z nazwami ulic

- 3_1_1. tablica standardowa SIM sektor A - TA_1
- 3_1_2. tablica krótka SIM sektor A - TA_2
- 3_1_3. tablica długa SIM sektor A - TA_3

Tablice kierujące do destynacji

- 3_1_4. tablica standardowa SIM sektor A - TA_4

Tablice strefa płatnego parkowania

- 3_1_5. tablica standardowa SIM sektor A - TA_5

Tablice niestandardowe

- 3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor A - TA_6

3_2. Rodzaje nośników **SIM sektor B**

Tablice z nazwami ulic

- 3_2_1. tablica standardowa SIM sektor B - TA_1

Tablice kierujące do destynacji

- 3_2_2. tablica standardowa SIM sektor B - TA_2

3_3. Rodzaje nośników **SIM sektor C**

Tablice z nazwami ulic

- 3_3_1. tablica standardowa SIM sektor C - TA_1
- 3_3_2. tablica krótka SIM sektor C - TA_2
- 3_3_3. tablica długa SIM sektor C - TA_3

Tablice kierujące do destynacji

- 3_3_4. tablica standardowa SIM sektor C - TA_4

Tablice strefa płatnego parkowania

- 3_3_5. tablica standardowa SIM sektor C - TA_5
- 3_3_6. tablica niestandardowa SIM sektor C - TA_6

3_4. Rodzaje nośników SIM, **numerowanie budynków**

- 3_4_1. tablica numerowa - W - TANr_1
- 3_4_2. tablica numerowa - W - TANr_2
- 3_4_3. tablica numerowa - W - TANr_3
- 3_4_4. tablica numerowa - W - TANr_4

3_5. Tablice dla szlaku turystycznego

- 3_5_1. Tablica dla szlaku turystycznego W - TAST_1
- 3_5_2. Tablica dla szlaku turystycznego W - TAST_2

3_6. Pylon informacyjny z mapą A - PIM_1

3_7. Pylon informacyjny – hotelowy BC - PIH_1

3_8. Słupy dla sektorów A i C

- 3_8_1. słup - AC - S_1
- 3_8_2. słup - AC - S_2
- 3_8_3. słup - AC - S_3
- 3_8_4. słup - AC - S_4
- 3_8_5. słup - AC - S_5

3_9. Słupy dla sektora B

- 3_9_1. słup - B - S_1
- 3_9_2. słup - B - S_2
- 3_9_3. słup - B - S_3
- 3_9_4. słup - B - S_4
- 3_9_5. słup - B - S_5

Część 4

4_1. Zasady umieszczania typografii na tablicach

4_2. Zasady kompletowania tablic w sektorze A

4_3. Zasady kompletowania tablic w sektorze B

4_4. Zasady kompletowania tablic w sektorze C

Część 5

5_1. Rysunki koncepcyjne

5_2. Wizualizacje

Zespół projektowy

SIM SOPOT

1_2

TŁO HISTORYCZNE,
SYTUACJA ZASTANA

Archiwalne fotografie, do których udało się dotrzeć, przedstawiają przykładowe liternictwo stosowane na szyldach i elewacjach budynków w latach 1855-1930. Przełom XIX i XX wieku to okres różnorodności ruchów i kierunków w architekturze i sztuce. Sztukę literniczą w tym okresie cechują eklektyczne odmiany liter, uduchowienie form tradycyjnych oraz zamyślenie do form secesyjnych. Stosowano wówczas bardzo ozdobne i wyszukane kroje pism. Można przypuszczać, że Sopot nie wykształcił jednolitego sposobu na typograficzne oznaczenie miasta; można jedynie zaobserwować upodobanie na początku XX wieku do stosowania białego tła oraz liter o dużym kontraście.

W Sopocie wciąż można znaleźć przykłady oryginalnie zachowanego liternictwa wykonanego przestrzennie lub umieszczonego na elewacjach budynków.

Współcześnie, w Sopocie w sposób niekonsekwentny stosowane były różne kroje równocześnie, m.in. Helvetica Bold Condensed, Arial Bold oraz pismo drogowe autorstwa Marka Sigmunda.

Do momentu podjęcia decyzji o realizacji projektu SIM, w Sopocie występowały różnego rodzaju oznaczenia, które nie były ze sobą spójne pod kątem wizualnym.

W latach 90. XX wieku powstały tablice, m.in. z nazwami ulic, placów i z numerami domów, jednak brakowało jednolitych i konsekwentnie stosowanych zasad, które porządkowałyby komunikaty informacyjne w przestrzeni miejskiej. Projekt oznaczeń uwzględnił białą typografię na niebieskim tle, a także sopocki herb. Równocześnie można było spotkać poprzednio stosowane tablice z czerwonym liternictwem na białym tle, które nie zostały jeszcze zastąpione przez tablice z niebieskim tłem.

Kolejne komunikaty wizualne dotyczyły informacji związanych z branżą gastronomiczną, hotelarską i kulturalną – stosowane one były zarówno przez instytucje miejskie (np. teatry), jak i przez przedsiębiorców chcących wskazać kierunek turystom do swoich obiektów, takich jak restauracje, kawiarnie, czy hotele. Projekty tablic uwzględniały białą typografię na brązowym tle, niestety zasady dotyczące stosowania odpowiednich formatów tablic, konkretnej kolorystyki czy ikonografii nie były w żaden sposób zdefiniowane i ujednolicone. Bardzo duża różnorodność komunikatów wizualnych w przestrzeni miejskiej spowodowała, że coraz bardziej była widoczna potrzeba uporządkowania tej materii i wyznaczenia spójnych i ściśle powiązanych ze sobą standardów.

SIM SOPOT

2_2

CZYM JEST SOPOCKI SIM?

Sopocki SIM jest system nośników przekazujących informacje wayfindingowe w przestrzeni miejskiej, które są spójne pod względem wizualnym i architektonicznym. To także zbiór zasad definiujących, w jaki sposób powinny być projektowane komunikaty wizualno-informacyjne w obrębie systemu. Sopocki SIM jest autorskim projektem dedykowanym Miastu Sopot.

Główne cele sopockiego SIM:

- poprawa estetyki miasta;
- ujednoczenie komunikatów wayfindingowych pod kątem wizualnym i małej architektury;
- uporządkowanie komunikatów wayfindingowych i likwidacja komunikatów niepożądanych;
- usprawnienie komunikacji z turystami i ułatwienie im identyfikacji destynacji turystycznych i orientacji w przestrzeni miejskiej;
- możliwość planowania ruchu turystycznego;
- wzbogacenie oferty turystycznej poprzez zdefiniowanie szlaków turystycznych;
- wzmocnienie tożsamości wizualnej miasta (dedykowany projekt).

Nośniki wchodzące w skład sopockiego SIM:

- tablice z nazwami ulic dla sektorów A, B i C;
- tablice z destynacjami turystycznymi dla sektorów A, B i C;
- tablice z nazwami hoteli dla sektorów A, B i C;
- tablice z numerami budynków;
- tablica „Strefa płatnego parkowania” dla sektorów A i C;
- tablice z opisem obiektu;
- pylony informacyjne z mapą;
- pylony informacyjne hotelowe;
- słupy dla sektorów A i C;
- słupy dla sektora B.

Podstawowe założenia projektowe sopockiego SIM:

- opracowanie dedykowanego projektu – grafika + design;
- opracowanie projektu, który zapewni czysty, nieprzeładowany informacjami przekaz merytoryczny;
- opracowanie odpowiednio kontrastowego i charakterystycznego zestawu kolorystycznego;
- dopasowanie odpowiednich informacji w zależności od odbiorcy komunikatu, do którego jest kierowany (sektor A, B i C);
- dobór odpowiedniej, czytelnej i pasującej do charakteru miasta typografii;
- opracowanie form małej architektury, która wpisze się w tkanę miasta.

Ważnym zagadnieniem w sopockim SIM jest odpowiednie zaplanowanie liczby informacji, w zależności od tego, czy komunikaty są kierowane do osób pieszych czy do uczestników ruchu drogowego. Komunikaty dla pieszych (sektor A) umożliwiają bardziej bezpośredni dostęp do nośników, dzięki czemu przekaz może być bardziej rozbudowany – pieszy może podejść do słupa z tablicami bądź do pylonu z mapą i bez pośpiechu zapoznać się z dedykowanymi mu informacjami. Oznaczenia w sektorze A są wzbogacone o angielskie tłumaczenia, ikony, jak również informują o odległościach do wskazanych destynacji od miejsca, w którym usytuowany jest dany nośnik.

Odbiorcy, do których kierowane są komunikaty w sektorze B oraz C (uczestnicy ruchu drogowego), z racji ograniczonej percepcji (skupienie uwagi na np. znakach drogowych, sygnalizacji świetlnej, innych pojazdach na drodze, pieszych) mają zdecydowanie krótszy kontakt z dedykowanymi im informacjami w obrębie SIM. Dlatego też projektując nośniki dla sektorów B i C dążono do uzyskania większej czytelności komunikatów – np. tablice z destynacjami są tylko w wersji polskojęzycznej, a dodatkowo tablice w sektorze B zostały zaprojektowane w odpowiednio większych formatach, stosownych dla większych ulic, takich jak Aleja Niepodległości.

SIM SOPOT

2_3

ZESTAW KOLORYSTYCZNY

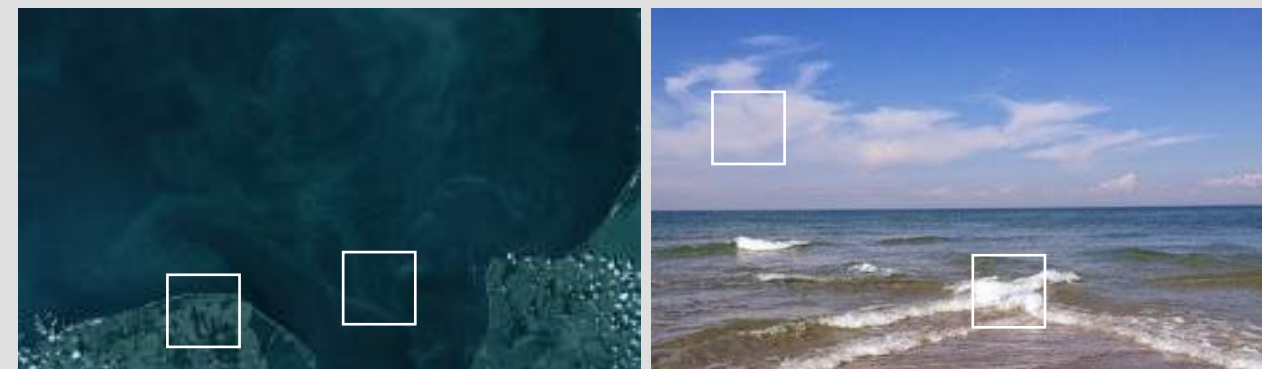
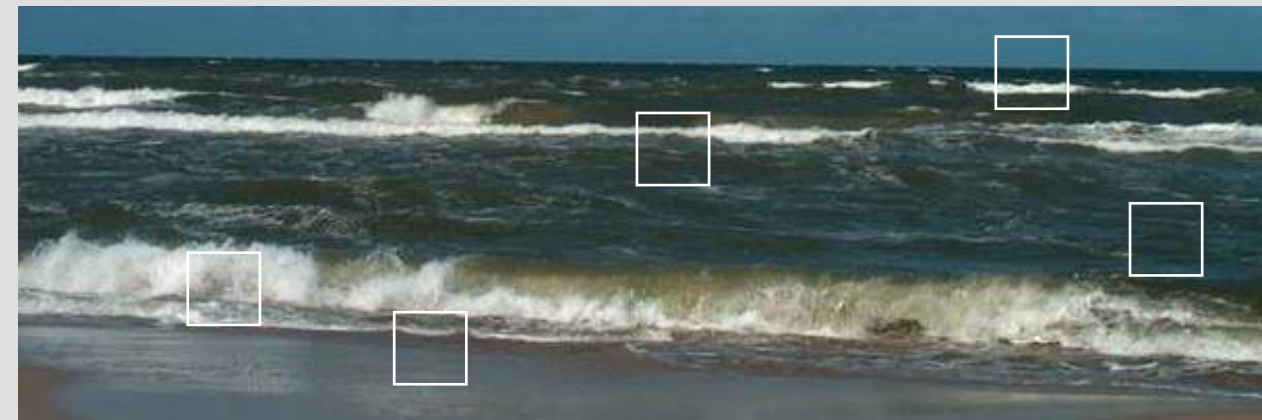
Wybór kolorów dedykowanych dla opracowania SIM Sopot jest inspirowany kolorystyką Zatoki Gdańskiej. Ma być charakterystycznym, ale jednocześnie nie narzucającym się zestawem barw, dającym paletę odpowiednich kontrastów.

W skład zestawu wchodzi siedem kolorów. Sześć z nich ma charakterystykę dopełniającą się, jeden (nr 6) jest kolorem wyróżnień.

Kolory zostały opisane w oparciu o system CMYK, NCS.

1. CMYK_15 | 6 | 0 | 74
RAL 7016
2. CMYK_100 | 30 | 60 | 50
RAL 5020, NCS_S7020-B10G
3. CMYK_100 | 30 | 60 | 20
4. CMYK_50 | 0 | 30 | 40
5. CMYK_40 | 0 | 20 | 0
6. CMYK_2 | 16 | 90 | 0
7. CMYK_0 | 0 | 2 | 8
RAL 7035, NCS_S1002-B

2_2



1

kolor
słupów,
cokołów

2

kolor
podstawowy
ciemny

3

kolor
uzupełniający

4

kolor
uzupełniający

5

kolor
uzupełniający

6

kolor
wyróżnień

7

kolor
podstawowy
jasny

SIM SOPOT

2_4

TYPOGRAFIA

Liternictwo występujące w przestrzeni publicznej jest istotnym elementem budującym wizualny kształt oraz charakter miasta. Spójność i konsekwencja projektowa, zachowanie jednego kroju pisma w obrębie Systemu Informacji Miejskiej są kluczowe w tworzeniu nowoczesnego wizerunku miejsca.

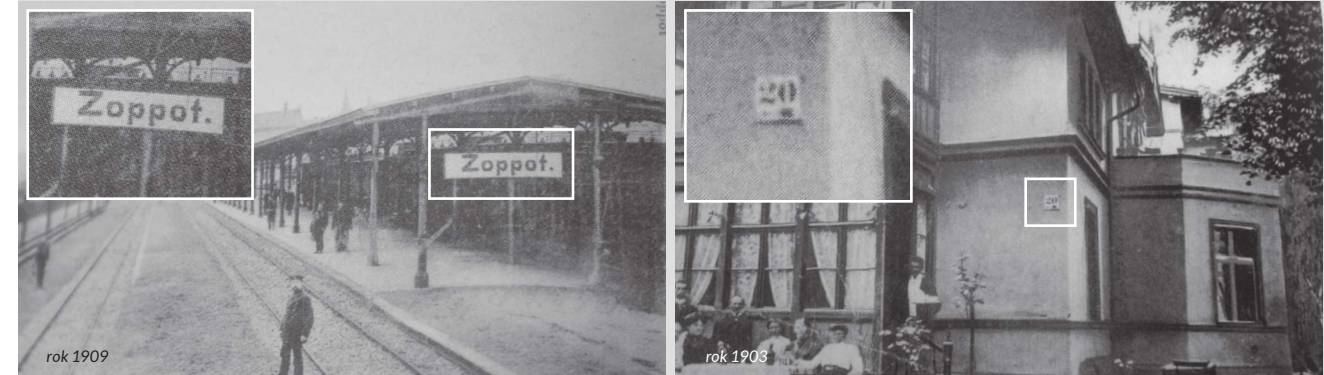
Użyty w systemie krój musi spełniać kilka podstawowych warunków. Krój taki powinien:

- nawiązywać do historii, architektury oraz charakteru danego miasta;
- być zaprojektowany pod kątem dużej czytelności;
- być ekonomiczny (nie powinien być krojem zbyt szerokim lub posiadać wąskie odmiany, np. Condensed);
- zawierać wszystkie niezbędne glyfy oraz dobrze skonstruowane polskie znaki diakrytyczne.

Dla zapewnienia spójności systemu SIM Sopot została wybrana jednorodna typografia.

Wybór zestawu typograficznego został poprzedzony wnikliwą analizą krojów pism stosowanych w podobnych systemach w miastach sąsiedzkich, analizą układów literniczych stosowanych w szyldach, elewacjach budynków, gazetach sopockich XIX i XX w.

Na podstawie dawnych fotografii Sopotu można przypuszczać, że Sopot nie wykształcił jednolitego sposobu na typograficzne oznaczenie miasta.



Wszystkie reprodukcje pochodzą z wydawnictw znajdujących się w Pracowni Zbiorów Archiwalnych i Regionalnych Biblioteki Sopockiej.

SIM SOPOT



2_4

TYPOGRAFIA

Dedykowaną SIM Sopot rodziną krojów pisma jest **FF Quadraat Sans**. Zestaw został pierwotnie zaprojektowany w 1997 roku. Aktualna wersja została dodatkowo poprawiona w roku 2011. Twórcą projektu jest holenderski typograf Fred Smeijers – zdobywca Gerrit Noordzij Prize, autor książek o typografii, nauczyciel.

Podstawowe założenia:

- nowoczesny i uproszczony, ale posiadający konstrukcję tradycyjnej antyki;
- humanistyczny, pasujący do eklektycznego charakteru i architektury miasta;
- wyrazisty i łatwo zapamiętywalny, lecz nie ozdobny.

Cechy kroju FF Quadraat Sans:

- bezszeryfowy;
- jednoelementowy, o delikatnym kontraście;
- tradycyjna humanistyczna konstrukcja (wyraźny ślad ściętego pióra);
- połączenie renesansowej i barokowej elegancji z nowoczesną budową znaków;
- konsekwentnie zaprojektowany;
- zawiera poprawnie opracowane polskie znaki diakrytyczne;
- uniwersalny, posiada wiele odmian.



2_3

 elementy charakterystyczne kroju FF Quadraat Sans

A a b C c d E e f g
 h i j k l ł M n Ń O ó
 p (q) P s ś t u (v) w
 (x) y z ź ż
 1 2 3 4 5 6 7 8 9

jph

duża wysokość x

c s e

duża apertura

O

stosunkowo nieduży kontrast

pbh

duże światła wewnętrzne

Sopot

jednolita szarość optyczna
(poprawnie ustawione pary kerningowe)

FF Quadraat Sans

SIM SOPOT

2_5

ELEMENTY GRAFICZNE

Dla ujednoczenia wszystkich składowych SIM Sopot zaprojektowany został zestaw elementów graficznych (obok). Inspiracją projektową były kształty pochodzące ze sposobu kreślenia przypisanej systemowi typografii. W skład zestawu wchodzi ikony oraz strzałki kierujące.

Należy pamiętać, że komunikacja w sektorach B i C, w odróżnieniu od sektora A, nie jest skierowana w pierwszej kolejności do pieszych użytkowników. Dlatego zestaw elementów graficznych został ograniczony. Jedynym wyjątkiem są ikony stosowane do oznaczania szlaków turystycznych, które mogą pojawić się we wszystkich sektorach.

Do prawidłowego powielania form należy korzystać z plików elektronicznych - 2_4.

Formy dozwolone do umieszczania na tablicach w sektorze A

2_4



Formy dozwolone do umieszczania na tablicach w sektorach B i C



SIM SOPOT

2_5

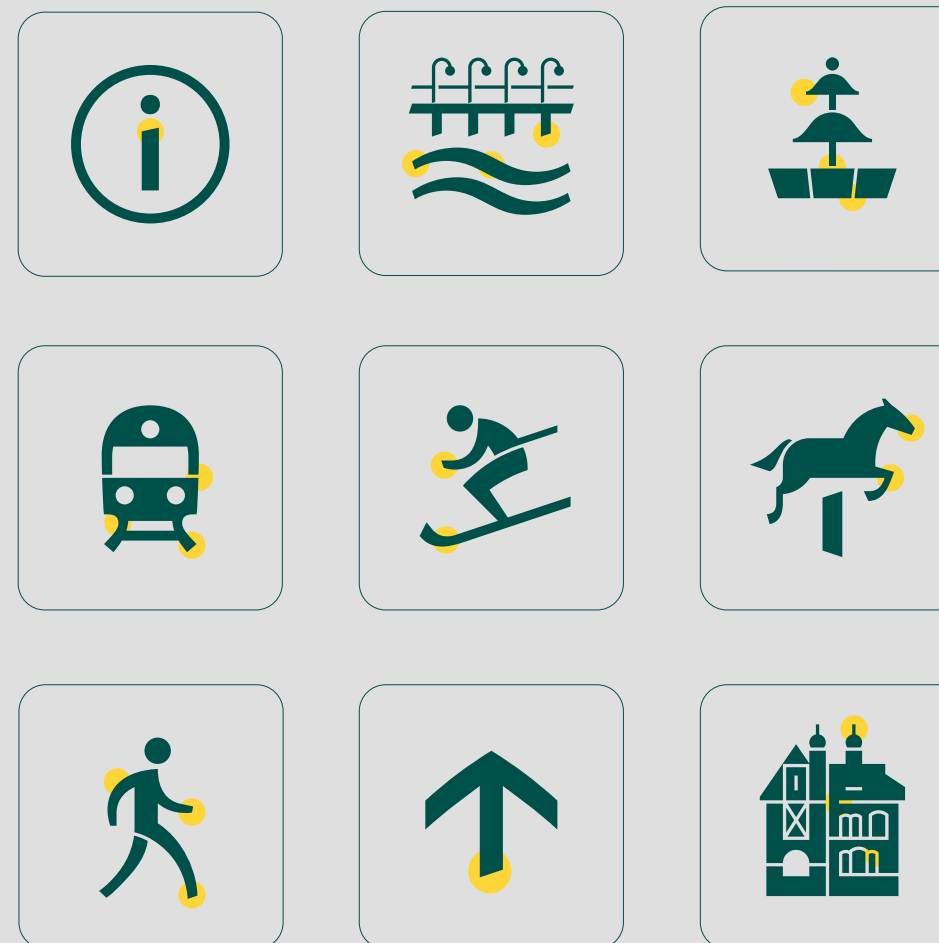
ELEMENTY GRAFICZNE

Korzyści wynikające ze stosowania dedykowanych elementów graficznych:

- odbiorca podświadomie wyczuwa, że elementy graficzne należą do jednego podmiotu; są częścią jednego założenia;
- dzięki charakterystycznym elementom odbiorca łatwo zapamiętuje formę i łączy elementy systemu w całość;
- dbałość o spójność formy wszystkich elementów wykazuje troskę podmiotu o wizualne standardy.

● Elementy charakterystyczne dla zestawu form graficznych:

- przewężenia;
- dwie grubości modułu podstawowego;
- krzywizny nawiązujące do kroju FF Quadraat Sans;
- zestawianie linii z formami wypełnionymi;
- uproszczenie formy z jednoczesnym zachowaniem dość rozbudowanych detali – charakter Sopotu.

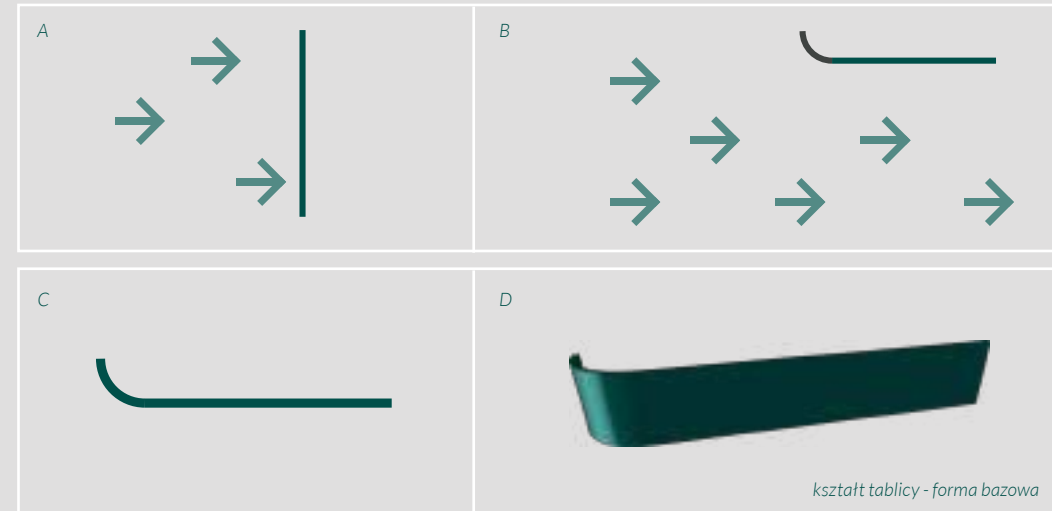
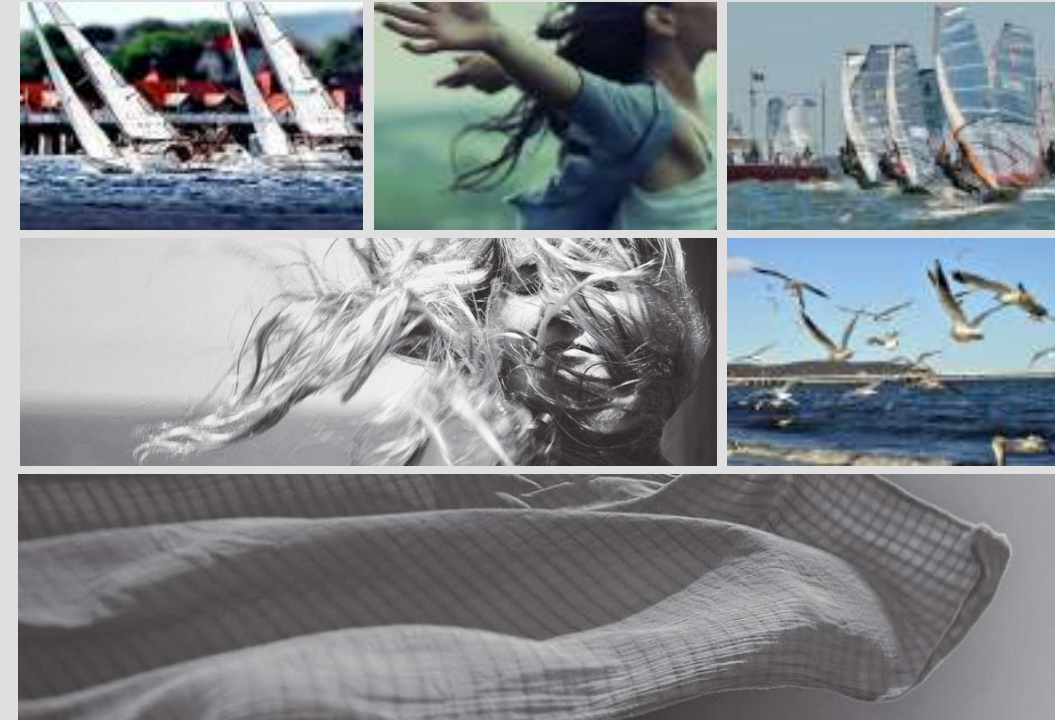


SIM SOPOT

2_6
DIZAJN

Kolejnym istotnym elementem SIM Sopot jest wygląd nośników. Wszystkie tablice, słupy, pylony mają spójną formę, która wprowadza w tkankę miejską porządek połączony z unikalnym charakterem projektu dedykowanego miastu Sopot. Zadaniem asygnowanych nośników jest wtopienie się w otoczenie (tablice, słupy), z jednoczesnym zbudowaniem punktów orientacji w przestrzeni, tu taką rolę mają pełnić pylony informacyjne z mapą.

Architektura i wzornictwo Sopotu nie ma jednolitego charakteru, dlatego inspiracją do głównych założeń projektowych w procesie kształtowania form przestrzennych było skojarzenie najbardziej uniwersalne i jednocześnie wszechobecne w mieście - wiatr / siła wiatru - A,B,C,D.



2_5

SIM SOPOT

3_1

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR A

W sektorze A należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

- 3_1_1. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_1** →
- 3_1_2. tablica krótka SIM sektor **A - TA_2**
- 3_1_3. tablica długa SIM sektor **A - TA_3**

Tablice kierujące do destynacji

- 3_1_4. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_4**

Tablice strefa płatnego parkowania

- 3_1_5. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_5**

Tablice niestandardowe

- 3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor **A - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



- A - TA_1** czytanie skrótów
- 1 – sektor
 - 2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
 - 3 – wariant tablicy

3_1_1

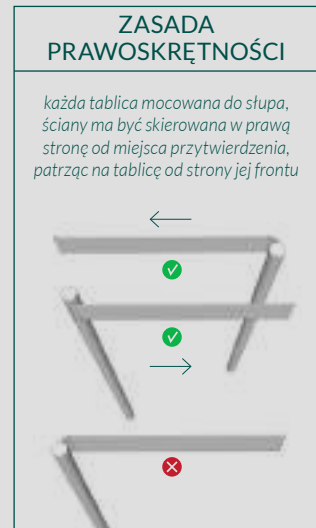
A - TA_1 – 95x15 cm, tablica standardowa z nazwą ulicy, należy stosować najczęściej.



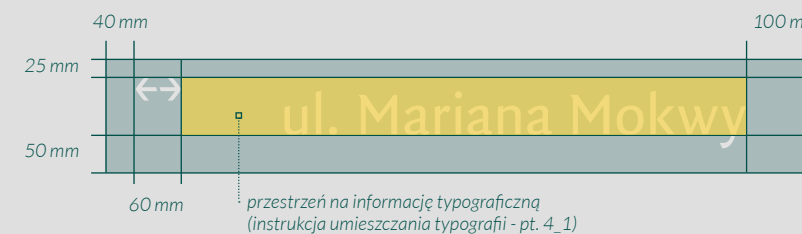
widok strony 1



widok strony 2



widok strony 1



widok strony 2

w zależności od miejsca usytuowania tablicy należy stosować odpowiedni rodzaj strzałek

- strzałki informujące o kierunku ulicy, która przebiega zarówno w lewo, jak i w prawo od słupa
- strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w prawo od słupa
- strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w lewo od słupa

SIM SOPOT

3_1

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR A

W sektorze A należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

3_1_1. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_1**

3_1_2. tablica krótka SIM sektor **A - TA_2** →

3_1_3. tablica długa SIM sektor **A - TA_3**

Tablice kierujące do destynacji

3_1_4. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_4**

Tablice strefa płatnego parkowania

3_1_5. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_5**

Tablice niestandardowe

3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor **A - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



A - TA_1 czytanie skrótów
1 – sektor
2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
3 – wariant tablicy

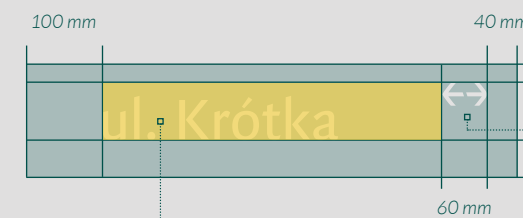
3_1_2

A - TA_2 – 65x15 cm, tablica krótka z nazwą ulicy, stosowana w przypadku krótkich nazw ulic mieszczących się w wyznaczonej przestrzeni na informację typograficzną, jednak tylko i wyłącznie wtedy, kiedy na tym samym słupie nie występują tablice kierujące do destynacji lub też tablice z nazwami ulic o standardowym, niestandardowym lub dłuższym formacie; na jednym słupie wszystkie tablice powinny mieć jednakową długość

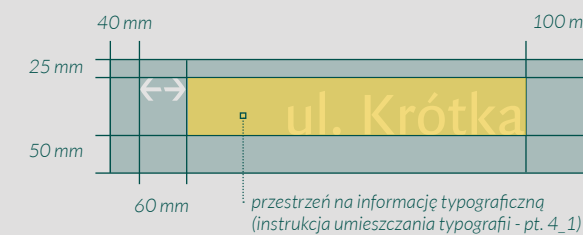


widok strony 1

widok strony 2



widok strony 1



widok strony 2

w zależności od miejsca usytuowania tablicy należy stosować odpowiedni rodzaj strzałek

- strzałki informujące o kierunku ulicy, która przebiega zarówno w lewo, jak i w prawo od słupa
- strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w prawo od słupa
- strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w lewo od słupa

SIM SOPOT

3_1

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR A

W sektorze A należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

3_1_1. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_1**

3_1_2. tablica krótka SIM sektor **A - TA_2**

3_1_3. tablica długa SIM sektor **A - TA_3** →

Tablice kierujące do destynacji

3_1_4. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_4**

Tablice strefa płatnego parkowania

3_1_5. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_5**

Tablice niestandardowe

3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor **A - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



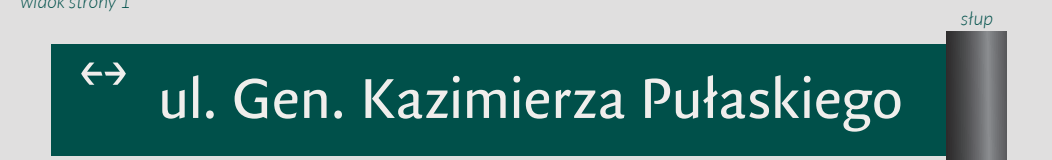
A - TA_1 czytanie skrótów
 1 – sektor
 2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
 3 – wariant tablicy

3_1_3

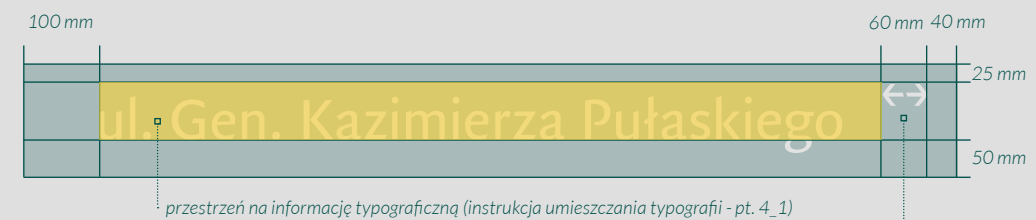
A - TA_3 – 125x15 cm, tablica długa z nazwą ulicy, stosowana w przypadku długich nazw ulic nie mieszczących się w wyznaczonej przestrzeni na informację typograficzną tablicy standardowej, jednak tylko i wyłącznie wtedy, kiedy na tym samym słupie nie występują tablice kierujące do destynacji lub też tablice z nazwami ulic o standardowym, niestandardowym lub krótszym formacie; na jednym słupie wszystkie tablice powinny mieć jednakową długość



widok strony 1



widok strony 2



widok strony 1

w zależności od miejsca usytuowania tablicy należy stosować odpowiedni rodzaj strzałek



strzałki informujące o kierunku ulicy, która przebiega zarówno w lewo, jak i w prawo od słupa



strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w prawo od słupa



strzałka informująca o początku/końcu ulicy, która ciągnie się w lewo od słupa



widok strony 2

SIM SOPOT

3_1

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR A

W sektorze A należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

- 3_1_1. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_1**
- 3_1_2. tablica krótka SIM sektor **A - TA_2**
- 3_1_3. tablica długa SIM sektor **A - TA_3**

Tablice kierujące do destynacji

- 3_1_4. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_4** →

Tablice strefa płatnego parkowania

- 3_1_5. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_5**

Tablice niestandardowe

- 3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor **A - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



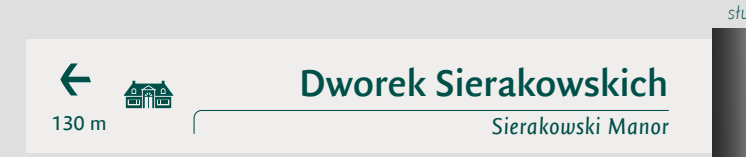
- A - TA_1** czytanie skrótów
- 1 – sektor
 - 2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
 - 3 – wariant tablicy

3_1_4

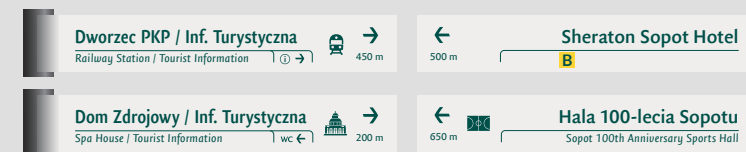
A - TA_4 – 95x15 cm, tablica standardowa kierująca do destynacji



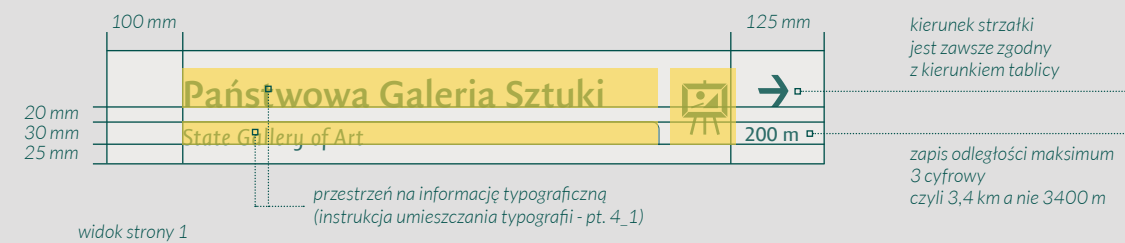
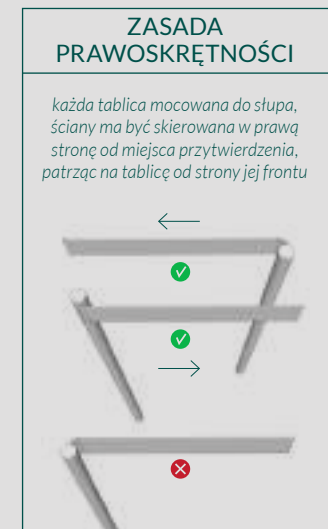
widok strony 1



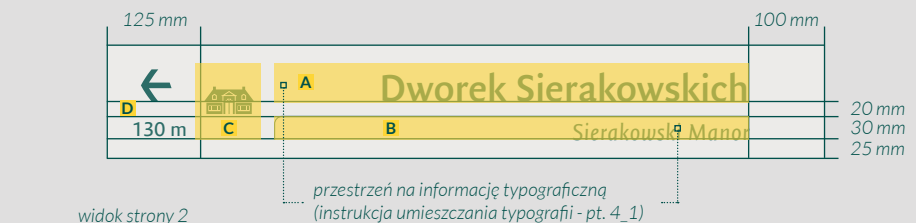
widok strony 2



Przykłady oznaczeń na nośnikach w sektorze A (zastosowany dodatkowy poziom informacji - ikona Informacji Turystycznej, Toalety). Jeśli nazwa destynacji jest nazwą własną (np. hotel), nie stosujemy tłumaczenia na język angielskim **B**.



widok strony 1



widok strony 2

SIM SOPOT

3_1

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR A

W sektorze A należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

- 3_1_1. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_1**
- 3_1_2. tablica krótka SIM sektor **A - TA_2**
- 3_1_3. tablica długa SIM sektor **A - TA_3**

Tablice kierujące do destynacji

- 3_1_4. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_4**

Tablice strefa płatnego parkowania

- 3_1_5. tablica standardowa SIM sektor **A - TA_5**

Tablice niestandardowe

- 3_1_6. tablica niestandardowa SIM sektor **A - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5.1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



- A - TA_1** czytanie skrótów
 1 – sektor
 2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
 3 – wariant tablicy

3_1_5-6

A - TA_5 – 19x15 cm, tablica strefa płatnego parkowania



widok strony 1

widok strony 2

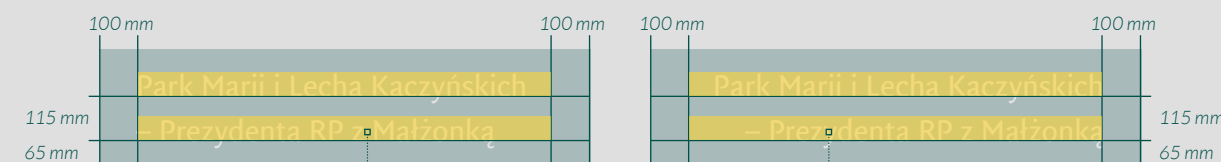
tablica powinna być zamontowana na wysokości 195 cm licząc od podłoża do dolnej krawędzi tablicy

tablica A - TA_5 – znajdujące się na niej informacje nie podlegają edycji, należy stosować wzór elektroniczny

A - TA_6 – 125x30 cm, tablica niestandardowa, nie może być montowana w zestawie z innymi tablicami
– stosowana, gdy długość informacji wymaga zapisu w dwóch wierszach

widok strony 1

widok strony 2



widok strony 1

widok strony 2

3_3

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM SEKTOR C

W sektorze C należy korzystać z określonego zestawu nośników opisanych poniżej.

Tablice z nazwami ulic

3_3_1. tablica standardowa SIM sektor **C - TA_1**

3_3_2. tablica krótka SIM sektor **C - TA_2** →

3_3_3. tablica długa SIM sektor **C - TA_3**

Tablice kierujące do destynacji

3_3_4. tablica standardowa SIM sektor **C - TA_4**

Tablice strefa płatnego parkowania

3_3_5. tablica standardowa SIM sektor **C - TA_5**

Tablice niestandardowe

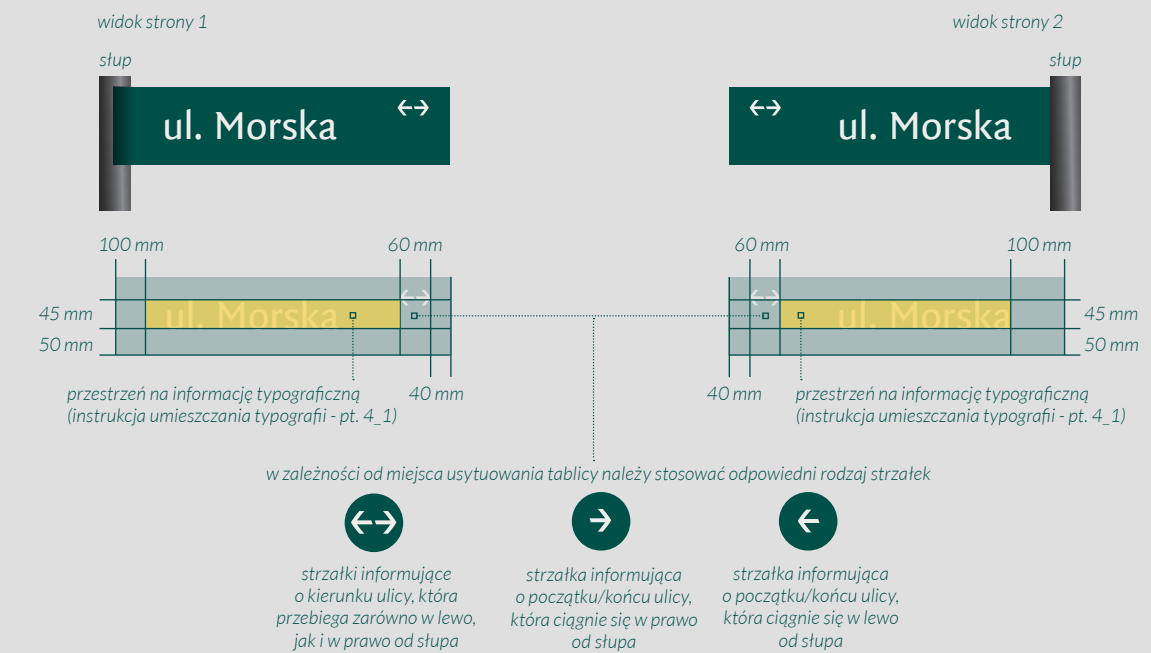
3_3_6. tablica niestandardowa SIM sektor **C - TA_6**

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.

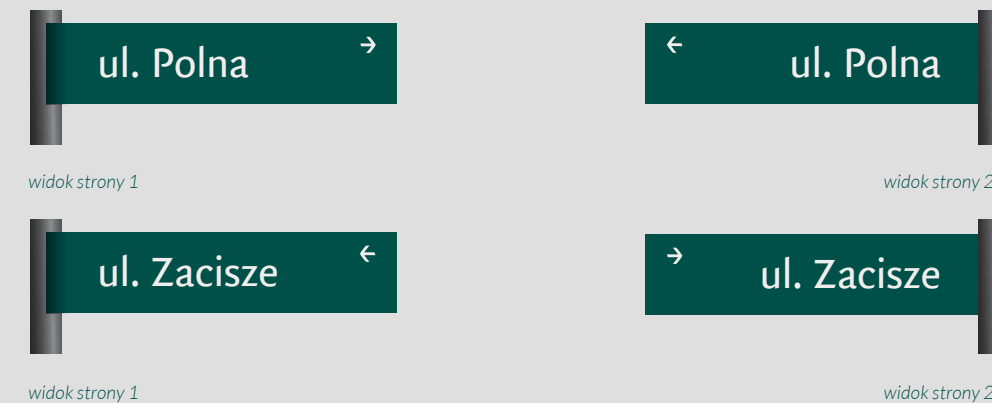


C - TA_1 czytanie skrótów
 1 – sektor
 2 – rodzaj nośnika, TA – tablica
 3 – wariant tablicy

C - TA_2 – 65x15 cm, tablica krótka z nazwą ulicy, stosowana w przypadku krótkich nazw ulic mieszczących się w wyznaczonej przestrzeni na informację typograficzną, jednak tylko i wyłącznie wtedy, kiedy na tym samym słupie nie występują tablice kierujące do destynacji lub też tablice z nazwami ulic o standardowym lub dłuższym formacie; na jednym słupie wszystkie tablice powinny mieć jednakową długość



C - TA_2 – 65x15 cm, tablica krótka z nazwą ulicy – przykłady



SIM SOPOT

3_4

RODZAJE NOŚNIKÓW SIM
NUMEROWANIE BUDYŃKÓW

Opisane poniżej tablice numerowe budynków obowiązują we wszystkich sektorach.

Tablice numerowe budynków

- 3_4_1. tablica numerowa **W - TANr_1** →
- 3_4_2. tablica numerowa **W - TANr_2** →
- 3_4_3. tablica numerowa **W - TANr_3** →
- 3_4_4. tablica numerowa **W - TANr_4** →

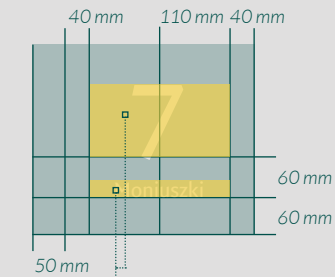
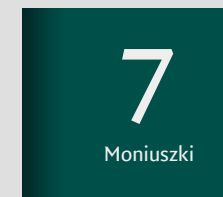
Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



- W - TANr_1** czytanie skrótów
- 1 – sektor – W – wszystkie sektory
 - 2 – rodzaj nośnika, TANr – tablica numerowa
 - 3 – wariant tablicy

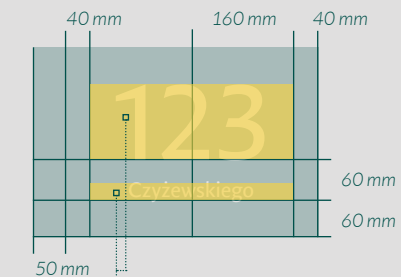
3_4_1-2

W - TANr_1 – 35x30 cm, tablica numerowa budynków, tablica jednostronna – 1 lub 2 cyfry/litery

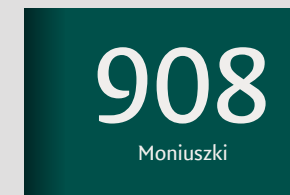


przeźren na informacj typograficzn
(instrukcja umieszczania typografii - pt. 4_1)
na tablicach numerowych budynków stosuje się skrócone
nazwy ulic, np. Moniuszki zamiast Stanisława Moniuszki

W - TANr_2 – 45x30 cm, tablica numerowa budynków, tablica jednostronna – 3 cyfry/litery



przeźren na informacj typograficzn
(instrukcja umieszczania typografii - pt. 4_1)



W - TANr_1 - 35x30 cm

W - TANr_2 - 45x30 cm

Jeśli informacja typograficzna nie mieści się w przestrzeni jej dedykowanej należy zastosować tablicę o moduł większą.

SIM SOPOT

3_5

TABLICE DLA SZLAKU TURYSTYCZNEGO

Dla oznaczenia obiektów o szczególnej wartości edukacyjnej zostały zaprojektowane tablice oznaczeniowe.

Tablice mogą być montowane na elewacji budynku lub na specjalnym słupie przed wejściem do obiektu (słup W - S_5).

3_5_1. tablica dla szlaku turystycznego **W - TAST_1** →

3_5_1. tablica dla szlaku turystycznego **W - TAST_2** →

Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowano wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe InDesign. Nośniki przygotowane są w skali 1:1 z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



- W - TST_1** czytanie skrótów
- 1 – sektor – W – wszystkie sektory
 - 2 – rodzaj nośnika, TAST – tablica obiektu
 - 3 – wariant tablicy

3_5_1-2

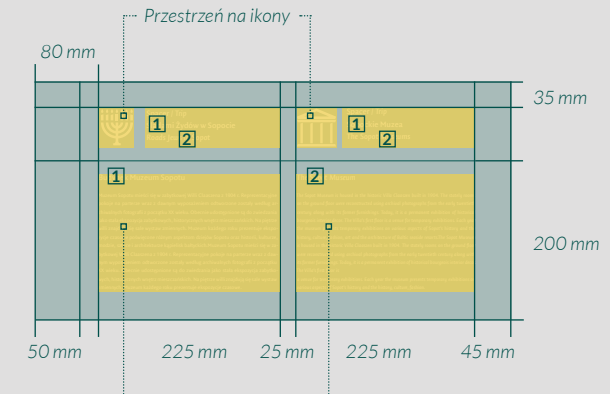
W - TAST_1 – 60x30 cm,
dla szlaku turystycznego z jedną ikoną



W - TAST_2 – 60x30 cm,
dla szlaku turystycznego z dwiema ikonami



Ustawienia układów tekstowych w nagłówkach tablic.



Przestrzeń na informację typograficzną, skład tekstu wg ustawień z pliku źródłowego, należy pamiętać o włączonych opcjach dzielenia wyrazów (odpowiednia funkcja dla języka polskiego i właściwa dla angielskiego) i optycznym wyrównaniu marginesów. Każda kolumna mieści nie więcej niż: polska – 940 znaków, angielska – 1030 znaków.



Okna dialogowe prezentują właściwe ustawienia typografii.

SIM SOPOT

3_6

PYLON INFORMACYJNY
Z MAPĄ - A - PIM_1

Najbardziej rozbudowanym nośnikiem informacji w SIM Sopot jest pylon informacyjny z mapą. Pylon ma 3 poziomy informacyjne.

- 1 – nawiązuje do tablic **A - TA_4** (informuje o najważniejszych punktach miasta)
- 2 – mapa z dokładnym oznaczeniem atrakcji turystycznych Sopotu oraz z drugiej strony nośnika – kategoryzowanych hoteli i campingów
- 3 – dolna część z podstawowymi odnośnikami kontaktowymi

Elementy podświetlane:

herb, sopot.pl, boczna linia biegnąca przez całą wysokość pylonu, mapa, cały obszar nad mapą

3_6. Pylon informacyjny z mapą **A - PIM_1** →

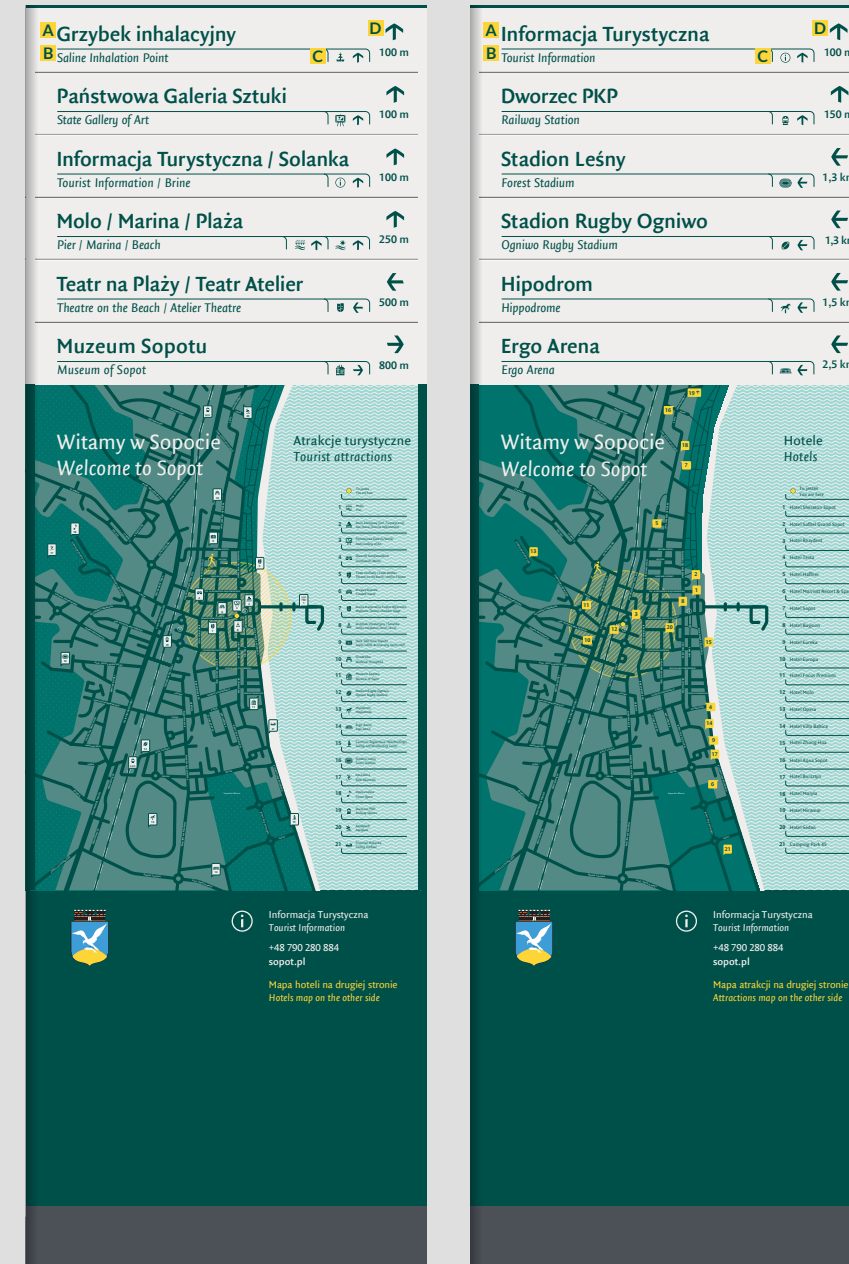
Dla poprawności odwzorowania nośników przygotowane zostały wzory w postaci plików elektronicznych w programie Adobe Illustrator. Nośniki przygotowane są w skali z niezbędnymi liniami pomocniczymi. Dodatkowo w rozdziale 5_1 znajdują się rysunki koncepcyjne tych nośników.



A - PIM_1
1 2 3

czytanie skrótów
1 – sektor – A
2 – rodzaj nośnika, PIM – pylon, mapa
3 – wariant

A - PIM_1 – 95x300 cm, pylon informacyjny z mapą



1

Przeźnię przeznaczona do komunikowania najważniejszych kierunków. Komunikaty w języku polskim **A**, angielskim **B**, piktogramy ze strzałką **C** oraz strzałki kierunkowe z podaną odległością do obiektu **D**.

II

III

IV

V

VI

W zależności od miejsca usytuowania pylonu liczba komunikatów / modułów (I-VI) może być różna, nie mniejsza niż I i nie większa niż VI. Gdy nośnik ma IV lub V modułów, jego wysokość się zmniejsza.

2

Przeźnię przeznaczona na mapę. Z jednej strony zaznaczone są wybrane atrakcje, z drugiej hotele. Graficzna informacja tu jest uzależniona jest od miejsca usytuowania pylonu.

3

Przeźnię przeznaczona na herb Sopotu i najważniejsze informacje kontaktowe.

SIM SOPOT

3_8

SŁUPY DLA SEKTORÓW A I C

Słupy przeznaczone dla sektorów A i C:

- średnica słupa 82,5 mm;
- grubość ścianki słupa 6,3 mm;
- wysokość od gruntu do krawędzi najniższej tabliczki 240 cm;
- kolor opisany w pt. 2_3 antracyt (CMYK_15 | 6 | 0 | 74, RAL 7016).

W sektorach A i C należy korzystać z określonego zestawu słupów opisanych poniżej.

3_8_1. słup - AC - S_1	→
3_8_2. słup - AC - S_2	→
3_8_3. słup - AC - S_3	→
3_8_4. słup - AC - S_4	→
3_8_5. słup - W - S_5	→

Na słupach w sektorach A i C nie może być więcej poziomów informacji niż 4. W sektorze A na jednym słupie może być umieszczonych maksymalnie 16 tablic. W sektorze C na jednym słupie mogą być umieszczone maksymalnie 4 tablice.



AC - S_1

1 2 3

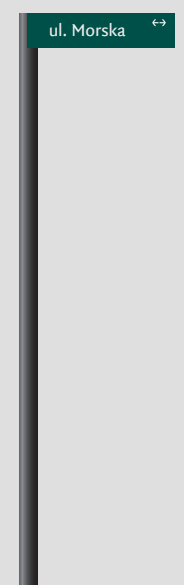
czytanie skrótów

- 1 - sektor A i C
- 2 - rodzaj nośnika, S - słup
- 3 - wariant

3_8

przykład z sektora C

zastosowane tablice
C - TA_2 - 65x15 cm
C - TA_1 - 95x15 cm



AC - S_1

- z 1 tablicą

- średnica 8,25 cm

- wysokość 255 cm

przykład z sektora A

zastosowane tablice
A - TA_1 - 95x15 cm
A - TA_4 - 95x15 cm

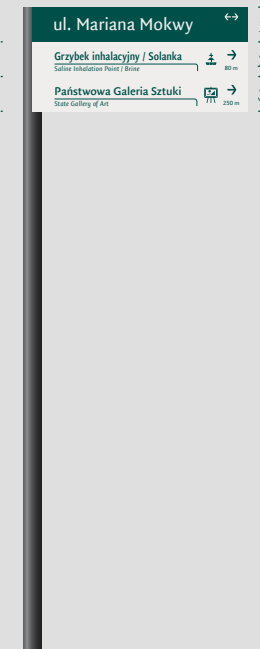


AC - S_2

- z 2 tablicami

- średnica 8,25 cm

- wysokość 271 cm



AC - S_3

- z 3 tablicami

- średnica 8,25 cm

- wysokość 287 cm



AC - S_4

- z 4 tablicami

- średnica 8,25 cm

- wysokość 303 cm

na słupie mogą być umieszczone tablice na 4 poziomach, poziomy liczy się od tablicy umieszczonej najwyżej

W - S_5

- z tablicą szlaku turystycznego

- średnica 8,25 cm

- wysokość 170 cm

Wszystkie słupy w sektorach A i C mają w standardzie wykonane na odpowiedniej wysokości dziurkowanie (+ zaślepienie) przeznaczone do montażu wszystkich tablic oraz na tablicę strefa płatnego parkowania.

SIM SOPOT

4_1

ZASADY UMIESZCZANIA
TYPOGRAFII NA TABLICACH

Dedykowaną SIM Sopot rodziną krojów pisma jest **FF Quadraat Sans** (dokładny opis w 2_4). Dla prawidłowej ekspozycji informacji tekstowych na nośnikach należy stosować się do opisanych zasad oraz schematów pokazanych obok:

- skład tekstu na nośnikach tylko przy pomocy kroju FF Quadraat Sans;
- do przygotowania materiałów do produkcji należy korzystać wyłącznie z opracowanych do tego celu plików źródłowych (każdy nośnik ma przygotowane wzorce);
- w sytuacjach nie określonych w opracowaniu należy zwrócić się do odpowiedzialnej za wdrożenie SIM Sopot jednostki miejskiej.

Tablice z sektorów A i C. Rodzaje i ustawienia dedykowanych krojów pisma.

4_1

Przy edycji informacji tekstowych na wariantach tablic z nazwami ulic w sektorach A i C należy stosować ustawienia przedstawione w oknie dialogowym. Niedozwolone są żadne modyfikacje w obrębie ustawień. Szczególnie ważne są ustawienia przestrzeni międzyznakowej >

Tablice z sektorów B. Rodzaje i ustawienia dedykowanych krojów pisma.

Przy edycji informacji tekstowych na wariantach tablic z nazwami ulic oraz z komunikatami prowadzącymi do wybranych punktów w sektorze B należy stosować ustawienia przedstawione w oknie dialogowym. Niedozwolone są żadne modyfikacje w obrębie ustawień. Szczególnie ważne są ustawienia przestrzeni międzyznakowej >

Tablice numerowe budynków.

Rodzaje i ustawienia dedykowanych krojów pisma.

Przy edycji informacji tekstowych na wariantach tablic z numerowaniem budynków należy stosować ustawienia przedstawione w oknie dialogowym. Niedozwolone są żadne modyfikacje w obrębie ustawień. Szczególnie ważne są ustawienia przestrzeni międzyznakowej >

Tablice z opisem obiektu.

Rodzaje i ustawienia dedykowanych krojów pisma.



Przy edycji informacji tekstowych na wariantach tablic dla szlaku turystycznego należy stosować ustawienia opisane w pt. 3_5. Niedozwolone są żadne modyfikacje w obrębie ustawień.

ZASADY KOMPLETOWANIA TABLIC W SEKTORZE A

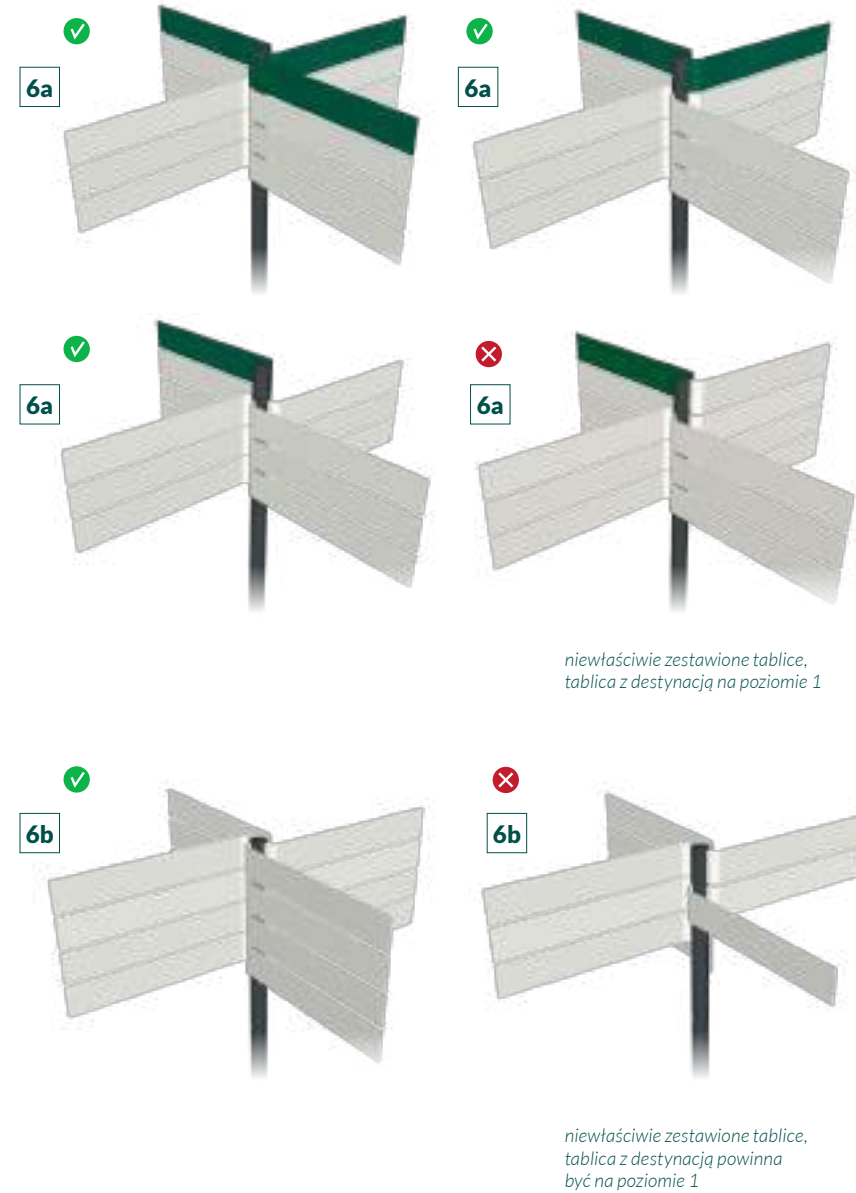
sektor A

(ruch pieszy, ścisłe centrum)



- tablica z nazwą ulicy
- tablica z destynacją
- ✘ niepoprawnie
- ✔ poprawnie

6. Priorytetową informacją są tablice z nazwami ulic, dlatego należy zapewnić im odpowiednią widoczność:
 - a. poziom 1 jest zawsze zarezerwowany na tablice z nazwami ulic; jeśli na słupie występuje przynajmniej jedna tablica z nazwą ulicy, wszystkie tablice z nazwą destynacji (bez względu na ich kierunek) powinny być montowane od poziomu 2;
 - b. wyjątkiem od tej reguły są sytuacje, gdy na słupie nie występuje tablica z nazwą ulicy – w takim przypadku tablice z nazwą destynacji powinny być montowane od poziomu 1.
7. Tablice z nazwą destynacji powinny być montowane wg kolejności:
 - a. w pierwszej kolejności tablice z nazwą atrakcji turystycznej; o kolejności danej tablicy zawsze decyduje odległość, w jakiej znajduje się dana atrakcja turystyczna – atrakcje znajdujące się najbliżej od słupa są montowane na wyższym poziomie od tablic z nazwą atrakcji, która znajduje się dalej od słupa;
 - b. w drugiej kolejności tablice z nazwami kategoryzowanych hoteli (kryterium kolejności: najpierw według kategoryzacji, a następnie alfabetycznie);
 - c. w trzeciej kolejności tablice z nazwami campingów.
8. Liczba poziomów, na których montowane są tablice na danym słupie, mają wpływ na jego wysokość – szczegóły w pt 3_8.
9. Na słupie SIM mogą znajdować się tylko i wyłącznie tablice SIM.
10. Wybór rodzaju nośników SIM, które występują na styku dwóch sektorów powinien być zawsze konsultowany z Zarządem Dróg i Zieleni Sopot.



ZASADY KOMPLETOWANIA TABLIC W SEKTORZE B

sektor B
(ruch kołowy)

6. Kierunek destynacji jest wskazywany na tablicy za pomocą strzałki.
7. Kompletując tablice należy zwrócić uwagę na estetykę nośnika i w miarę możliwości należy układać tablice w jednolitym bloku.
8. Liczba tablic na danym słupie ma wpływ na jego wysokość – szczegóły w pt 3_9.
9. Na słupie SIM mogą znajdować się tylko i wyłącznie tablice SIM.
10. Wybór rodzaju nośników SIM, które występują na styku dwóch sektorów, powinien być zawsze konsultowany z Zarządem Dróg i Zieleni Sopot.

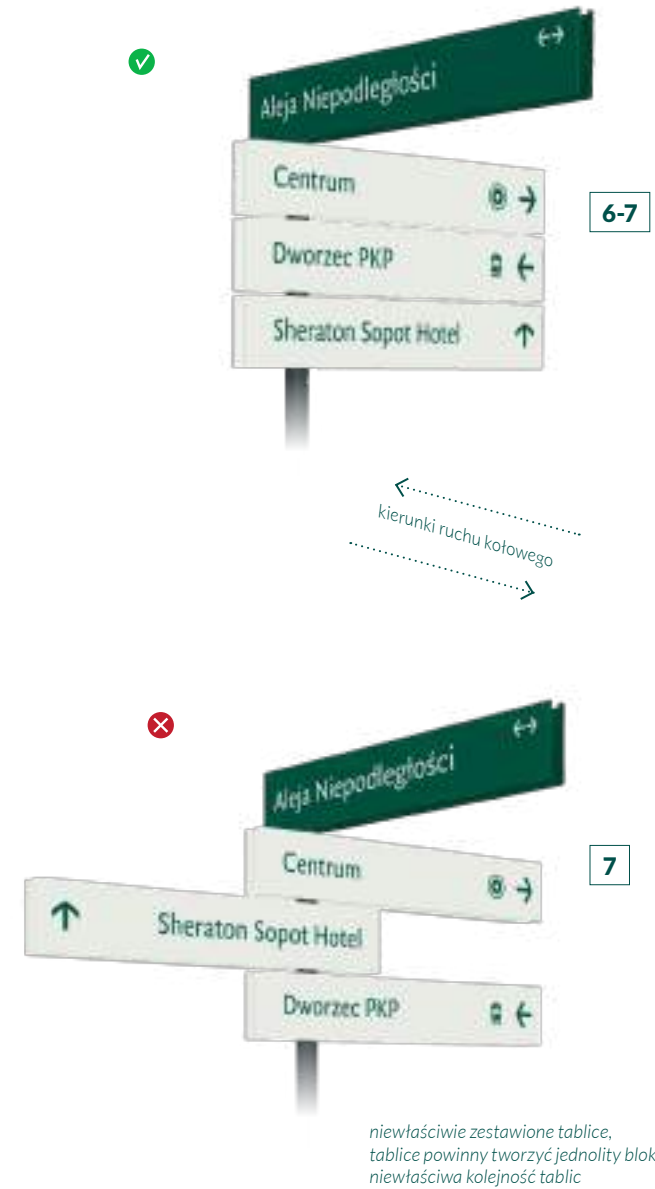


tablica z nazwą ulicy

tablica z destynacją

niepoprawnie

poprawnie



ZASADY KOMPLETOWANIA TABLIC W SEKTORZE C

sektor C

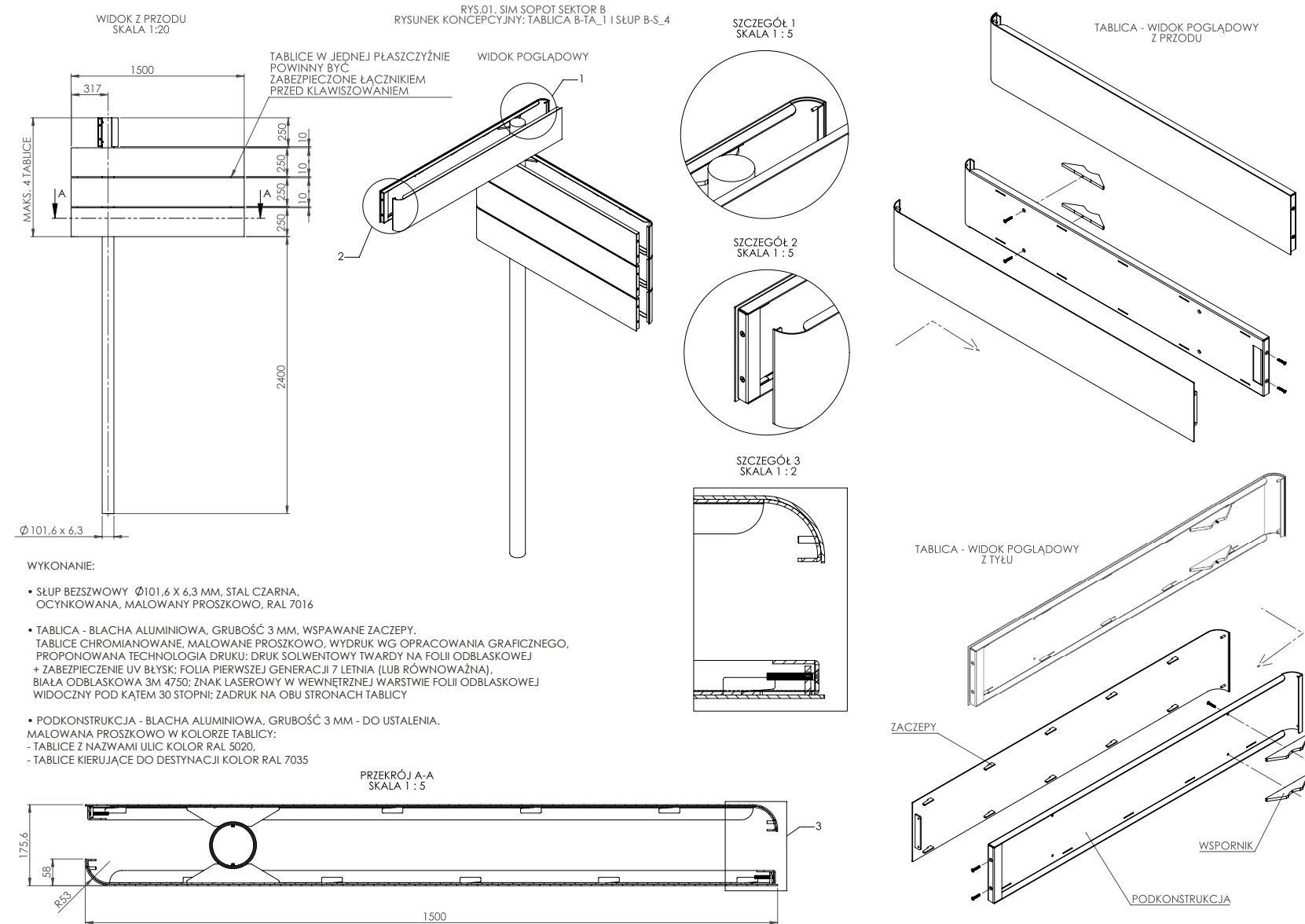
(ruch kołowy + ruch pieszy)



- tablica z nazwą ulicy
- tablica z destynacją
- ✘ niepoprawnie
- ✔ poprawnie

- 1.** Maksymalna liczba tablic na jednym słupie to 4 sztuki; tablice są montowane na poziomie 1,2,3 i 4 (poziomy są liczone od góry słupa).
- 2.** Kierunek tablicy z nazwą ulicy powinien zawsze wskazywać kierunek ulicy, w jakim ona przebiega.
- 3.** Priorytetową informacją są tablice z nazwami ulic, dlatego należy zapewnić im odpowiednią widoczność:
 - a. poziom 1 jest zawsze zarezerwowany na tablicę z nazwą ulicy; jeśli na słupie występuje tablica z nazwą ulicy, tablica z nazwą destynacji powinna być montowana zaczynając od poziomu 2; wyjątkiem od tej reguły są sytuacje, gdy na słupie nie występuje tablica z nazwą ulicy – w takim przypadku tablica z nazwą destynacji powinna być montowana od poziomu 1;
 - b. tablice z nazwami ulic pokazujące kierunki w tej samej płaszczyźnie powinny być montowane na tym samym poziomie;
 - c. tablice z nazwami ulic pokazujące kierunki w innej płaszczyźnie powinny być montowane jedna pod drugą, aby nawzajem się nie zasłaniały.
- 4.** Tablice z nazwą destynacji powinny być montowane wg kolejności:
 - a. w pierwszej kolejności tablice z nazwą atrakcji turystycznej;
 - b. w drugiej kolejności tablice z nazwami kategorizowanych hoteli (kryterium kolejności: najpierw według kategoryzacji, a następnie alfabetycznie);
 - c. w trzeciej kolejności tablice z nazwami campingów.



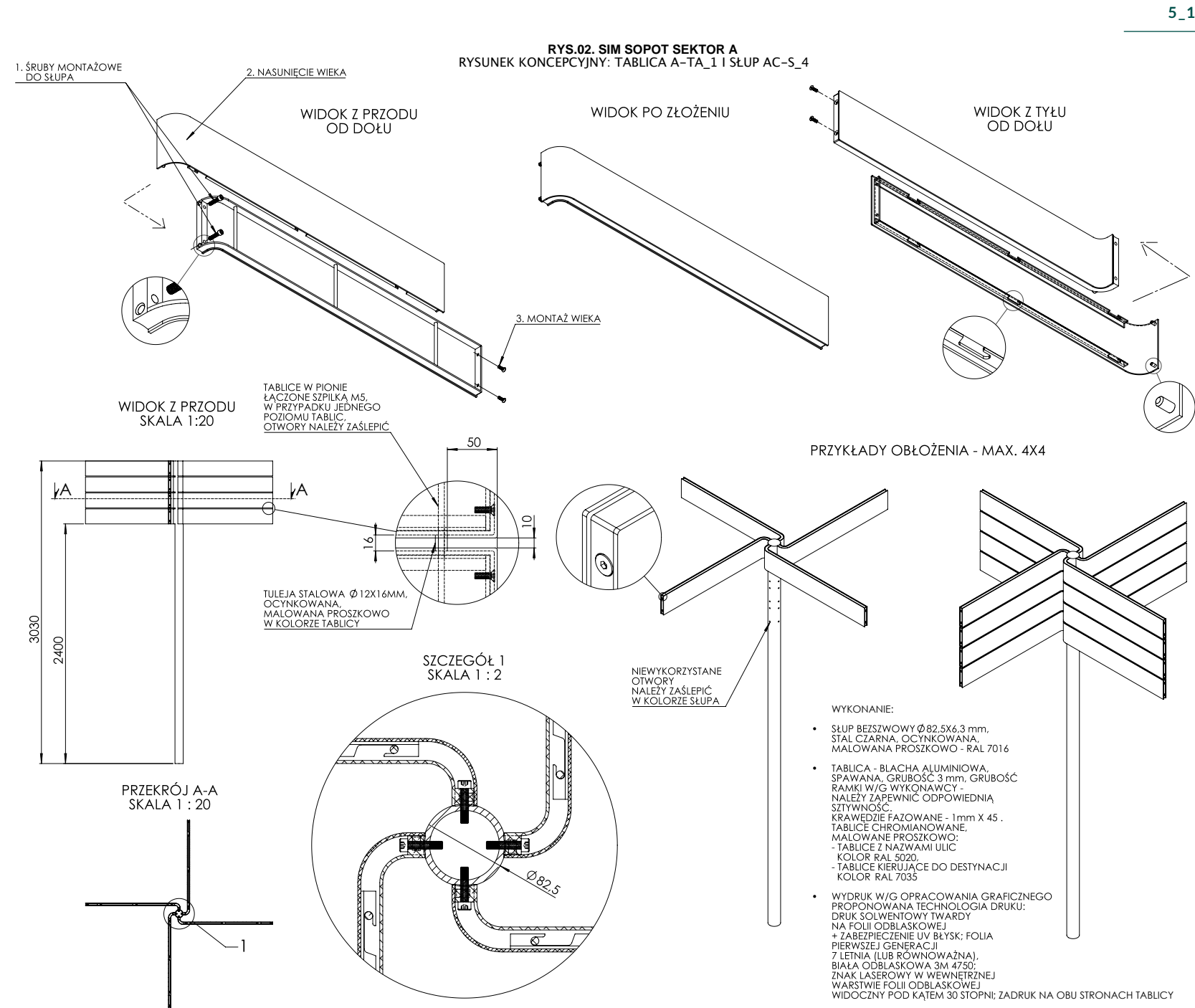


SIM SOPOT

5_1

RYSUNKI
KONCEPCYJNE

RYS. 02

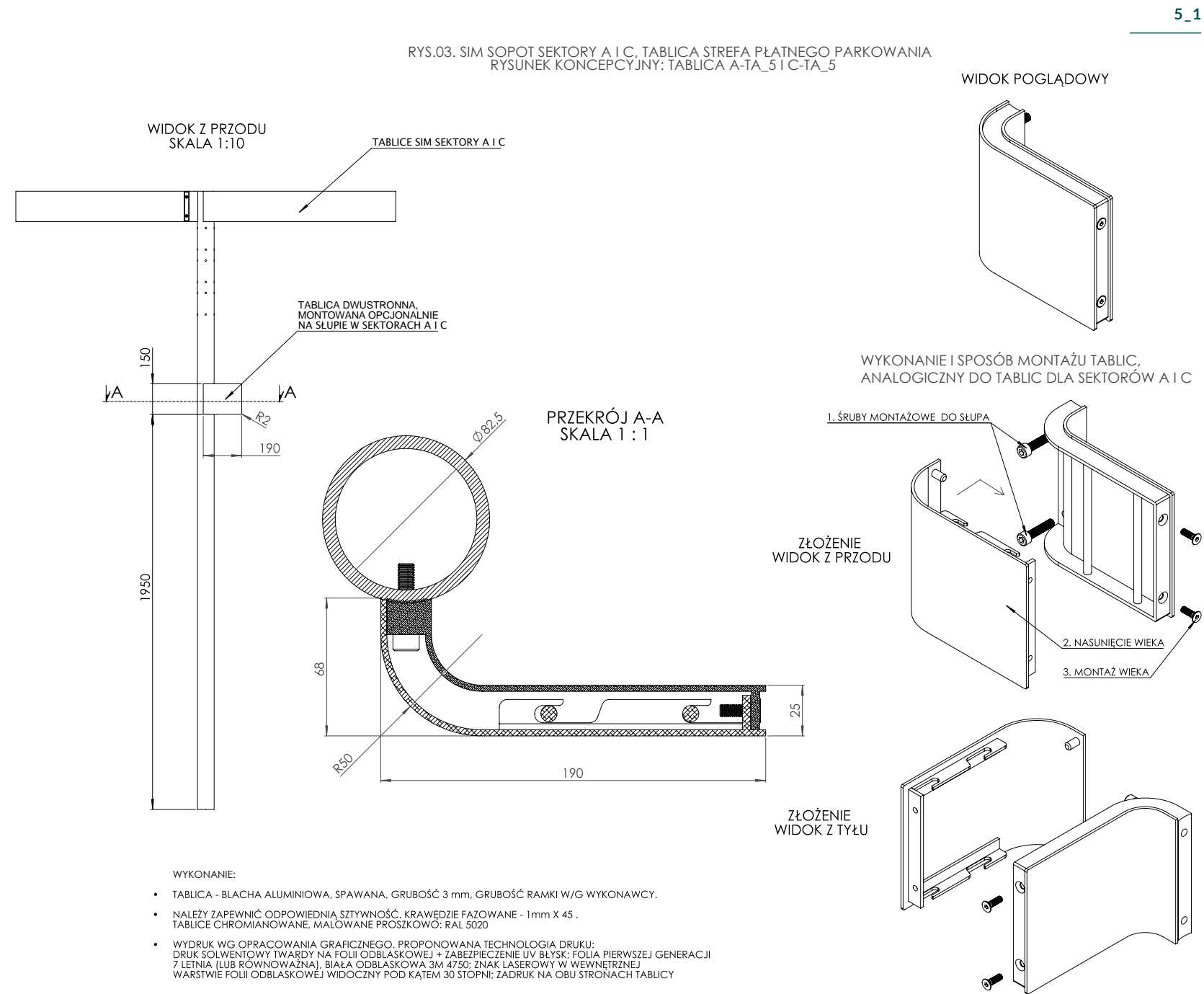


SIM SOPOT

5_1

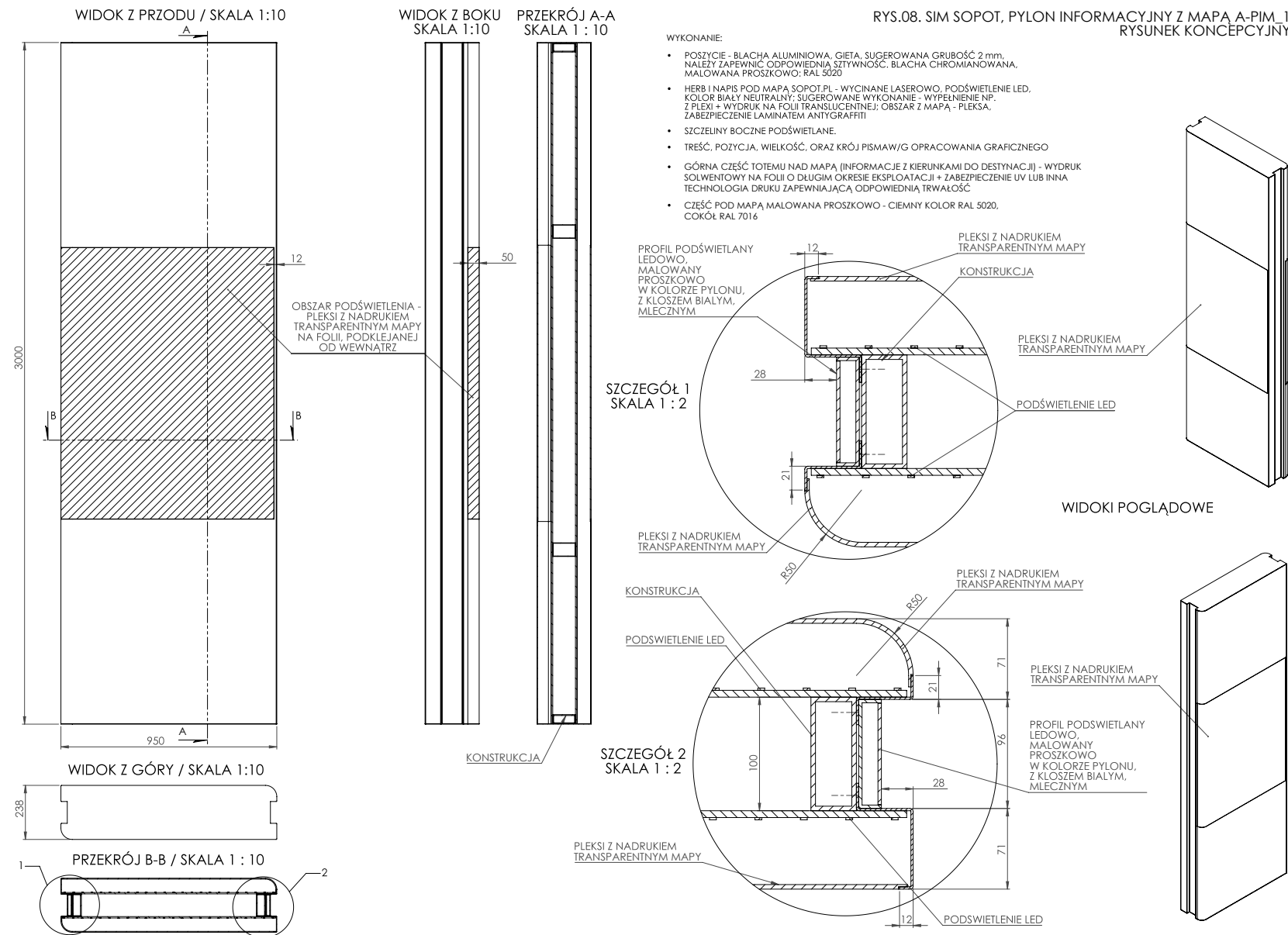
RYSUNKI
KONCEPCYJNE

RYS. 03



RYSUNKI
KONCEPCYJNE

RYS. 08



**System
identyfikacji
wizualnej
jednostek
organizacyjnych
i spółek Miasta
Gdańska oraz
jednostek
samorządowych
Województwa
Pomorskiego**

2016–2018
2018–2022 (prace trwają)





„Spójność, także w sferze wizualnej, świadczy o porządku oraz o skali działania. Łatwiej zachęcić inwestorów, aby przybyli do miasta, które działa sprawnie, wie, jak budować markę. Maja wówczas poczucie, że rozmawiają z wiarygodnym partnerem. Kimś, kto dobrze zarządza i posługuje się nowoczesnymi rozwiązaniami”.

„Gazeta Prawna”, 23 marca 2018 (fragment wywiadu z Izabelą Heindrich z Urzędu Miejskiego w Gdańsku)

Bardzo ważnym aspektem mojej działalności projektowej jest połączenie pracy na rynku oraz jako wykładowcy Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Dzięki tym dwóm aktywnościom mogę sprawdzać teorię w praktyce, podejmując decyzje dotyczące kształtowania relacji między podmiotami w procesach projektowych i obserwując ich efekty. Ciągłe prototypowanie umożliwia redefinicję pojęcia nadawcy i odbiorcy komunikacji, co przejawia się w podejściu do relacji na różnych płaszczyznach.

W studiach akademickich definiując problem projektowy, traktuję studentów jako odbiorców w pierwszej fazie procesu, aby w kolejnej fazie uczynić ich świadomymi nadawcami komunikatu, uczestniczącymi w realnym procesie rozwiązywania problemów projektowych. Świadomość znaczenia odbiorcy komunikacji wynika z praktyki i teorii, której celem jest przekształcenie pojęcia odbiorcy w dynamiczną figurę. Odbiorca przestaje być jednoznacznie pasywnym elementem jak w przypadku mediów linearnych i staje się podmiotem, który łączy w sobie wiele elementów: potrzeby, słabości, zainteresowania, fizyczność i emocjonalność.

Jako projektant zawsze czułem się odpowiedzialny za skuteczność i przydatność produktów, które są wynikiem procesu projektowego. Konstruując moduły zadań dla studentów, dążyłem do maksymalizacji możliwości wdrożenia koncepcji projektowych. Najciekawszymi, a jednocześnie o największej skali oddziaływania doświadczeniami z tego pola były i są (jesteśmy w trakcie implementacji drugiego) rozbudowane systemy identyfikacji wizualnej dla jednostek związanych w pierwszym projekcie z Miastem Gdańsk, a w drugim z Samorządem Województwa Pomorskiego.

**System
identyfikacji
wizualnej
jednostek
organizacyjnych
i spółek Miasta
Gdańska**

2016-2018

indywidualny wkład w realizację:

- ramowa koncepcja systemu identyfikacji wizualnej
- standaryzacja oraz optymalizacja graficzna znaku graficznego
- projekt graficzny układów typograficznych
- projekty graficzne księgi standardów



W połowie 2016 roku otrzymaliśmy zaproszenie do udziału w projekcie mającym na celu usprawnienie tożsamości wizualnej oraz komunikacji wizualnej organizacji podlegających Miastu Gdańsk (projekt był współprowadzony przeze mnie i prof. Sławomira Witkowskiego z Pracowni Plakatu i Form Reklamowych). Skala projektu obejmowała ponad 30 różnych podmiotów, różniących się między sobą zakresem kompetencji, operacyjnością, dynamiką rozwoju, postrzeganiem przez mieszkańców, rozmiarem organizacyjnym, wpływem na interesariuszy, ekspresją i modelem zarządzania. Projekt był dużym wyzwaniem, ale także ekscytującym zadaniem dla projektanta. Warto zauważyć, że Miasto Gdańsk zdecydowało się powierzyć tę odpowiedzialną misję lokalnej instytucji, ufając w kompetencje wykładowców, praktyków oraz studentów projektowania na Wydziale Grafiki.

Połączenie możliwości, wyzwań i oczekiwań w naturalny sposób podniosło rangę tego zadania projektowego. Przedstawiliśmy je wszystkim studentom, którzy pracowali z nami w tamtym czasie. Uznaliśmy, że unikalność i znaczenie zadania, niosącego ze sobą wiele korzyści dla instytucji, pozwala nam zaangażować w jego realizację większą i zróżnicowaną grupę projektantów i projektantek, niezależnie od ich umiejętności wynikających z etapu edukacji. Wymiana doświadczeń, koncepcji i prototypów projektowych przekłada się na efektywność oraz budowanie u studentów kompetencji z zakresu pracy zespołowej, często zaniedbywanych w stosowanych na uczelniach artystycznych modelach edukacyjnych. Prace projektowe trwały dwa semestry, a na koniec semestru letniego w 2017 roku Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku podpisała umowę komercjalizacji efektów badań z Urzędem Miejskim w Gdańsku. To było ważne wydarzenie, ponieważ była to pierwsza umowa tego typu w tak dużej skali, z uwzględnieniem zasięgu społecznego, budżetu i skomplikowania zadania. Całe to doświadczenie było dla mnie cenne, ponieważ sam proces opracowania ram prawnych i operacyjnych związanych z wdrażaniem projektu był przeprowadzany, a czasami nawet definiowany, od podstaw.

W ramach procesu projektowego, bazując na wytycznych od klienta, zaczęliśmy od zdefiniowania problemu. Przedmiotem naszych dywagacji stała się predefiniowana kwestia braku identyfikacji (powiązania

wizualnego) dużej części jednostek miejskich z ich zarządcą. W Gdańsku jednostki należące do miasta często kreowały się (prawdopodobnie nieintencjonalnie) na podmioty niezwiązane z miastem, podmioty niezależne, a najczęściej definiowane jako część ogólnego, nieokreślonego, prospołecznego zbioru. W trakcie pogłębionych poszukiwań zauważyliśmy, że ta komplikacja jest częścią większego problemu, a mianowicie zagadnienia klarownej, wielopłaszczyznowej komunikacji między głównym nadawcą komunikatu – Miastem (bardzo szerokie pojęcie) a głównym odbiorcą – użytkownikiem miasta (kolejny szeroki konstrukt).

Precyzując główne podmioty relacji, zdefiniowaliśmy ważne dla całego procesu podmioty pośrednie – pośredniego nadawcę i odbiorcę komunikatu. Następnym istotnym etapem było zdefiniowanie w segmentach (nadawcy główni, pośredni, odbiorcy główni, pośredni) zakresu działania komunikacji oraz oczekiwań związanych z jej rozumieniem. Inaczej określiliśmy oczekiwania co do narracji z perspektywy grup nadawców, a inaczej z perspektywy kręgów odbiorców, pamiętając również, że wewnątrz te grupy mogą mieć różne oczekiwania co do komunikacji.

Po przeanalizowaniu ustaleń z przedstawicielami urzędu miasta uzyskaliśmy wiedzę, która pozwoliła nam podejmować uprawnione decyzje odnośnie wartości wizualnych. Kolejnym etapem było wyłonienie głównego symbolu graficznego, który miał identyfikować Gdańsk. Studenci zostali poproszeni o przeanalizowanie podobnych rozwiązań. Na podstawie utworzonej bazy *case studies* zdecydowaliśmy się skoncentrować na symbolach heraldycznych miasta. Decyzja ta wynikała z perspektywy nadawcy (jako jednostki terytorialnej, samorządowej, lokalnej) oraz perspektywy odbiorcy (symbolika, która towarzyszy nam od pokoleń i jest wpisana w kod miasta, jest bardziej naturalna i łatwiejsza do zrozumienia i zapamiętania). Takie podejście miało również wpływ na proces komunikowania zmiany wśród grup interesariuszy. Poprzez eliminację niepotrzebnego elementu niezgody, czyli potencjalnie różnych propozycji symboli, mogliśmy skoncentrować się na pozytywnym aspekcie – motywie głównym. Dzięki temu udało nam się ograniczyć szum informacyjny.

Innym aspektem, który należało wziąć pod uwagę, był mocno określony status prawny wielkiego herbu Miasta Gdańska. Modyfikacja i transformacja herbu wymagałaby skomplikowanej procedury legislacyjnej, opierającej się na regulacjach określonych w ustawie z dnia 21 grudnia 1978 roku o odznakach i mundurach (Dz. U. z 2016 r., poz. 38 ze zm.). To spowodowało, że finalnie zdecydowaliśmy się na budowanie hierarchii informacyjnej, gdzie istniejący herb pełni rolę szczególnie reprezentacyjną i związaną z wyjątkowymi celowymi komunikatami wizualnymi. Nowa forma, niebędąca herbem, ale znakiem graficznym, została zaprojektowana w sposób bardziej egalitarny, ale jednocześnie mniej podatny na dewaluację formalną w przyszłości.

W tym samym czasie podjęliśmy próbę interpretacji struktury organizacyjnej podmiotów związanych z Gdańskiem na podstawie dostarczonych danych. Podczas wstępnych analiz zauważyliśmy, że nazwy jednostek były tworzone niezgodnie z intencją. Z perspektywy realizacji spójnej komunikacji, gdzie akcentowanie obszarów działań oraz przynależności do głównej terytorialnej jednostki było istotnym elementem, zauważono potrzebę zmiany nazw jednostek. Prawdopodobnie niekonsekwencja w nazewnictwie wynikała z braku spojrzenia na tę konstrukcję jako całość systemową, która podlega zdefiniowanej strategii przekazywania informacji. Wątek ten, dotyczący nazw jednostek, pokazuje, że rozwiązywanie problemów identyfikacji wizualnej organizacji wiąże się ze spojrzeniem na jakość komunikacji organizacji całościowo. Dla mnie było bardzo istotne, aby studenci uczestniczący w procesie zrozumieli, że projektowanie celowej identyfikacji wizualnej jest wynikiem nakładających się na siebie składowych wiedzy, a z pewnością nie sprowadza się tylko do umiejętności operowania krzywymi Béziera w programie do edycji. Dzięki tej wiedzy studenci rozpoczęli poszukiwania badawcze, które miały na celu przyjrzenie się zmianom formalnym w obrazowaniu motywów związanych z heraldyką miejską na przestrzeni czasu. W tym przypadku bardzo dobrze sprawdziło się aktywowanie pracy w grupach i wymienianie się informacjami. Ostatecznie studenci stworzyli 22 zróżnicowane systemy identyfikacji wizualnej. Po konsultacjach z delegowanymi przedstawicielami miasta oraz po analizie adekwatności projektów do zamierzonych celów postanowiliśmy połączyć dwa rozwiązania w jeden układ. Powołaliśmy grupę roboczą reprezentującą ASP w Gdańsku, w której skład

wchodziły studentki Daria Jabłońska i Agata Buiko, których prace były najbliższe ustalonego celu, oraz prof. Sławomir Witkowski i ja. Grupa robocza była operacyjnie odpowiedzialna za przygotowanie finalnej wersji oraz stworzenie instrukcji obsługi – przewodników po systemie, dedykowanych każdej objętej założeniem jednostce. Dodatkowo grupa uczestniczyła w finalnych konsultacjach związanych z przygotowaniem wdrożenia. Na spotkaniach z przedstawicielami jednostek miejskich, zorganizowanych przez prezydenta Pawła Adamowicza, przedstawiliśmy nasze założenia dotyczące realizacji projektu, prezentując też możliwe zagrożenia, tak aby uniknąć błędów podczas procesu wdrażania, który wykraczał poza zakres naszych działań.

Projekt SIMG został uznany za wybitne osiągnięcie naukowe gdańskiej ASP podczas procesu ewaluacji działalności. Wyróżniono go jako jeden z czterech projektów o szerokim wpływie społecznym, a także uhonorowano zaszczytnym miejscem w publikacji z okazji 75-lecia uczelni jako jedno z 75 milowych osiągnięć w historii uczelni. Wyniki badań projektu SIMG zaowocowały wykonaniem kompleksowego opracowania na zlecenie Urzędu Miejskiego w Gdańsku w 2021 roku, zatytułowanego *Analiza zrealizowanych systemów komunikacji wizualnych dedykowanych miastom w kontekście identyfikacji wizualnej Miasta Gdańska*. Raport na 72 stronach analizuje zrealizowane systemy komunikacji wizualnej miast i diagnozuje możliwości kształtowania, rozwoju i uspołnienienia identyfikacji wizualnej marki Gdańska. Wyniki analizy służą jako materiał referencyjny dla Urzędu Miejskiego w Gdańsku przy ocenie obecnych opracowań własnych i prowadzeniu bieżącej komunikacji swojego wizerunku, a przede wszystkim jako materiał bazowy do merytorycznej dyskusji nad budowaniem strategii rozwoju systemu komunikacji wizualnej. Opracowanie zostało wykonane przez grupę ekspertów pod moim kierownictwem i wieńczy ramowe scenariusze możliwych strategii działań.

Aktualnie pracuję nad modelem procesu projektowego, którego celem jest zbudowanie jednolitego systemu identyfikacji wizualnej dla Miasta Gdańska.

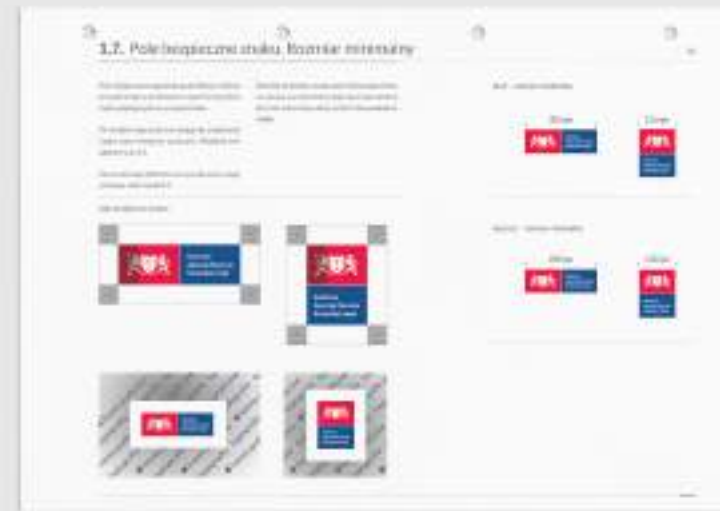
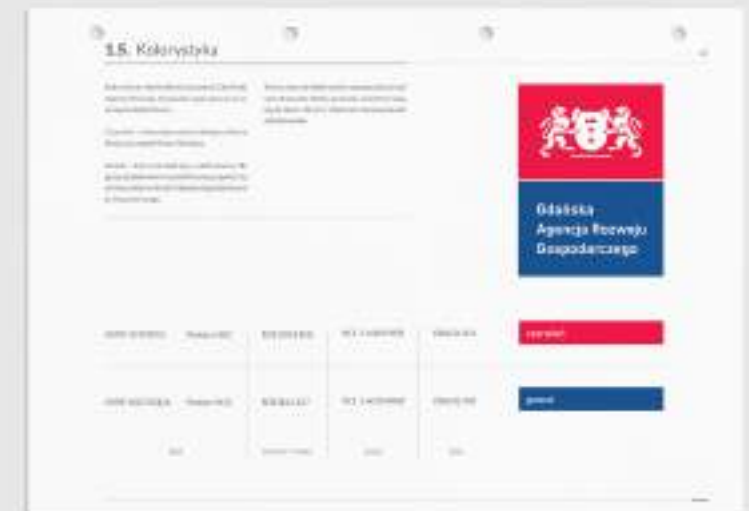
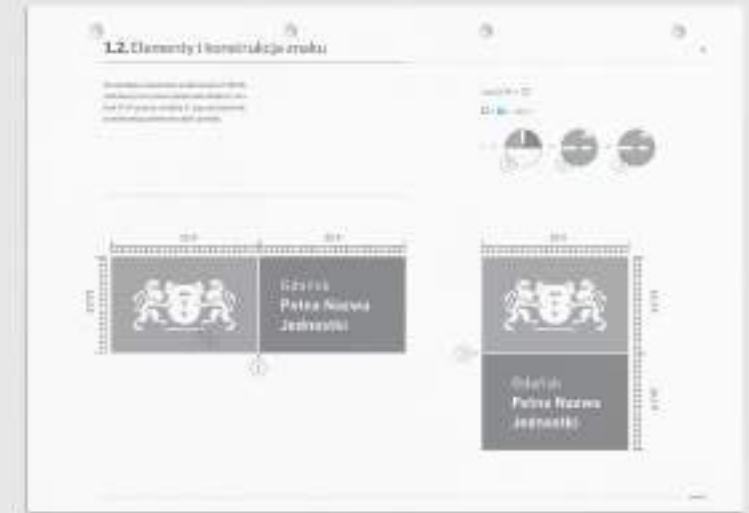


Analiza zrealizowanych systemów komunikacji wizualnych dedykowanych miastom w kontekście identyfikacji wizualnej Miasta Gdańska





przykład księgi systemu SIMG











amber
EXPO



Dyrekcja
Rozbudowy
Miasta Gdańska



112

→
implementacja
projektu









implementacja
projektu





**Miejski Ośrodek
Pomocy Rodzinie
w Gdańsku**

**Centrum
Integracji
Społecznych**

**Środowiskowy
Dom
Samopomocy**



GŁOGÓW

**System
identyfikacji
wizualnej
jednostek
samorządowych
Województwa
Pomorskiego**

2018–2022 (prace trwają)

indywidualny wkład w realizację:

- ramowa koncepcja systemu identyfikacji wizualnej
- projekty graficzne prezentacji nowego systemu





↑
spotkanie on-line, prezentacja nowego systemu dla Samorządu Województwa Pomorskiego

„Przygotowana przez ASP księga identyfikacji wizualnej oparta jest przede wszystkim na herbie województwa – czarnym gryfie na złotym tle. Gryf został uproszczony, odwzorowanie jest nowoczesne, bardzo graficzne, ale jednocześnie pełne przestrzeni i światła, co czyni znak lekkim i łatwym w eksploatacji, nawet w bardzo małym rozmiarze (np. na druk na długopisach czy wizytówkach). Jednostki zostały podzielone na grupy za pomocą akcentów kolorystycznych – szarości (kultura), niebieskiego (zdrowie), pomarańczowego (edukacja) i zielonego (infrastruktura i środowisko)”.

„Gazeta Kaszubska”, 6 maja 2022

W 2019 roku, wraz z prof. Sławomirem Witkowskim, zostaliśmy zaproszeni przez Marszałka Województwa Pomorskiego Mieczysława Struka do rozmów dotyczących potencjalnej współpracy nad uporządkowaniem tożsamości wizualnych jednostek Samorządu Województwa Pomorskiego. Już wtedy zauważono identyfikację wizualną Gdańska, która pojawiała się w przekazach medialnych i była kojarzona z jakościową zmianą oraz jasną, wizualną zależnością między składowymi organizacjami gminy. Naszej pracowni udało się wypracować markę skupiającą specjalistów w tworzeniu rozległych systemów identyfikacji wizualnej, co wraz z możliwością realizacji projektu w ramach Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku spowodowało, że zadanie opracowania systemu zostało powierzone nam.

Przyjęliśmy schemat współpracy zbliżony do procesu projektowego realizowanego dla Gdańska. Najpierw wysłuchaliśmy potrzeb klienta, następnie zebraliśmy jak najszerszą bazę informacji związaną z kontekstem projektu i zdefiniowaliśmy nadawcę i odbiorców projektu (głównych i pośrednich). Zdefiniowaliśmy również zakresy potrzeb interesariuszy projektu, świadomie kodując treści i rozważając potencjalne zakłócenia. W formie testowych spotkań zbieraliśmy informacje zwrotne, aby lepiej zrozumieć potrzeby związane z wdrożeniem.

W odróżnieniu od systemu dla Gdańska jednym z kluczowych elementów opracowywanego przez nas systemu było mocne zaakcentowanie w schematach graficznych afiliacji jednostki w strukturach Województwa Pomorskiego. Drugim nieobecnym w gdańskim systemie wyzwaniem było wkomponowanie istniejących już wcześniej, aktywnych w przestrzeni wizualnej tożsamości jednostek kultury (teatrów, muzeów, galerii). Trzecim wyzwaniem było pojawienie się podmiotów, których struktura rozchodziła się na kolejne podgrupy (oddziały jednostek).

Do projektu zaprosiliśmy wszystkich studentów, z którymi mieliśmy przyjemność współpracować, pamiętając o tym, jak dobrze sprawdziła się formuła współdzielenia zgromadzonej wiedzy podczas

pracy dla Gdańska. Prace projektowe trwały przez cały rok 2019, a studenci wykreowali kilkanaście prototypów. Do finałowej prezentacji wybraliśmy osiem studenckich koncepcji. W trakcie zajęć dydaktycznych na Wydziale Grafiki ASP w Gdańsku staram się przekazywać studentom wartości, którym sam hołduję, a które uważam za nieodzowną część praktykowania zawodu projektanta. Jedną z takich wartości jest odpowiedzialność za jakość narracji skierowanej do odbiorcy, którego rolę należy rozumieć bardzo szeroko. Odbiorca jest kluczowy w procesie projektowym, a figura ta wymaga uwagi i osadzenia w ciągle zmieniającym się kontekście otoczenia. Projektant powinien poszukiwać odpowiedzi na pytania, kim jest odbiorca. Przyjacielem, wrogiem, złem koniecznym, środkiem do osiągnięcia celów, współtwórcą czy podmiotem projektowania? Odpowiedzialność za intencjonalny przekaz jest zasadnicza, zwłaszcza w procesach, które są implementowane na szeroką skalę. Tutaj kluczowa jest partycypacja odbiorcy, którego rola jest równoważna do nadawcy. Jednocześnie według mnie jedynie projektant może być odpowiedzialny za całość, posiadając świadomość, że projektowanie jest środkiem do celu, a nie celem. Musi być wyposażony w odpowiednie kompetencje warsztatu stricte projektowego wsparte kompetencjami miękkimi, metodologią, otwartością na elastyczny charakter procesu, uwzględniający poprawki związane z dynamiką zmiany w czasie. Dzięki temu może towarzyszyć zmianie, projektować ją do pewnego stopnia i kierować ku strategicznym celom. Uważam, że praktyka projektowania powinna być multidyscyplinarna, a decyzja o zaangażowaniu studentów realizujących projekt dla Samorządu Województwa Pomorskiego na każdym etapie działań przyczyniła się do tego celu. W tym modelu znaczenie ma nie tylko projektowanie form wizualnych, ale także aktywny udział studentów w budowaniu strategii komunikacji i prezentacji, uczestnictwo w spotkaniach z interesariuszami, analizowanie pierwszych informacji zwrotnych, reagowanie na nie i ponowne definiowanie założeń. Ponadto istotne jest utrzymanie stałej świadomości cykliczności w procesie projektowym (cykle – nadawca, komunikat, kodowanie, odbiorca, informacja zwrotna – pozwalają na adekwatną korektę założeń całego procesu).

Ostatecznie, podobnie jak w przypadku projektu dla Gdańska, stworzono grupę roboczą złożoną z prowadzących i studentów (prof. Sławomir Witkowski, dr Adam Świerżewski, Alicja Grzybowska, Michał Hrywniak, Agata Kondraciuk), których koncepcje były najbliższe oczekiwaniom klienta. Grupa była odpowiedzialna za przygotowanie decydujących rozwiązań, sesji szkoleniowych dla zarządzających pionami organizacyjnymi poszczególnych sektorów oraz dla każdej jednostki, w której planowana była zmiana identyfikacji, standaryzację materiałów i przekazanie ich odbiorcom.

Realizacja dla Samorządu Województwa Pomorskiego, chociaż w podstawowych założeniach była zbliżona do projektu wykonanego dla Gdańska, okazała się o wiele bardziej wymagająca. Podstawowe różnice, o których już wspomniano, takie jak wyraźne zaznaczenie powiązania podmiotów z Samorządem Województwa Pomorskiego, rozbudowana struktura organizacyjna oraz konieczność uznania już istniejących tożsamości wizualnych jednostek kultury w ramach projektowanego przez nas systemu, spotęgowały wariantywność opracowania, co przełożyło się na objętość standaryzacji systemu.

Jedną z różnic pomiędzy projektami było odmienny kontekst czasowy, w którym je realizowano. Czas pandemii COVID-19 diametralnie zmienił sposób pracy i komunikacji, co wymusiło na nas i naszych studentach przeniesienie wszystkich aspektów projektu na relacje bezkontaktowe. Utrudnienia te wpłynęły na nasze podejście do przygotowania schematów prezentacji, skupiając nas na zmianie, poprawie i doprecyzowaniu komunikacji na naszych spotkaniach z jednostkami, które od tej pory odbywały się jedynie przez elektroniczne komunikatory.

Doświadczenie to stanowiło dla naszej grupy projektowej interesującą praktykę, wskazującą na kolejny ważny aspekt związany z procesami projektowymi, a mianowicie umiejętność szybkiego dostosowania się do zmieniających się warunków. Dotyczy to zwłaszcza skomplikowanych i długotrwałych projektów. Inną

zmienną, która została spotęgowana przez problemy z nową formą komunikacji, był o wiele bardziej rozbudowany moduł edukacyjny. Proces projektowy, a właściwie jego część poświęcona wprowadzeniu zmiany, wymagał dużo większego poziomu partycypacji niż w przypadku działań dla Gdańska. To narzuciło na nas dodatkowe obowiązki związane z prowadzeniem odpowiedniej komunikacji z jednostkami, które miały wdrożyć projektowany system. Podczas spotkań z każdym podmiotem prowadziliśmy dedykowane sesje edukacyjne, aby wyposażyć naszych klientów w kompetencje umożliwiające swobodne poruszanie się po systemie. Występowały również sytuacje, w których wprowadzona zmiana nie była pozytywnie odbierana. Takie spotkania były dla naszej grupy poligonem doświadczeń, w ramach którego wspólnie ze studentami staraliśmy się wyjaśnić zasadność zmiany, propagować wiedzę o podstawach projektowania graficznego i popularyzować ideę projektu.

Projekt systemu identyfikacji wizualnej dla jednostek Samorządu Województwa Pomorskiego to ponad 44 dedykowane opracowania w 4 sektorach: edukacja, zdrowie, infrastruktura i środowisko oraz sektor kultury (mutacyjny).

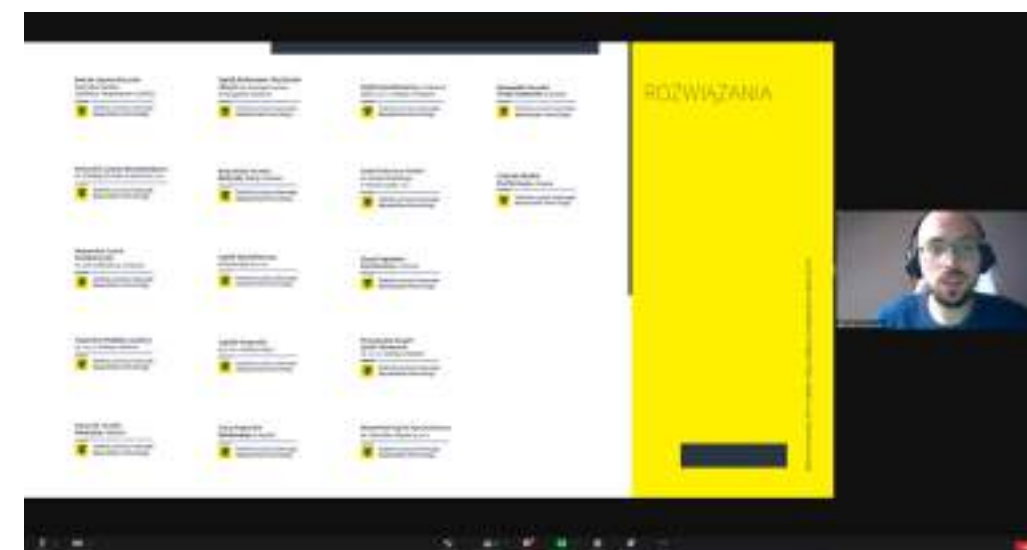
Dzięki wcześniejszym projektom dla Gdańska i Województwa Pomorskiego mieliśmy możliwość podjęcia kolejnej współpracy, tym razem z Miastem Gdynia. W 2022 roku zakończyliśmy wstępny proces projektowy z udziałem naszych studentów. Rezultatem tego etapu było zaakceptowanie naszej koncepcji graficznej, która przewiduje zmianę identyfikacji wizualnej miasta oraz jednostek mu podległych. Obecnie pracujemy nad umowami dotyczącymi współpracy i określamy zakres planowanego projektu w 2023 roku.



wybrane opracowania standaryzacji systemu dla Samorządu Województwa Pomorskiego



prezentacja nowego systemu dla przedstawicieli sektora zdrowie





projekty wykonane
w czasie zajęć
ze studentami,
autorka:
Agata Kondraciuk

		Pomorski Ośrodek Adopcyjny w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Wybór Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego
		Wojewódzkie Biuro Geodezji i Terenów Rolnych w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Opera Bałtycka Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego
		Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Conrada Korzeniowskiego w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Muzeum Narodowe w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego
		Zarząd Dróg Wojewódzkich w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego
		Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych Województwa Pomorskiego w Gdańsku Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego
		Wojewódzki Zespół Szkół Policealnych im. Matki Teresy z Kalkuty w Starogardzie Gdańskim Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego			Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

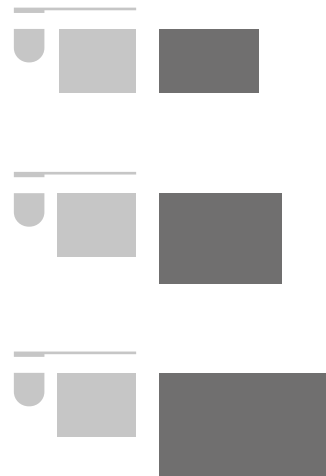




projekty wykonane
w czasie zajęć
ze studentami,
autor:
Michał Hrywniak



UKŁAD POZIOMY



UKŁAD PIONOWY



Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

**Samodzielny Publiczny
Specjalistyczny
Psychiatryczny Zakład
Opieki Zdrowotnej
w Słupsku**

Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

**Nadbałtyckie
Centrum
Kultury**

**Samodzielny Publiczny
Specjalistyczny
Psychiatryczny Zakład
Opieki Zdrowotnej
w Słupsku**

Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

**Nadbałtyckie
Centrum
Kultury**

Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

Muzeum
Narodowe
w Gdańsku

Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

**Muzeum
Narodowe
w Gdańsku**

Instytucja
Samorządu
Województwa
Pomorskiego

**Teatr
Wybrzeże
w Gdańsku**



identyfikacja
wizualna przed
zmiianą,
przykład z sektora
infrastruktura



identyfikacja
wizualna po zmianie,
przykład z sektora
infrastruktura

Wojewódzkie Biuro Geodezji i Terenów Rolnych w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Zarząd Dróg Wojewódzkich w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski Ośrodek Ruchu Drogowego w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski Zespół Parków Krajobrazowych w Słupsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorskie Biuro Planowania Regionalnego w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Wojewódzki Ośrodek Ruchu Drogowego w Słupsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski Fundusz Pożyczkowy sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Agencja Rozwoju Pomorza S.A. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski Fundusz Rozwoju sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski Regionalny Fundusz Poręczeń Kredytowych sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

InnoBaltica Spółka z o.o. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

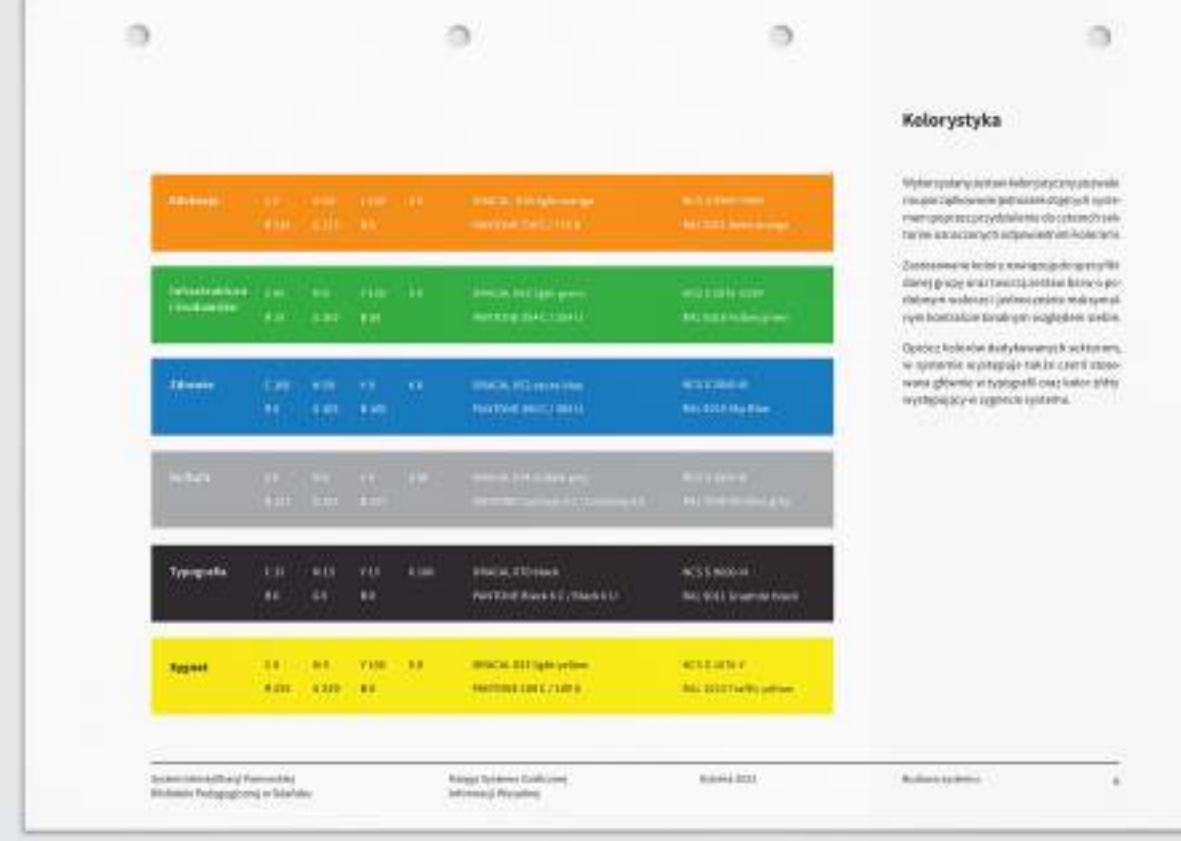
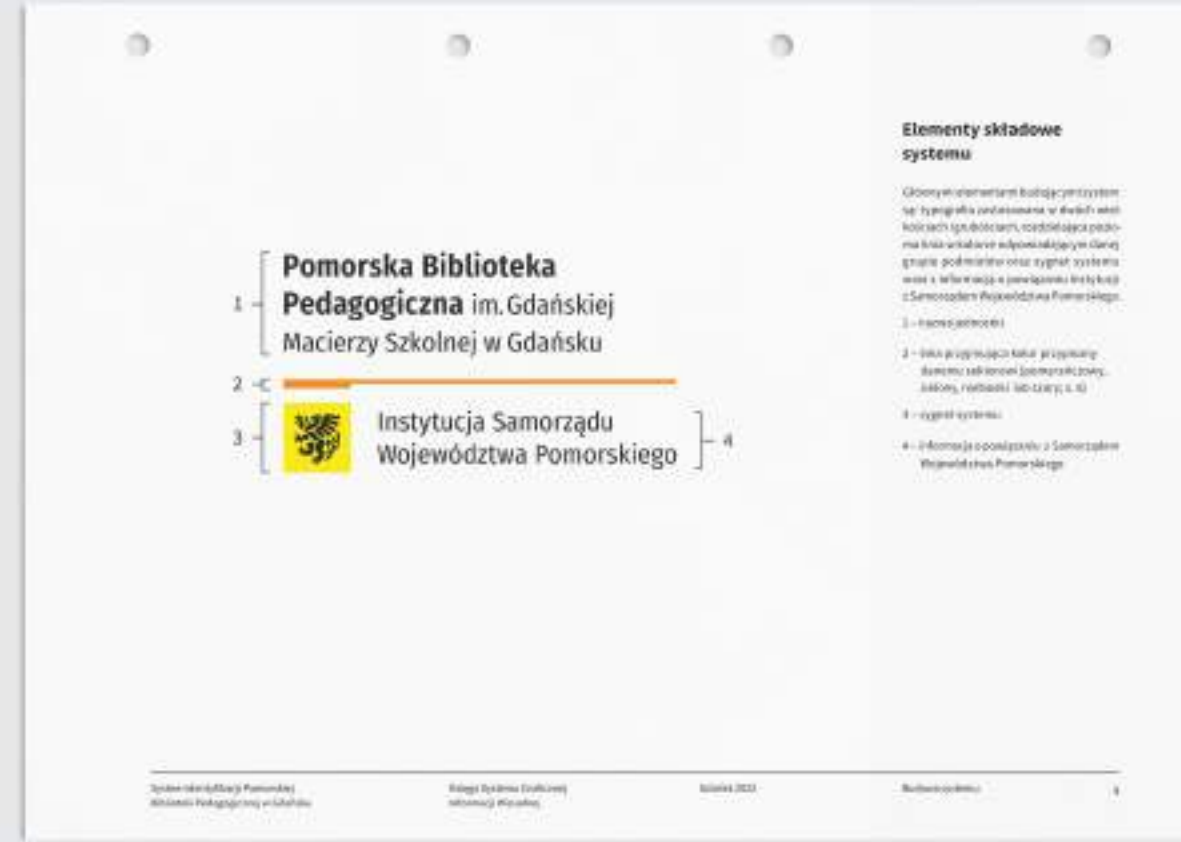
Pomorska Kolej Metropolitalna S.A. z siedzibą w Gdańsku

Instytucja Samorządu Województwa Pomorskiego

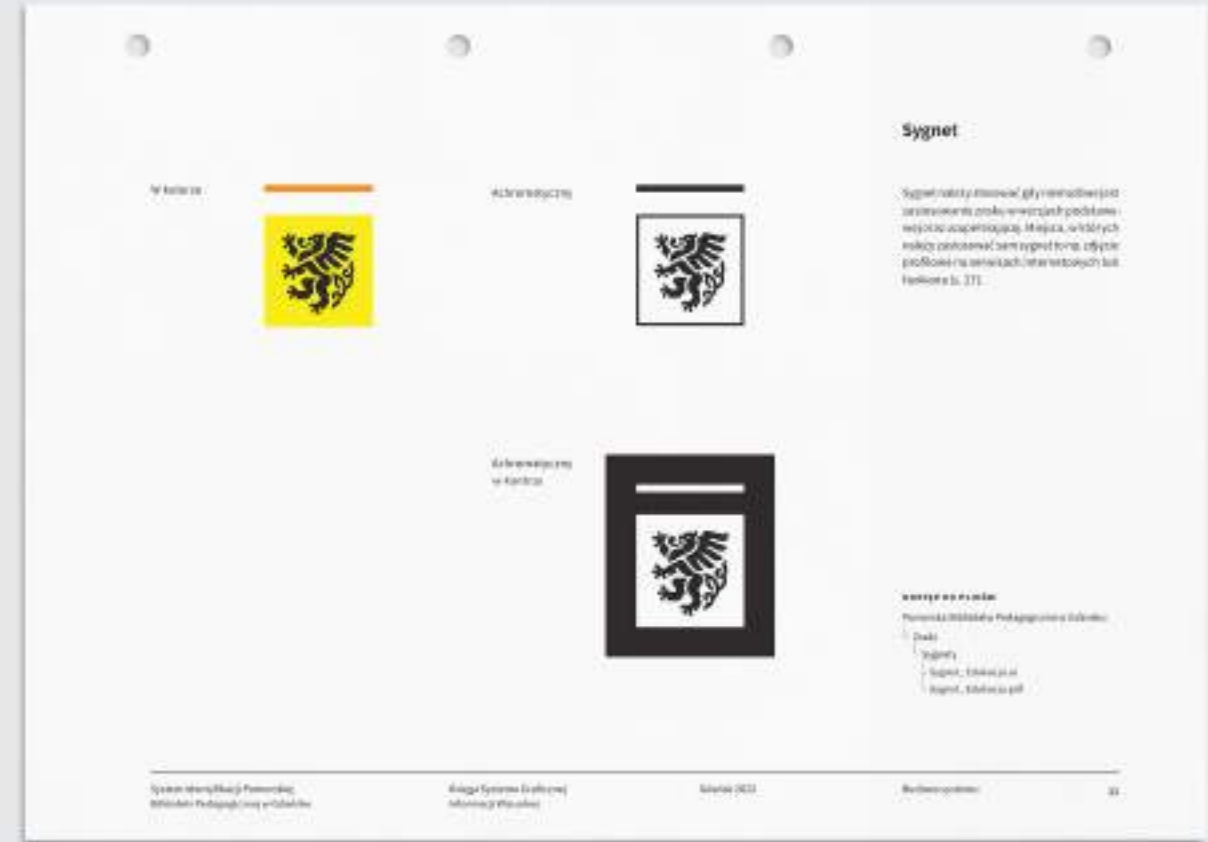
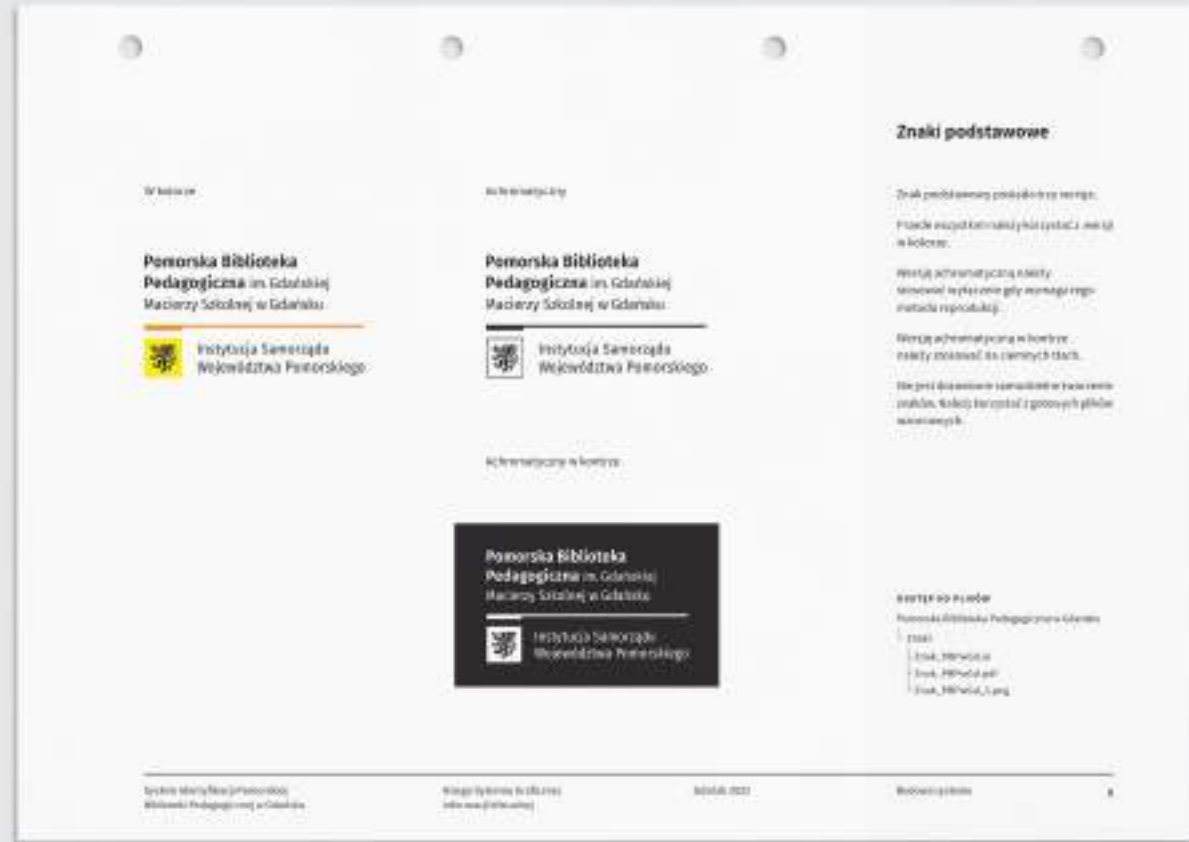
→
przykłady
stron z księgi znaku



autoreferat



dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym



→
przykłady
stron z księgi znaku

Znaki podstawowe

W białym

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

Institucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Na białym tle

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

Institucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Referencyjne w kolorze

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

Institucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Znak podstawowy posiadać ten sam kształt i kolor.

Wzrost znaków i pisma należy stosować w zależności od miejsca zastosowania.

Wzrost znaków i pisma w kolorze należy stosować do czarnych tła.

Na przód znaków nie należy wycinać żadnych elementów z górnymi krawędziami.

Wzrost w kolorze

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

znaki

znaki_Pomocni

znaki_Pomocni.pdf

znaki_Pomocni_1.png

System identyfikacji Pomorskiej Biblioteki Pedagogicznej w Gdańsku

Październik 2021

Gdańsk 2021

Wydanie systemowe

Budowa znaków

Elementy budujące system zostały precyzyjnie zaprezentowane w sposób, który umożliwia ich zastosowanie odpowiedniej czytelności znaków.

Odegnęto wyznacza wartości i zaobserwować warianty kolorystyczne.

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

Institucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

Institucja Samorządu Województwa Pomorskiego

Wzrost w kolorze

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

znaki

znaki_Pomocni

znaki_Pomocni.pdf

znaki_Pomocni_1.png

System identyfikacji Pomorskiej Biblioteki Pedagogicznej w Gdańsku

Październik 2021

Gdańsk 2021

Wydanie systemowe

Stosowanie znaków na budynkach

Na budynkach znaki powinny być umieszczone w widocznych miejscach na ścianach, oknach, drzwiach lub na przelotowych powierzchniach, na przykład na powierzchni zewnętrznej wysokości powyżej 2,00 m nad poziomem ziemi.

Wzrost znaków i pisma należy stosować w zależności od miejsca zastosowania.

Wzrost znaków i pisma w kolorze należy stosować do czarnych tła.

Na przód znaków nie należy wycinać żadnych elementów z górnymi krawędziami.

Wzrost w kolorze

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

znaki

znaki_Pomocni

znaki_Pomocni.pdf

znaki_Pomocni_1.png

System identyfikacji Pomorskiej Biblioteki Pedagogicznej w Gdańsku

Październik 2021

Gdańsk 2021

Wydanie systemowe

Stosowanie sygnetu na serwisach internetowych

Na serwisach internetowych sygnety powinny być umieszczone w widocznych miejscach, na przykład w nagłówku strony internetowej, na przelotowych powierzchniach, na przykład na powierzchni zewnętrznej wysokości powyżej 2,00 m nad poziomem ziemi.

Wzrost znaków i pisma należy stosować w zależności od miejsca zastosowania.

Wzrost znaków i pisma w kolorze należy stosować do czarnych tła.

Na przód znaków nie należy wycinać żadnych elementów z górnymi krawędziami.

Wzrost w kolorze

Pomorska Biblioteka Pedagogiczna im. Gdańskiej Macierzy Szkolnej w Gdańsku

znaki

znaki_Pomocni

znaki_Pomocni.pdf

znaki_Pomocni_1.png

System identyfikacji Pomorskiej Biblioteki Pedagogicznej w Gdańsku

Październik 2021

Gdańsk 2021

Wydanie systemowe

Szczegóły, bilety i dostęp online na operabaaltycka.pl

Opera Bałtycka
w Gdańsku



Instytucja Kultury Samorządu
Województwa Pomorskiego

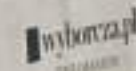


Mecenas Opery Bałtyckiej

Partner wydarzeń artystycznych
Opery Bałtyckiej w Gdańsku
w 2021 roku



Patroni medali



Partnerzy

Dr Irena Eris

metropolitalna
Karta do Kultury®

Bilety²⁴



implementacja systemu dla
Opery Bałtyckiej w Gdańsku

Kampania wprowadzająca segregację odpadów na terenie Gdańska

2017-2018

indywidualny wkład w realizację:

- koncepcja strategii marki
- ramowa koncepcja systemu
- projekty graficzne bohaterów marki
- projekty graficzne ilustracji
- projekty graficzne ikon
- projekty graficzne plakatów
- projekty graficzne ulotek
- projekty graficzne znakowania pojazdów
- projekty graficzne tablic informacyjnych
- projekty graficzne banerów internetowych
- kompleksowa standaryzacja wytycznych projektowych w formie manuala



„Aż dwie nagrody zdobył Gdańsk w prestiżowym ogólnopolskim konkursie Puchar Recyklingu, który docenia najlepsze samorządy i przedsiębiorstwa w zakresie efektywności gospodarki odpadami oraz edukacji ekologicznej. Kapituła Konkursu przyznała nagrodę główną Puchar Recyklingu Związku Miast Polskich – Gminie Miasta Gdańsk. (...) Nagrodę wraz z całym zespołem pionu Gospodarki Komunalnej odebrał Piotr Grzelak, zastępca prezydenta Gdańska ds. zrównoważonego rozwoju: Jestem niezwykle dumny z otrzymanej nagrody. Wprowadzenie pełnego systemu segregacji było dla nas nie lada wyzwaniem, dziś możemy powiedzieć, że zdaliśmy ten egzamin”.
gdansk.pl, 11 października 2019

1 lipca 2017 roku weszły w życie nowe przepisy precyzujące zasady segregacji odpadów, wynikające z ujednoliconej dyrektywy UE, obowiązujące samorządy od 2018 roku. Przepisy te długofalowo mają na celu zmianę zachowań konsumentów poprzez osiągnięcie 50% poziomu recyklingu i przygotowania do ponownego użycia papieru, metali, tworzyw sztucznych i szkła. W związku z tym ja i moje studio graficzne zostaliśmy zaproszeni do rozmów z Referatem Rozwoju Lokalnego Wydziału Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, dotyczących stworzenia kampanii komunikacyjnej związanej z tą zmianą.

Cele strategiczne definiujące problem projektowy zostały sprecyzowane we wczesnej fazie spotkań. Pierwszym celem było zapewnienie rzetelnej, klarownej informacji o zmianach w przepisach. Kolejny cel był już mniej oczywisty, a chodziło w nim o zbudowanie zaplecza komunikacyjnego, które wspierałoby zmianę, tak aby zredefiniować jej postrzeganie – z kłopotliwej i wymagającej dużego zaangażowania na modną, proekologiczną i zasadną. Naszym zadaniem było stworzenie pozytywnego wizerunku osoby, która segreguje odpady, a przez ciepłą narrację, z którą łatwo się utożsamić, staje się synonimem zmiany.

Dodatkowo całość kampanii była osadzona w niesprzyjającym otoczeniu, gdzie nowe usługi nie tylko wymagały większej aktywności mieszkańców, ale również finalnie okazały się droższe. Zadanie było dość trudne, ponieważ grupa docelowa była bardzo szeroka. Zmiany w przepisach dotyczyły każdego, na kilku płaszczyznach, od jednostkowych mieszkańców, przez wspólnoty mieszkaniowe, aż do dużych przedsiębiorstw.

W trakcie rozmów doprecyzowujących problemy z nową komunikacją, uznaliśmy, że odbiorcę kampanii należy zdefiniować w innych zakresach. Komunikacja skierowana do zbyt szerokiej grupy docelowej, w kontekście ograniczonego budżetu przeznaczanego na realizację, byłaby nieefektywna i rozproszona. Dlatego jako odbiorcę pośredniego komunikacji, jednocześnie sprawczego transmittera informacji, oznaczyliśmy dzieci pierwszych klas szkoły podstawowej.

Zdecydowaliśmy, że poprzez właściwą komunikację będziemy w stanie zwiększyć świadomość proekologicznych zachowań, pomimo już istniejących niepożądanych nawyków. Jednocześnie wyznaczając grupę docelową jako głównego odbiorcę komunikacji, dostrzegliśmy jej niezwykły potencjał w kształtowaniu wiedzy i nawyków u odbiorców końcowych na różnych poziomach, włącznie z rodzicami, dziadkami i krewnymi, co pozwoli na naturalne rozszerzenie zasięgu komunikacji. Jednak istniało zagrożenie dla tak precyzyjnie określonej kampanii komunikacyjnej związane z właściwym kodem wizualnym narracji. Główny nacisk na dzieci naturalnie skłaniał nas w stronę ilustracji, jednak planowane rozwinięcie kampanii wymagałoby narracji, która byłaby akceptowana i komunikatywna również dla dorosłych. Infantylizacja komunikacji w oczywisty sposób ograniczyłaby zakres działania kampanii, wprowadzając duże prawdopodobieństwo możliwego szumu informacyjnego. Kolejnym ważnym aspektem było stworzenie przekazu w taki sposób, aby cel perswazyjny komunikacji był odbierany jako maksymalnie neutralny i informacyjny.

Pierwsza część kampanii komunikowała datę nadchodzącej zmiany oraz jej najważniejszy aspekt – wprowadzenie pięciu nowych frakcji odpadów do segregacji z podkreśleniem kodów kolorystycznych. Głównym motorem komunikacji był wykreowany przeze mnie *brand hero*, Super Sorter, superbohater o nadzwyczajnych mocach pomagający odbiorcom w przemianie, która nadchodziła. W Gdańsku pojawiły się plakaty z głównym przekazem kampanii. Chwilę później rozpoczęliśmy program edukacyjny dla szkół podstawowych, w którym opracowane we współpracy z Wydziałem Gospodarki Komunalnej warsztaty wprowadzały postać bohatera marki. W szkołach z prelekcjami aktywizującymi uczniów pojawił się pełnowymiarowy Super Sorter – animator przebrany w kostium bohatera. Spotkania miały również na celu przekazanie materiałów informacyjnych, które trafiły do domów. Taki przepływ informacji zmienił nastawienie do komunikacji. Dzieci jako ambasadorzy dobrych zmian proekologicznych przynosiły zdobytą wiedzę do swoich rodzin.



bohaterowie marki:
Super Sorter i Biola



„Super Sorter wymiata na parkiecie”
trojmiasto.pl,
2 czerwca 2018



Kolejnym krokiem była dystrybucja ulotek do każdego mieszkania, domu i firmy w Gdańsku, korzystając z tradycyjnej poczty – ważne było, aby materiał informacyjny miał formę fizyczną i nie wykluczał grup, które operują poza światem cyfrowym. Ulotki przedstawiały Super Sortera informującego, jak należy segregować odpady. Kolejnym etapem było oznakowanie każdej wiaty na odpady w Gdańsku grafiką z superbohaterem, który powtarzał komunikat z ulotki i ułatwiał właściwą segregację. Następnie wprowadzono komunikację dla nieco starszych dzieci, które były świadome wyzwań proekologicznych. Tutaj stworzyliśmy postać Biola, ekolożki, której zadaniem było poszerzanie wiedzy (tym razem popularnonaukowej) i uwiarygodnienie podstaw komunikacji promowanych przez Super Sortera. Działania te były kontynuowane przez cały rok 2018, a Biola i Super Sorter stali się stopniowo synonimami nadchodzącej zmiany. Poprzez uczestnictwo w piknikach rodzinnych, festynach miejskich, dzielnicowych i szkolnych, ich obecność na plakatach, billboardach, a nawet śmieciarkach, budowali pozytywny wizerunek transformacji.

W 2019 roku zaplanowano ostatnią fazę kampanii. Pozyskane informacje dotyczące zmiany zachowań mieszkańców pomogły doprecyzować pośredni cel. Ostatni etap kampanii miał przypominać o obowiązku segregowania odpadów, doprecyzowywać informacje, które nie zostały przyswojone w pierwszej części kampanii oraz wprowadzać nowe środki komunikacji z odbiorcami, takie jak aplikacja o nazwie Czyste Miasto Gdańsk. Zwrócono także uwagę na podkreślenie lokalności jako dodatkowy bodziec do dbania o najbliższą przestrzeń. W Gdańsku identyfikowanie się z dzielnicami jest ważnym czynnikiem motywującym. Zaprojektowano kontynuację komunikacji w mediach elektronicznych i analogowych dedykowaną każdej dzielnicy, gdzie bohaterami przekazu stały się postacie charakterystyczne dla rejonu, takie jak Rudolf – tenor z Ołowianki, gdzie znajduje się Filharmonia Bałtycka. Postaci te zostały spersonalizowane hasłami, np. „Dobry ton zobowiązuje, więc odpady segreguj!”.

Kampania zaprojektowana dla Gdańska, oparta na analizach i właściwie zdefiniowanych problemach projektowych, w wyraźny sposób

zniwelowała negatywne odczucia związane z nowymi przepisami. Zwiększyła także świadomość ekologiczną mieszkańców Gdańska, aktywnie wpływając na wizerunek miasta jako miejsca dbającego o środowisko.

Realizacja tej kampanii była dla mnie nie tylko potwierdzeniem moich najważniejszych zasad w projektowaniu graficznym, ale również wyzwaniem, któremu postanowiłem sprostać poprzez staranne planowanie i wykonanie. W moim przekonaniu budowanie komunikacji przez obraz jest nie tylko skuteczne, ale również ważne z perspektywy społecznej odpowiedzialności projektanta. W kontekście dzisiejszych wyzwań i potrzeb społecznych, takich jak ochrona środowiska, edukacja ekologiczna czy walka z dezinformacją, przekazy graficzne mogą odgrywać kluczową rolę w dotarciu do szerokiego grona odbiorców.

Odpowiedzialność w projektowaniu rozumiem na kilku poziomach. Po pierwsze jako zrozumienie potrzeb i oczekiwań odbiorcy. Bez wnikliwej analizy i zrozumienia kontekstu, w jakim funkcjonuje dana grupa docelowa, projekt graficzny może okazać się nieskuteczny lub wręcz szkodliwy. Po drugie uważność w kreowaniu przekazu, który musi być dopasowany do stylu i kultury komunikacyjnej odbiorców. Kreatywność i oryginalność to ważne elementy projektowania, ale nigdy nie powinny przesłonić tego, że komunikacja ma służyć konkretnym celom, a przede wszystkim powinna być zrozumiała i przystępna. Po trzecie projekt musi uwzględniać możliwości budżetowe i czas trwania relacji. Odpowiednie dopasowanie zasobów do celów i potrzeb kampanii to nie tylko wyzwanie, ale również umiejętność efektywnego zarządzania projektem.

Kampania pozwoliła mi na przetestowanie mojego podejścia do projektowania graficznego w praktyce i potwierdzenie jego skuteczności. Dzięki współpracy z zespołem ekspertów i analizie potrzeb społecznych udało nam się stworzyć kampanię, która nie tylko przyciągnęła uwagę odbiorców, ale również przyczyniła się do zwiększenia świadomości ekologicznej mieszkańców Gdańska. Wierzę, że kreatywność, odpowiedzialność i profesjonalizm to kluczowe cechy, które powinien posiadać każdy projektant graficzny, który chce osiągać zauważalne i pozytywne rezultaty dla swoich klientów i społeczności.

→

implementacja projektu: pełnowymiarowe postacie Super Sortera oraz Bioli



↓ →

implementacja projektu:
oznaczenia stoiska,
ulotki, przytulanki,
oznaczenia śmieciarek,
nadruk na koszulkę

152



153

autoreferent




dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym

implementacja: tablice informacyjne na wiatkach śmieciowych

autoreferat

ZASADY SEGREGOWANIA ODPADÓW W GDAŃSKU
www.czystemiasto.gdansk.pl



PAPIER – pojemnik niebieski

WŁOŻYĆ: opakowania i papiery, kartony i tektury, czasopisma, ulamki, gazetki, książki i czasopisma, papier: toaletowy i higienowy, reklamowe kartki, broszury i znaczki, papier: zwykły.

NIE WŁOŻYĆ: resztek pokarmowych i innych produktów biodegradowalnych, pojemniki plastikowe i metalowe, pudełka z tworzywa sztucznego, metalowe, szklane, plastikowe i metalowe (z wyjątkiem pudełkami), opakowania: warzyw, owoców i innych produktów naturalnych.

WŁOŻYĆ: kawy, garbki papierosowych i papierosów, szklanki, kubki, pojemniki: aluminiowe, jednorazowe i opakowania z papieru i tworzywa sztucznego.

SZKŁO – pojemnik zielony

WŁOŻYĆ: butelki z zawartością, butelki: szklane i szklane, szklane, butelki z wyjątkiem butelek: karmienia niemowląt, mleczki i jogurtów, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych.

NIE WŁOŻYĆ: ceramiki, kamienia, porcelany, fajans, kryształ, szkło: wystrzałowe, naczyń: kuchennych, biurowych i szklanych: wazony, dzbanki, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych.

WŁOŻYĆ: szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych, szklane: opakowania: produktów: kosmetycznych.

METALE I TWORZYWA SZTUCZNE – pojemnik żółty

WŁOŻYĆ: opakowania z zawartością, opakowania i zamknięte plastikowe butelki, kartony: po mleku i sokach (z wyjątkiem: fito i szklane), wielokrotnościowe, opakowania: plastikowe: po chemii: gospodarczej, kosmetycznej, plastikowe: toalety, wleki, reklamówki i inne folie, opakowania: puszek: po: żywności i napojach, folie: aluminiowe, dzbanki: plastikowe i metalowe: kolagenowe, metalowe: kapsle, rolki: od: śmieci.

NIE WŁOŻYĆ: opakowania: po: lekarstwach i: użytych: artykułów: medycznych, opakowania: po: olejach: silnikowych i: chemii: samochodowej, części: samochodowych, artykułów: baterii i: akumulatorów, puszek i: pojemników: po: farbach i: lakierach, użytego: sprzętu: elektronicznego i: AGD, styropianu, zabawek.

BIO – pojemnik brązowy

WŁOŻYĆ: resztki: niekwasowe, resztki: mięsne i: kostne, resztki: zielone, resztki: ziemniaczane, resztki: jabłkowe, resztki: owocowe i: warzywne, resztki: chleba, resztki: drożdżowe i: ciasteczka: upieczonych.


NIE WŁOŻYĆ: resztek: z: mięsa i: ryb, resztek: z: owoców i: warzyw: kwaśnych, resztek: z: oleju i: tłuszczu, resztek: z: miodu i: syropu, resztek: z: jogurtu i: mleka: kwasnego, resztek: z: sfermentacji: alkoholowej, resztek: z: wytworzenia: drożdży, resztek: z: sfermentacji: kwasowej, resztek: z: sfermentacji: kwasowej, resztek: z: sfermentacji: kwasowej, resztek: z: sfermentacji: kwasowej.

RESZTKOWE – pojemnik szary/czarny

WŁOŻYĆ: resztki: z: papieru, resztki: z: tkanin, resztki: z: tworzywa sztucznego, resztki: z: metalu, resztki: z: szkła, resztki: z: ceramiki, resztki: z: kamienia, resztki: z: porcelany, resztki: z: fajansu, resztki: z: kryształu, resztki: z: wystrzałowego szkła, resztki: z: naczyń: kuchennych, resztki: z: naczyń: biurowych, resztki: z: naczyń: szklanych, resztki: z: wazonów, resztki: z: dzbanków, resztki: z: szklanych: opakowań: produktów: kosmetycznych, resztki: z: szklanych: opakowań: produktów: kosmetycznych, resztki: z: szklanych: opakowań: produktów: kosmetycznych.

NIE WŁOŻYĆ: odpadów: budowlanych i: rozbiórkowych, odpadów: elektrycznych i: elektronicznych, odpadów: termicznych: płynnych, odpadów: płynnych: niebezpiecznych, w tym: olejów, odpadów: z: wyrobów: metalowych: czarnych, odpadów: z: wyrobów: metalowych: czarnych, odpadów: z: wyrobów: metalowych: czarnych, odpadów: z: wyrobów: metalowych: czarnych, odpadów: z: wyrobów: metalowych: czarnych.

Aby nie wstydzić się, gdzie w sposób odpowiedni przekazać odpady niebezpieczne i niebezpieczne, dzwonić na www.czystemiasto.gdansk.pl



**DOBRY KURS
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Waclaw
motorniczy z Zakonieczna

**DRUZYNA
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Maks
kibic z Letnicy

**DOBRY TON
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Rudolf
tenor z Olowianki

**SUMIENIE
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Florentyna
siostra z Oliwy

**WYCHOWANIE
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Rozalia
seniorka z Nowego Portu

**DOBRY STYL
ZOBOWIĄDUJE,**
więc odpady segreguję!



Kasia
fryzjerka z Wrzeszcza

ŚWIADOMOŚĆ ZOBOWIĄDUJE, więc odpady segreguję!

*postacie wspomagające
zmiany w przepisach
gospodarki odpadami*





STRÖER 8560528

jestem z
GDAŃSKA
jestem eko

**DOBRY STYL
ZOBOWIĄZUJE,**
więc odpady segreguję!



Kasia
fryzjerka z Wrzeszcza



www.czystemiasto.gdansk.pl



implementacja
projektu: elementy
kampanii zewnętrznej



implementacja
projektu:
elementy
kampanii
zewnętrznej





implementacja
projektu:
elementy
kampanii
zewnętrznej



→
implementacja
projektu:
elementy
kampanii
zewnętrznej



autoreferat

←
implementacja
projektu: elementy
kampanii zewnętrznej



→
implementacja
projektu:
elementy
kampanii
zewnętrznej

ZOBOWIĄZUJE, więc odpady segreguje!



1004

**DOBRY STYL
ZOBOWIĄZUJE,**
więc odpady segreguje!

Kasia
fryzjerka z Wrzeszcza



**SUMIENIE
ZOBOWIĄZUJE,**
więc odpady segreguje!

Florentyna
siostra z Oliwy



Art'em all

2021

indywidualny wkład w realizację:

- koncepcja strategii wizerunkowej wystawy
- całościowa koncepcja artystyczna oprawy graficznej
- projekt przestrzenny wystawy
- projekty graficzne animacji

2022

indywidualny wkład w realizację:

- koncepcja strategii wizerunkowej wystawy
- całościowa koncepcja artystyczna oprawy graficznej
- projekt przestrzenny wystawy
- projekty graficzne plakatów
- projekty graficzne banerów wielkoformatowych
- projekty graficzne animacji



„ARTEM ALL pokaże nie tylko to, czym zajmuje się Akademia, ale też to, co aktualnie dzieje się w sztuce i projektowaniu. To rezygnacja z typowego, formalnego podejścia do sztuki; tym razem chodzi o młodość, szczerść i wolność!”

Radio Gdańsk,
21 czerwca 2022

W 2020 roku Rektor Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku prof. Krzysztof Polkowski zaprosił mnie do swojego zespołu, powierzając mi stanowisko Prorektora ds. Współpracy i Promocji. Moja nowa funkcja obejmowała kierowanie Biurem Programów Infrastrukturalnych i Badawczych, Biurem Współpracy i Umiejdzynarodowienia, Biurem Promocji oraz Ośrodkiem Informatycznym. Nowe środowisko pracy, które traktuję m.in. jako nowe środowisko projektowe, było i jest (kadencja kończy się w 2024 roku) dla mnie niezwykłą odpowiedzialnością i wyzwaniem. Przede wszystkim dlatego, że jest to praca dla mojej macierzystej Akademii, w której etos zawsze wierzyłem, a dążenie do jej wzmocnienia i rozwoju jest moją ambicją. Nowe realia pracy dały mi mnóstwo możliwości, które starałem się podporządkować utylitarnym celom. W tych okolicznościach zdecydowanie bardziej odczuwam wartość pracy w zespołach, gdzie słowo ja z dużą chęcią zamieniam na my. Gdzie my odnosimy wspólnie sukces, my czujemy sprawczość, ale też my analizujemy i wyciągamy wnioski z porażek. Ponadto, aby wzmocnić zespołowe my, biorę pełną odpowiedzialność za działania, które realizujemy. Według mnie takie wsparcie tworzy dobre środowisko do kreowania ambitnych projektów, których zasięg może wykraczać poza utarte szlaki akademickich powinności. Stworzenie zespołom przestrzeni do akceptowalnych błędów i potknięć jest w moim odczuciu wzmocnieniem ich gotowości na zmiany oraz pogłębieniem relacji między członkami zespołów. Uważam, że podobnie jak w procesie projektowym zrozumienie podmiotów komunikacji, właściwe zdefiniowanie narracji, zrozumienie kontekstu, środowiska relacji, otwartość i elastyczność na potencjalne zakłócenia przepływu informacji oraz konstruktywny komunikat zwrotny są podstawą właściwej relacji.

W ramach zadań w pierwszej fazie podjąłem starania, aby dokładnie zdefiniować grupy odniesienia dla komunikacji generowanej przez Akademię Sztuk Pięknych w Gdańsku. Charakter uczelni, związany z obszarami naukowymi, badawczymi, artystycznymi, projektowymi, dydaktycznymi oraz organizacyjnymi, determinuje w dużym stopniu sposoby komunikacji. Grupy odniesienia,

a dokładniej grupy, do których kierowane są przekazy, to m.in. kandydaci na studia, studenci (analizowani pod kątem ich potrzeb przez cały okres trwania studiów), absolwenci, pracownicy naukowcy, pracownicy administracyjni, podmioty współpracujące, inne ośrodki akademickie (uwzględniane na poziomie lokalnym, krajowym oraz międzynarodowym) oraz władze lokalne i centralne. Każda z tych grup ma inne potrzeby i oczekiwania odnośnie przekazu. Konieczne jest, aby w każdej z nich strategicznie uwidocznić odpowiednie elementy. Zrozumienie struktury odbiorców wpływa na profilowanie różnych tematów komunikacji w różnych grupach, a nawet podgrupach odniesienia, z uwzględnieniem odpowiedniego i zrozumiałego wizualnie przekazu.

Przykładem implementacji tych założeń (dostosowanie komunikacji do zamierzonych celów) jest zainicjowana przeze mnie wielka wystawa prac studenckich o nazwie Art'em all (nazwa wymyślona przez Karolinę Pochwatkę, pracowniczkę biura promocji; warto zauważyć, że nazwa ta już pojawiła się w przestrzeni komunikacyjnej Akademii, a ja postanowiłem uczynić ją głównym hasłem wydarzenia). Wystawa miała na celu promocję studentów ASP w Gdańsku poprzez prezentację ich projektów i prac artystycznych, obejmujących wszystkie kierunki. Art'em all była również pierwszą tak dużą próbą wyjścia poza mury Akademii z projektami i pracami studenckimi. Nigdy wcześniej nie zebrano aktywności studentów w tak mocny komunikat. Wcześniejsze działania były oparte na aktywnościach poszczególnych wydziałów i pracowni, co skutkowało dużym rozproszeniem i utratą potencjału pokazów.

Dla mnie sama wystawa była polem doświadczalnym, w którym starałem się wdrożyć moje podejście do procesów projektowych w nowym środowisku i z nowymi zespołami. Nowością w całym doświadczeniu był nie tylko kontekst, ale także chęć sprawdzenia mojego podejścia do budowania relacji w zespołach, z którymi miałem przyjemność realizować to wydarzenie.

Pierwszym krokiem podjętym przez zespół biura promocji było opracowanie strategii działania. Ważnym elementem całego procesu projektowego było dostrzeżenie faktu, że wypracowane efekty współpracy ze studentami w procesie dydaktycznym były wykorzystywane w bardzo małym stopniu. Prace wykonane pod nadzorem kadry Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku, które wymagały czasu, zaangażowania i skupienia, były prezentowane jedynie na przeglądach semestralnych, często ograniczających się do pokazów w obrębie wąskich grup. Zauważyliśmy jednak ogromny potencjał w kreacjach, które powstają w każdej pracowni w każdym semestrze, niezależnie od poziomu studiów. Cykliczność procesu edukacyjnego zapewnia nieprzerwane źródło materiału wystawienniczego, które nie ulega dewaluacji z czasem, ponieważ jest oparte na zmieniającej się strukturze i ofercie edukacyjnej Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. To spostrzeżenie dało mi pewność, że odpowiednio zbudowany przekaz przyniesie korzyści na wielu polach, a cykliczna koncepcja wystawy nie powinna się wyczerpać. Studenci będą mieli możliwość zaprezentowania swoich prac poza murami ASP, co naturalnie przyczyni się do promocji zarówno ich samych, jak i prowadzących pracownie artystyczne i projektowe, a także kierunków, wydziałów i ogólnie marki ASP w Gdańsku, zdefiniowanej w długofalowej strategii przez hasła-wartości: sztuka, dizajn i kultura. Wystawa miała w klarowny sposób pokazać zakres działań Akademii, tworząc w odbiorcy wyrazisty obraz uczelni. Taki przekaz dawał dodatkowe korzyści z zakresu promocji i rekrutacji. Z informacji zgromadzonych przez biuro promocji wynika, że często tym, co powstrzymuje kandydatów przed przystąpieniem do rekrutacji, jest opinia o niedostępności instytucji, a dokładnie poczucie zbyt wysokiego progu wejścia. Dlatego, mimo początkowego założenia wystawy jako pokazu projektów dyplomowych, zdecydowaliśmy się na zmianę koncepcji i skupienie się na prezentacji prac z różnych etapów edukacji. Dzięki temu publiczność niezależnie od swoich kompetencji kulturalnych mogła utożsamić się z projektami. Ponadto możliwość zaprezentowania prac studentów z różnych lat studiów mogła wpłynąć na ich więź z uczelnią oraz przywiązanie do marki Akademii.

W całym projekcie decyzja o wyborze lokalizacji wystawy okazała się kluczowa. Priorytetem było znalezienie miejsca niezwiązanego z Akademią, lecz zlokalizowanego w pobliżu lub w obrębie głównego miasta. Najważniejsze jednak było pokazanie się w przestrzeni, w której pojawi się licznie grupa docelowa. Wyjście poza mury ASP miało na celu zmianę kontekstu pokazu, z bezpiecznej i zamkniętej bańki na otwarty i egalitarny koncept, dostępny dla wszystkich, który minimalizował problem niedostępności instytucji. Doszliśmy do wniosku, że najlepszą lokalizacją będą przestrzenie byłej stoczni gdańskiej, która stopniowo od 2013 roku stała się najważniejszym miejscem spotkań towarzyskich w Trójmieście. Wybór lokalizacji dla projektu miał kluczowe znaczenie dla aktywnego zaangażowania studentów. Przestrzeń Plenum o powierzchni ponad 3 tysiące metrów kwadratowych, położona w okolicy ulicy Elektryków w Gdańsku, jest złożonym kompleksem klubów muzycznych, powierzchni handlowych, miejsc relaksu i przestrzeni coworkingowych. To miejsce jest uznawane za nowe, młode centrum aktywności w Gdańsku i przyciąga w sezonie letnim kilkadziesiąt tysięcy ludzi. Wybór Plenum jako miejsca wystawy, która została zaprojektowana z myślą o studentach i z mocnym przekazem, stał się dodatkową motywacją dla młodych projektantów i artystów. To zaangażowanie przełożyło się na ich chęć samodzielnego montażu realizacji na wystawie.

Lokalizacja wystawy w tej przestrzeni okazała się inspirująca dla właścicieli kompleksu – agencji CRANE: Jakuba Rezy Imaniego, Arkadiusza Chronowskiego i Dominiki Koliszewskiej. Pierwsze spotkania z nimi umocniły nasze przekonanie, że wystawa będzie miała znaczący oddźwięk i potencjał, aby stać się cyklicznym elementem kalendarza najważniejszych wydarzeń artystycznych w Trójmieście i poza nim. Dlatego wspólnie podjęliśmy decyzję o skorelowaniu terminu wystawy z początkiem sezonu wydarzeń na ulicy Elektryków oraz końcem roku akademickiego na ASP, co miało miejsce na koniec czerwca.

Kolejnym, z oczywistych względów, niezwykle ważnym aspektem było zbudowanie adekwatnej identyfikacji wizualnej. Tą częścią zająłem się wspólnie ze studium graficznym biura promocji ASP w Gdańsku, któremu z dużą przyjemnością przewodzę.

W tym czasie wspólnie z Rafałem Fedusio i Stefanem Stefaniszynem byliśmy też odpowiedzialni za definiowanie komunikacji wizualnej Akademii. Dzięki temu mieliśmy już nakreślony klucz wizualny języka obrazów, który implementowaliśmy sukcesywnie, projektując oprawę graficzną wydarzeń ASP. Jednak mając świadomość unikatowości i pionierskiego potencjału wystawy Art'em all szukaliśmy rozwiązań tożsamych z głosem marki ASP, ale w maksymalny sposób ukierunkowanych na nowego odbiorcę. Dodatkowo ważne było zbudowanie identyfikacji tak, by odpowiadała głosowi nowego pokolenia artystek, artystów, projektantów i projektantek. Tu wartościowa była dla mnie współpraca z Rafałem Fedusio (kiedyś mój student, teraz wykładowca na Wydziale Grafiki Gdańskiej ASP, główny projektant studia graficznego ASP), która tylko potwierdziła moje przekonania dotyczące wartości pracy zespołowej nad projektem. Możliwość współtworzenia i wzajemnego uzupełniania koncepcji wizualnej dała nam wyraźny bodziec do eksperymentów, otwartość na wymiany koncepcji, co jak sądzę, przełożyło się na nowe, łączące nasze różne sposoby projektowania, decyzje projektowe. Taki model współpracy, wywodzący się z metodologii projektowania zespołowego, jest cenny, ponieważ stwarza realną możliwość przekraczania własnych ograniczeń.

Identyfikacja wizualna, ale też koncepcja wystawiennicza (odpowiedzialny byłem ja, a wsparciem Monika Świerżewska) w naszej intencji miała być mocnym komunikatem wizualnym z uwzględnieniem oddania odpowiedniego pola studentom. Ilość i różnorodność prac uczestników, wykorzystujących różnorodne media, definiowały nasze cele projektowe. Komunikacja wystawy miała być prowokująca, klarowna, progresywna, a jednocześnie zostawiać miejsce dla autorów prezentowanych realizacji. Te założenia dodatkowo należało zdefiniować w kontekście przestrzeni

ekspozycji. Tak aktywny background oraz konkurowanie o uwagę odbiorców (w tym samym czasie odbywały się inne wydarzenia) powodowały potencjalne zakłócenia w odbiorze naszych komunikatów.

Finalnie pierwsza edycja Art'em all w przestrzeni Plenum w dawnej stoczni gdańskiej odbyła się między 26 czerwca a 18 lipca 2021 roku. Wystawa prezentowała ponad sto obiektów, osiemdziesięciu twórców. Ponad 3000 m² wystawy w dniu otwarcia odwiedziło prawie 2,7 tys. osób, a podczas całego okresu trwania ekspozycji Art'em all zobaczyło 17 tys. widzów.

Druga edycja wystawy, która odbyła się między 1 a 17 lipca 2022 roku, posiadała ten sam concept i skalę, co edycja z 2021 roku. Za organizację oraz projekt graficzny odpowiadał ten sam zespół biura promocji, z małymi wyjątkami. Udana realizacja pierwszej wystawy, wsparcie partnerów oraz pozytywne recenzje i entuzjastyczny feedback ze strony studentów przyczyniły się do rozwoju wydarzenia. W 2022 roku postanowiliśmy w tym samym miejscu, tj. w przestrzeni Plenum, poprzedzić wielki przegląd prac studenckich otwartymi obronami prac dyplomowych Wydziału Architektury i Wzornictwa ASP w Gdańsku, o nazwie *Tytuł 3.0*.

Pomysł, aby otworzyć procedury pokazu dyplomowego na zaproszonych gości i zorganizować je poza murami Akademii, był motywowany uzupełnieniem realizowanej przez nas całościowej koncepcji promocji marki ASP w Gdańsku o kolejny moduł zewnętrzny. Rozmach, jaki przybrała wystawa Art'em all, pokazał mi, jak bardzo istotne dla propagowania działalności Akademii jest wyjście poza naszą bańkę informacyjną. Przyzwyczajeni do naszych bezpiecznych przestrzeni, nobliwych rewirów, tytułów naukowych, nie możemy zapominać o poszukiwaniach sposobności do nowych form komunikacji. Możliwość konfrontacji założeń programu kształcenia jest niczym innym jak dobrze mi znana, podobna sposobność w procesie projektowym. Musimy poznać naszego odbiorcę, mało tego, musimy pielęgnować w sobie nieustanną chęć uczenia się, rozumienia drugiej strony

„Przyszłam ze znajomymi pobawić się na ul. Elektryków, ale się rozpadło i ktoś poradził przeczekać deszcz w Plenum – opowiadała Emilia, studentka psychologii. – Kiedy usłyszałam, że to wystawa prac studentów ASP, to wyobrażałam sobie, że będą to głównie obrazy i rzeźby. No i może plakały, bo wiem, że jest tam też Wydział Grafiki. No ale to, co zobaczyłam, bardzo przerosło moje oczekiwania. Nie zdawałam sobie sprawy z tego, że na akademii projektuje się też rzeczy wykonywane w codziennym życiu. O których nie pomyślelibyśmy, że są dziełami sztuki. A ktoś zaprojektował np. domowe urządzenie do EKG, ktoś inny zaprojektował kampanię społeczną, a jeszcze ktoś inny legitymację studencką, przy czym projekt dotyczył nie tylko jej strony wizualnej, ale i funkcjonalności”.
trojmiasto.pl, 2 lipca 2022



film promujący Art'em all 2.



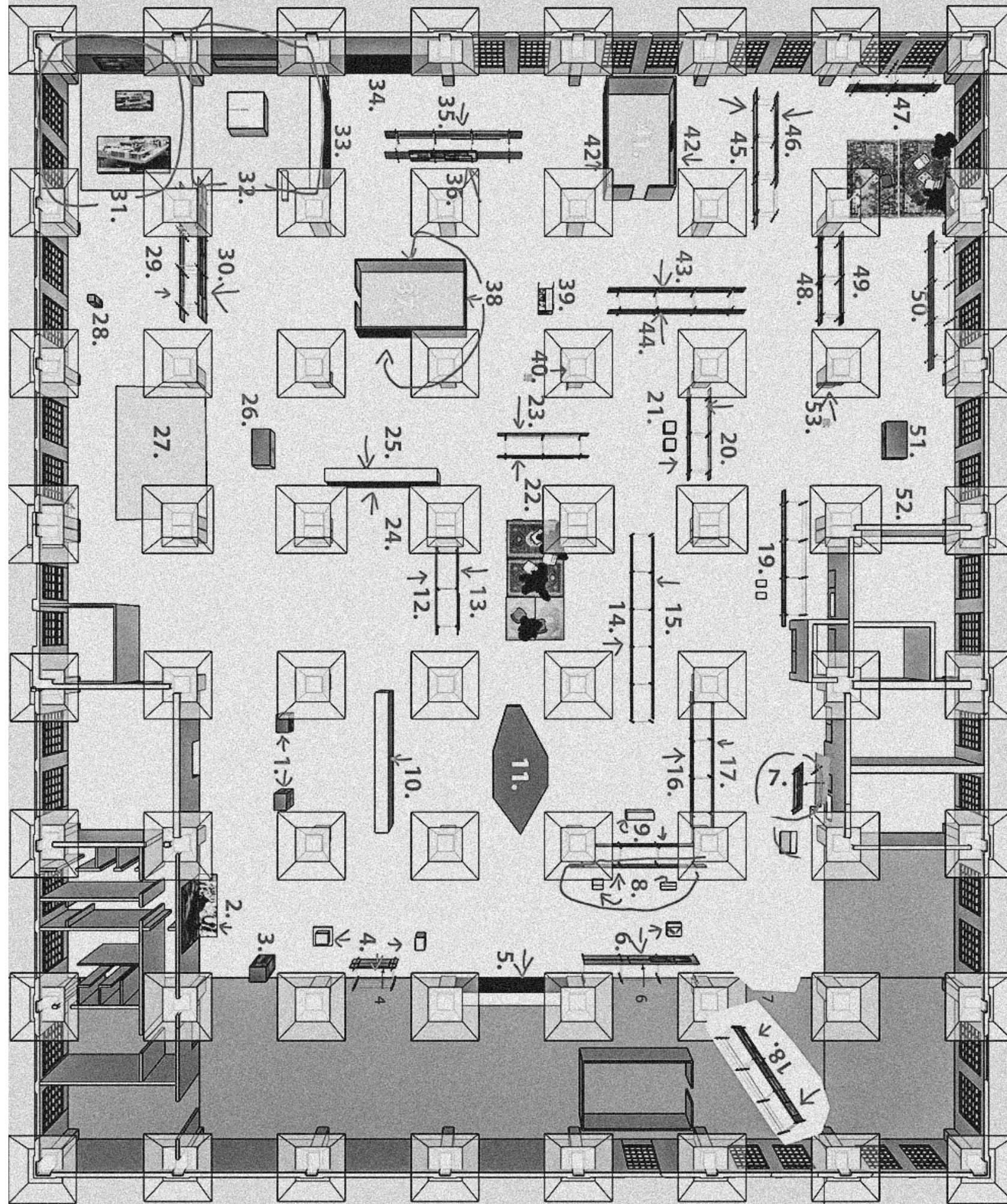
Art'em all 2, otwarcie wystawy, od lewej Proroktor ASP w Gdańsku prof. Sylwia Jakubowska-Szycik, Proroktor ASP w Gdańsku dr Adam Świerżewski, Rektor ASP w Gdańsku prof. Krzysztof Polkowski

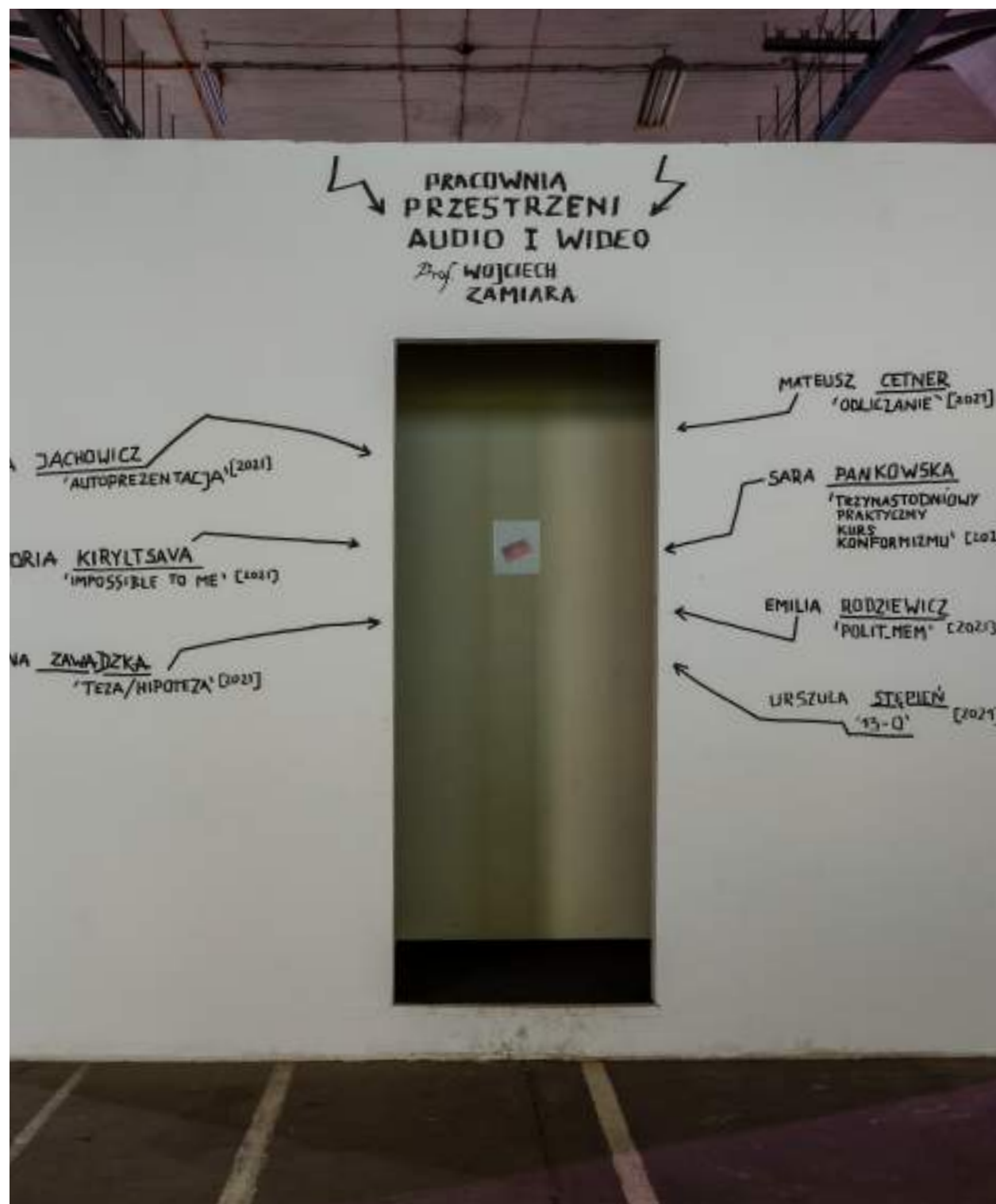
procesu – dialogu. Właściwie definiować nadawcę, odbiorcę, dobrać kodowanie, komunikat i odkodowanie, biorąc jednocześnie pod uwagę cały kontekst tych działań. W moim przekonaniu rozwój możliwy jest głównie przez relację z odbiorcą realnym, a nie figurą zdefiniowaną w akademickim założeniu. Kolejnym ważnym aspektem, który rozpatruję jako zagrożenie dla właściwej postawy w procesach projektowych, jest pokusa przyjęcia pozycji omnipotentnego artysty (szczególnie dotyczy to projektantów będących jednocześnie wykładowcami akademickimi). W polskim systemie kształcenia artystycznego, zbudowanym na kierunkach sztuki czystej, z których dopiero wykiełkowały kierunki projektowe, projektant często jest traktowany jako artysta. Dla mnie są to jednak zupełnie inne postawy, które mają inaczej ustawione cele, priorytety i modele pracy, a co chyba najważniejsze inaczej zdefiniowaną odpowiedzialność.















ASP.GDA.PL

2

sztuka / design / kultura

WIELKI PRZEGLĄD PRAC
STUDENCKICH ASP W GDAŃSKU



e+ Elektrykoni PLENUM 181











Na rynek, na ratunek! Regeneracja Rynku w Oliwie

2018-2022

indywidualny wkład w realizację:

- koncepcja strategii wizerunkowej marki *Na rynek!*
- koncepcja strategii wizerunkowej marki *Rynek w Oliwie*
- projekty znaku graficznego marki *Na rynek!*
- projekty znaku graficznego *Tu jest Oliwa*
- projekty graficzne ikon systemu identyfikacji wizualnej marki *Rynek w Oliwie*
- projekty graficzne map
- projekty graficzne animacji komunikującej zmiany na rynku w Oliwie
- projekt graficzny publikacji *Strategia regeneracji targowisk*
- projekt przestrzenny trejarza



na  rynek!

strategia
regeneracji
targowisk



„Rewitalizacja oliwskiego rynku przygotowana przez architektów z Politechniki Gdańskiej, została uznana za „najlepiej zaprojektowaną przestrzeń publiczną 2022” w XVI konkursie Towarzystwa Urbanistów Polskich. Wyróżnienie w prestiżowym konkursie przyznano za rewitalizację rynku w Oliwie, pełniącego funkcję targowiska miejskiego, prowadząca do aktywizacji społecznej i ekonomicznej tego miejsca. (...) – Rynek stał się miejscem spotkań mieszkańców korzystających z możliwości kupienia lokalnych wyrobów, jak również biorących udział w lokalnych wydarzeniach, takich jak festyny świąteczne czy pchle targi. Na uwagę zasługuje estetyka miejsca zarówno w trakcie aktywności handlowej, jak i po jej zakończeniu – napisano w uzasadnieniu werdyktu”.
„Gazeta Wyborcza”, 12 listopada 2022

W 2018 roku jako przedstawiciel Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku dołączyłem do konsorcjum realizującego projekt w ramach programu Narodowego Centrum Badań i Rozwoju o nazwie *Strategiczny Program Badań Naukowych i Prac Rozwojowych dla społecznego i gospodarczego rozwoju Polski w warunkach globalizujących się rynków GOSPOSTRATEG*. Do zespołu projektowego zaprosiłem mgr. Mateusza Żywickiego z Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku, mgr Martę Chełmińską (kierowniczkę Biura ds. Programów Infrastrukturalnych i Badawczych) oraz dr. Bartłomieja Bracha ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Konsorcjum składało się z przedstawicieli Stowarzyszenia Inicjatywa Miasto (lider projektu), Politechniki Gdańskiej oraz Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Po skomplikowanym procesie aplikacji o grant otrzymaliśmy na realizację projektu kwotę 2 535 000 zł.

Celem projektu było stworzenie, a następnie wdrożenie strategii rewitalizacji obiektów handlu targowego z wykorzystaniem metody społecznego katalizatora przedsiębiorczości, repozycjonowania marki oraz placemakingu jako narzędzia polityki rozwoju lokalnego. Strategia opierała się na zaangażowaniu lokalnej społeczności w proces rewitalizacji i ożywienia przestrzeni targowych. Projekt został przeprowadzony na istniejącym w Gdańsku od wielu lat Targowisku w Oliwie, które borykało się z problemami finansowymi. Jego zwieńczeniem miały być dwie konferencje popularyzujące efekty badań w postaci dokumentu strategii, który miał być przewodnikiem dla innych publicznych przestrzeni handlowych.

Pod moim kierownictwem zespół ASP w Gdańsku był odpowiedzialny za moduł związany z redefinicją marki rynku przy ul. Polanki. Zespół Politechniki Gdańskiej zajmował się projektowaniem zmian związanych z modernizacją infrastruktury i monitorowaniem postępu, a lider projektu, Inicjatywa Miasto, był zaangażowany w procesy organizacyjne, prawne i wdrażanie nowych możliwości usług, wydarzeń oraz zmiany koncepcji sprzedaży. Z mojego punktu widzenia był to bardzo interesujący proces ze względu na możliwość uczestniczenia w nowej dla mnie

metodzie procesu projektowego. Ponadto multidyscyplinarny zespół konsorcjum, złożony w dużej mierze z naukowych środowisk akademickich, był żywo zainteresowany wymianą i łączeniem swoich kompetencji. Uważam to za kolejny wartościowy element w partycypacyjnym charakterze całego przedsięwzięcia.

Metoda społecznego katalizatora przedsiębiorczości w naszym projekcie polegała na wspieraniu lokalnych inicjatyw i przedsiębiorstw, które przyczyniają się do ożywienia przestrzeni targowych poprzez organizowanie imprez, festiwali, warsztatów, koncertów i innych wydarzeń kulturalnych oraz handlowych. Realizowana przez nas strategia rebrandingowa miała na celu efektywne rezygnowanie marki w kontekście naszych zadań. Chodziło o wprowadzenie zmian wizerunkowych oraz zwiększenie zaangażowania marketingowego targowiska, tak aby lepiej odpowiadało na potrzeby i oczekiwania klientów oraz mogło poszerzyć grono odbiorców. Placemaking z kolei koncentrował się na tworzeniu przestrzeni ogólnodostępnych, które są atrakcyjne, przyjazne dla ludzi i sprzyjające interakcji społecznej. Te składowe wypracowaliśmy w procesie, u którego podstaw był szeroko rozumiany, realizowany na wielu płaszczyznach partycypacyjny model komunikacji.

Znane mi współdzielone, wielopoziomowe modele relacji nadawca – odbiorca wpłynęły na nowe podejście do metod i praktyk projektowych. Cały czas aktualne teorie projektowe takie jak human-centered design i participatory design oraz narzędzia takie jak service design, design thinking, affinity diagram i customer journey experience wyraźnie pokazują istotną rolę odbiorcy w całym procesie. Bez uwzględnienia odbiorcy trudno sobie wyobrazić proces projektowy. Samo założenie użyteczności projektu wymusza zaangażowanie adresata komunikacji.

Mocno partycypacyjna koncepcja *community based design* sformułowana przez amerykańskiego psychologa kognitywnego i projektanta Dona Normana, realizowana w kontekście sieci lokalnych, zakłada radykalną zmianę w myśleniu o pozycji od-

biorcy w procesie projektowym. Propozycja ta zmienia podejście z projektowania przez profesjonalistów dla społeczności na projektowanie przez ludzi dla siebie. Warto zauważyć trzy ciekawe aspekty takiego podejścia. Po pierwsze odbiorca traktowany jest podmiotowo i ma dostęp do nowych możliwości oraz może poszerzyć swoje pole oczekiwań wobec projektu. Po drugie projektant nie jest już tylko ekspertem, który bada, projektuje i wdraża projekt skierowany do określonego odbiorcy, ale staje się mentorem, który korzysta ze swojej wiedzy, doświadczenia, zestawu narzędzi i metod. Projektowanie staje się domeną wszystkich, którzy chcą je praktykować, niezależnie od ich zaplecza edukacyjnego. Po trzecie zredefiniowana zależność między nadawcą a odbiorcą komunikacji opiera się na wielokrotnym przepływie informacji, którego celem jest prototypowanie odpowiedniego, finalnego rozwiązania problemu.

Konstrukcja ta może mieć jednak istotną wadę – zakłada udział w procesie aktywnego użytkownika, który przez odpowiednio zbudowaną samoświadomość i zaangażowanie jest w stanie stać się adekwatną składową nie tylko całego procesu projektowego, ale też pozostałej nie mniej istotnej części takiej jak wdrożenie, utrzymanie zmiany oraz ewaluacja. Czy to realne oczekiwanie? Wiktor Papanek twierdził, że wszyscy jesteśmy projektantami. Ale czy wszyscy projektanci, zdefiniowani zgodnie z powyższą metodologią, biorą w równym stopniu odpowiedzialność za efekty swojej pracy? Projekt GOSPOSTRATEG dał mi empiryczne podstawy do zweryfikowania znanych mi teorii projektowania partycypacyjnego. Potwierdził, że w odpowiedzialnym projektowaniu nie powinniśmy oczekiwać od stron komunikacji zrównania wkładu merytorycznego. Figura projektanta jako stojącego obok administratora zmiany jest według mnie uchYLENIEM się od odpowiedzialności.

Projekt został ukończony w 2022 roku, a jego efektem było stworzenie rozbudowanej strategii dedykowanej targowiskom. Obecnie strategia cieszy się dużym zainteresowaniem i jest uznawana za wzór do naśladowania przez samorządy innych miast, które



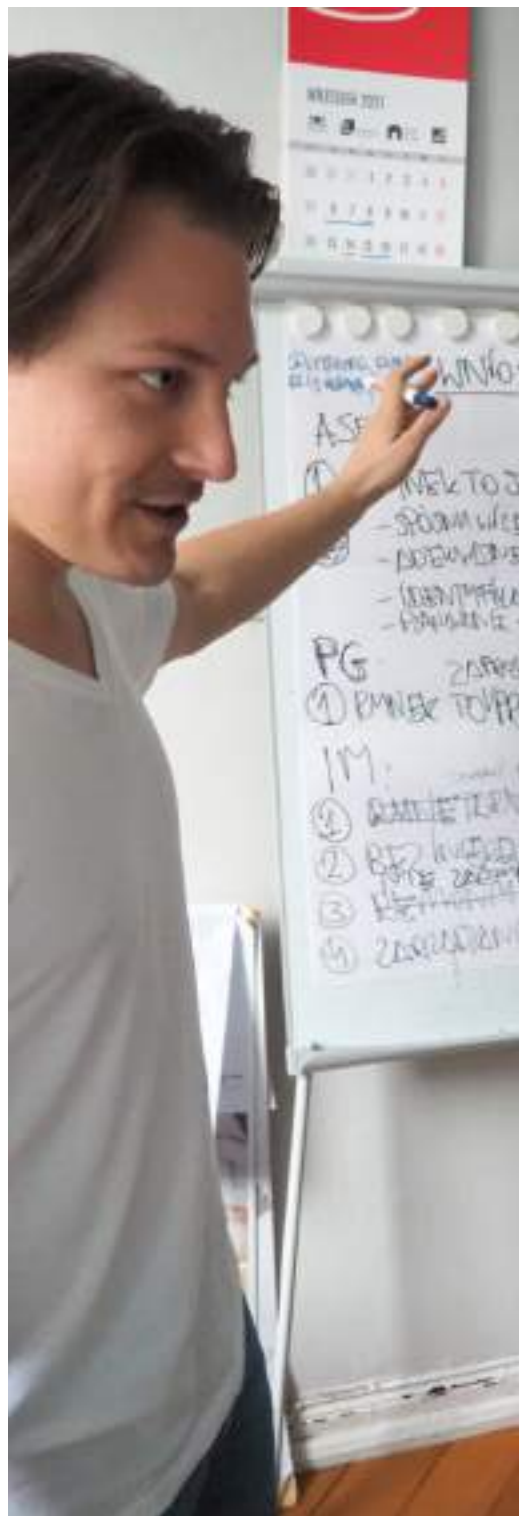
film promujący zmiany
na Rynku w Oliwie



Strategia regeneracji targowisk



borykają się z problemem degradacji tradycyjnych przestrzeni handlowych. W ramach projektu zorganizowaliśmy dwie międzynarodowe konferencje. Pierwsza z nich odbyła się na Politechnice Gdańskiej, a jej prelegentami byli między innymi Kurt Wheeler, project manager z Market Cities Program z prelekcją *Project for Public Spaces*, Anna Sokołowska z tematem *Zielony Rynek jako część programu Zielone Polesie – kompleksowego przekształcenia dzielnicy Stare Polesie w Łodzi* oraz Bogna Świątkowska z Fundacji Nowej Kultury Bęc Zmiana – *Przestrzenie interakcji społecznej. Targowiska i place w projektach architektoniczno-artystycznych*. Gospodarzem drugiej konferencji była Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku, gdzie odbyły się prelekcje oraz dyskusje panelowe prowadzone przez ekspertów z dziedziny projektowania z uwzględnieniem przestrzeni publicznych takich jak prof. Carlos Moreno (Uniwersytet w Sorbonie), dr Agata Szydłowska (ASP w Warszawie), Iga Kalbarczyk (socjolożka, koordynatorka i realizatorka konsultacji i badań społecznych mających na celu wspieranie procesów projektowania), prof. Monika Zawadzka (ASP w Gdańsku) oraz Adam Świerżewski i Mateusz Żywicki, organizatorzy konferencji (ASP w Gdańsku). Panelom dyskusyjnym przewodniczyli profesorowie Piotr Lorens (PG) i Jacek Dominiczak (ASP w Gdańsku), dr Bartłomiej Brach (SGH w Warszawie), Krzysztof Cybruch (pomysłodawca targów śniadaniowych) oraz Michał Pawlik (dyrektor kreatywny, założyciel i partner w Mamastudio), którzy przedstawili swoje doświadczenia związane z projektowaniem w kontekście kreowania przestrzeni publicznych.



spotkanie grupy projektowej
konsorcjum GOSPOSTRATEG



↓
warianty znaków graficznych
wykonane w ramach pro-
jektu GOSPOSTRATEG

na rynek!

na rynek!

strategia
regeneracji
targowisk

strategia
regeneracji
targowisk

na rynek!



Rynek
w Oliwie

←
elementy składowe
identyfikacji
wizualnej
Rynku w Oliwie

↓
okładka strategii
regeneracji
targowisk





szkice koncepcyjne zmiany organizacji przestrzeni Rynku w Oliwie



Rynek w Oliwie, hala targowa z nowym oznaczeniem graficznym



projekty szyldów wykonane dla Rynku w Oliwie

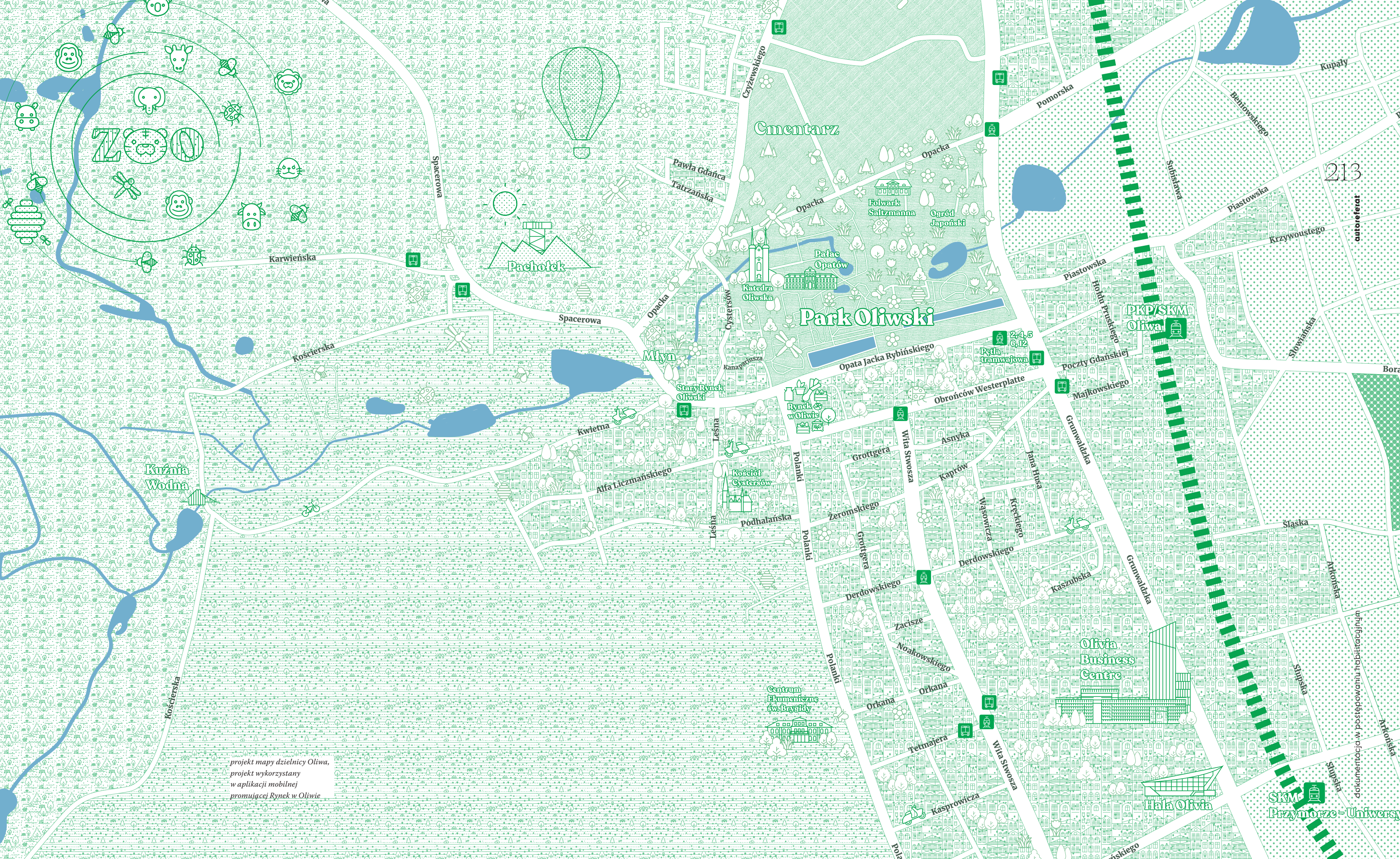
Spizarnia Oliwska

PRODUKTY NATURALNE



←
przykłady
implementacji
identyfikacji
wizualnej Rynku
w Oliwie: szyldy,
oznaczenia sklepów,
leżaki





projekt mapy dzielnicy Oliwa,
projekt wykorzystany
w aplikacji mobilnej
promującej Rynek w Oliwie

dokumentacja w postępowaniu habilitacyjnym

SKM Przymorze-University

213

ZOO

Park Oliwski

Oliwia Business Centre

Hala Oliwia

Cmentarz

Pacholek

Kuźnia Wodna

Pawła Gdańca

Pałac Opatów

Katedra Oliwska

Młyn

Kwietna

Kościół Cystersów

Centrum Ekumeniczne św. Brigidy

PKP/SKM Oliwa

Pocztę Gdańską

Majkowskiego

Grunwaldzka

Kaszubiska

Derdowskiego

Kaszubskiego

Willa Swosza

Orkana

Zacisze

Noakowskiego

Orkana

Tetmajera

Kasprowcza

Willa Swosza

Orkana

Orkana

Obrońców Westerplatte

Asnyka

Kaprow

Mosoniz

Derdowskiego

Willa Swosza

Grottegera

Zeromskiego

Orkana

Orkana

Tetmajera

Kasprowcza

Willa Swosza

Orkana

Orkana

Opata Jacka Rybińskiego

Rynek w Oliwie

Willa Swosza

Grottegera

Zeromskiego

Orkana

Orkana

Tetmajera

Kasprowcza

Willa Swosza

Orkana

Orkana

Tetmajera

Kasprowcza

Orkana

Alfa Liczmańskiego

Podhalaska

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Lesna

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Spacerowa

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Karwińska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Kościarska

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Czyżewskiego

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Tatrzaska

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Opacka

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Pomorska

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Substawa

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Piastowska

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly

Kupaly



zestawienie: przed i po zmianach



implementacja identyfikacji wizualnej: trejarsz





Konferencja: Na rynek! Na ratunek!
prezentacja zmian związanych z redefinicją marki Rynku w Oliwie. Od lewej Adam Świerzewski, Mateusz Żywicki



←

*Konferencja: Na rynek! Na ratunek!
Prelegentki, od lewej Agata Szydłowska,
Bogna Świątkowska, Iga Kalbarczyk*



*Konferencja Na rynek!
Na ratunek! – panele eksperckie*

←
Krzysztof Cybruch, Michał Pawlik, Jacek Dominiczak

→
Piotr Lorens

↓
*Bartek Brach, Monika Domańska,
Mateusz Żywicki, Iga Kalbarczyk, Adam Świerżewski*





Identyfikacja wizualna dla Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

2020-teraz

indywidualny wkład w realizację:

- koncepcja strategii marki
- ramowa koncepcja systemu identyfikacji wizualnej
- projekty graficzne znaków podstawowych, uzupełniających, skrótowców
- projekty graficzne elementów uzupełniających
- projekty graficzne murali
- projekty graficzne ubrań
- projekty graficzne plakatów
- projekty graficzne banerów internetowych



Poczucie odpowiedzialności w pracy praktykującego projektanta oraz wykładowcy akademickiego skłania mnie do nieustannych poszukiwań, których celem jest poszerzenie moich kompetencji z zakresu teorii procesów projektowych. Jako praktyk staram się je rewidować przy każdej sposobności w relacji z klientami. Poszukuję metodologii pracy, która będzie adekwatna do założonych celów, ale również na tyle uniwersalna, aby umożliwiała podejmowanie właściwych decyzji dotyczących kształtowania komunikacji wizualnej w różnorodnych projektach. Ponieważ podobnie jak ludzkie DNA tożsamość marki zawiera wszystkie najważniejsze informacje, kluczowa dla mnie jest właściwie zdefiniowana marka jako naczelną, determinującą klarowną komunikację parametr procesu projektowego. Temu tematowi poświęciłem moją pracę doktorską. Tworzenie charakterystycznej marki, a w szczególności tożsamości wizualnej, stanowi wyzwanie w kontekście wielopłaszczyznowej, nielinearnej narracji XXI wieku. Nadmiar informacji, a w tym dodatkowo generująca treści sztuczna inteligencja, stwarza potencjał dla zagrożeń (opisuję je wcześniej jako szum wokół procesu komunikacji), takich jak trudność w weryfikacji wartościowego komunikatu oraz odróżnieniu prawdziwych informacji od tzw. fake newsów. W sytuacji, gdy ilość generowanych treści przekracza możliwości przyswojenia ich przez odbiorców, kluczową umiejętnością staje się porządkowanie treści zgodnie z metodami, które zdają egzamin w praktyce. Pozwala to na kreowanie klarownego komunikatu, który charakteryzuje się jakością, celowością i komunikatywnością i co do którego strony komunikacji nie mają żadnych wątpliwości.

W 2022 roku miałem sposobność rozpocząć pracę nad zmianą identyfikacji wizualnej Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku. Współpraca była i jest (projekt jest w trakcie implementacji) empirycznym polem do wdrożenia znanych mi metodologii, dzięki którym można pozyskać informacje pozwalające zbudować adekwatną tożsamość marki. W literaturze fachowej znalazłem kilka interesujących dla mnie sposobów na jej budowanie. Najbardziej wartościowe okazały się metody Amerykanina Davida Aakera i Francuza Jean-Noëla Kapferera.

Według Davida Aakera, nazywanego ojcem nowoczesnego branding, „tożsamość marki stanowi zestaw unikalnych skojarzeń związanych z marką, które zgodnie z zamierzeniami przedsiębiorstwa nadającego markę produktowi, mają być wykreowane i/lub podtrzymywane w świadomości nabywców. Tożsamość marki ma pomagać w tworzeniu wzajemnych stosunków między marką, a klientem przez generowanie propozycji wartości: funkcjonalnej, emocjonalnej i/lub korzyści w postaci wyrażenia samego siebie. Dla zobrazowania swojej teorii, autor stworzył model tożsamości marki, w którym wyróżnia cztery jego główne obszary: markę jako produkt, markę jako organizację, markę jako symbol oraz markę jako osobę” (cyt. za: M. Łukaszewicz, *Tożsamość marki jako odzwierciedlenie tożsamości jej kreatora/dyrektora kreatywnego*). Jednak Aaker skupił się tylko na nadawcy, nie uwzględniając wpływu odbiorców (konsumentów) na tożsamość marki. Relacja między marką a konsumentami jest więc w jego modelu jednostronna.

Twórcą drugiego według mnie przydatnego i uzupełniającego koncepcję Aakera modelu jest Jean-Noël Kapferer, który w swoim heksagonalnym modelu „wyróżnia sześć głównych determinantów tożsamości i pozycjonuje je w czterech płaszczyznach: odbiorcy, nadawcy oraz wewnętrznej i zewnętrznej. Kapferer uznał, że kluczowymi elementami tożsamości są elementy tworzące wizualny kod marki, które odróżniają ją od innych podmiotów na rynku, a pozostałymi elementami są relacje/związki budowane przez markę z odbiorcami, osobowość marki, kultura organizacyjna, wpływająca na sposób organizacji marki i jej wartości, a także wizerunek własny, który ma swoje odbicie w oczach odbiorców” (cyt. za: M. Łukaszewicz, *Tożsamość marki jako odzwierciedlenie tożsamości jej kreatora/dyrektora kreatywnego*). W proponowanym przez niego modelu bardzo istotnym elementem jest odbicie, które pokazuje, na ile wizerunek własny pokrywa się z odbiciem w oczach odbiorcy komunikacji.

Obok modeli Aakera i Kapferera w nauce funkcjonują także inne modele tożsamości marki, które wprowadzają nieznaczące



znak graficzny AWFIS przed proponowaną zmianą



modyfikacje w rozumieniu tożsamości, dodając takie pojęcia jak wizja (Leslie de Chernatony), dziedzictwo (Christoph Burmann, Heribert Meffert) czy pole marki (Marie-Claude Sicard). Dla mnie różnice między modelami pozwalają na uzupełnianie koncepcji w zależności od konkretnych projektów. W przypadku AWFIS oparłem się w dużej mierze na heksagonalnym modelu tożsamości marki Kapferera, adaptując go do potrzeb klienta.

Materiał badawczy uzyskany przy pomocy opisanych wyżej modeli, wzbogacony o analizę aktualnego stanu tożsamości marki, pozwolił mi wyciągnąć pierwsze wnioski. Najważniejszym była decyzja o charakterze zmiany. Stwierdziłem, że najbardziej adekwatnym rozwiązaniem będzie rebranding marki, a nie całkowite odejście od dotychczasowej identyfikacji. Decyzja ta była strategiczna i wynikała z wielu obszarów odbioru marki. AWFIS ma już ugruntowaną wieloletnią i mocną pozycję wśród innych polskich uczelni sportowych, przez co nadawcy i odbiorcy komunikacji nie przyjęliby dobrze diametralnej zmiany kodu wizualnego. W dalszej części procesu mogłoby to prowadzić do problemów z asymilacją nowej koncepcji. Konieczne było wyraźne zaakcentowanie formalnej zależności między poprzednim i nowym znakiem, co pozwala na zbudowanie pomostu między tym, co było ważne dla marki wcześniej, a możliwościami, jakie daje zdefiniowanie marki na nowo. Ważne było również znalezienie powiązań z lokalizacją uczelni. Gdańsk, podobnie jak w przypadku innych zlokalizowanych tu ośrodków akademickich, jest ważnym czynnikiem budującym tożsamość. Inne uczelnie, takie jak Politechnika Gdańska, Uniwersytet Gdański czy Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku, wykorzystują symbolikę łączącą je z lokalizacją. Dlatego też ważne było zakodowanie tej informacji w zestawie symboliki podstawowej. Ikonografia identyfikacji wizualnej wywodząca się z nowej formy znaku podstawowego została rozbudowana o wariant anglojęzyczny, skrótowiec oraz opracowany graficznie akronim. Dodatkowo zestaw został wzbogacony o sygnet graficzny, formę flagi, proporce oraz graficzny zapis haseł uzupełniających przekaz. Hasła – siedem wariantów – są parafrazą cytatów z przemówień motywacyjnych pozyskanych

z filmów o najwyższej oglądalności w mediach społecznościowych: „Wierz w siebie!”, „Pracuj ciężko!”, „Podejmij wyzwanie!”, „Zacznij dziś!”, „Wybierz cel!”, „Tak, potrafisz!”, „Mierz wysoko!”. Mają być holistycznym dopełnieniem narracji marki. Formalnie zapis haseł, z wykrzyknikiem i krojem pisma przypominającym analogowy napis wykonany farbą na ścianie, ma być ikonograficzną deklaracją współdzielenia wartości marki przez odbiorców. Znak podstawowy dał też możliwość formowania znaków zależnych, których celem było wizualne uporządkowanie informacji w strukturze organizacyjnej uczelni, umożliwiając systemowe zarządzanie aktualnymi i powstającymi bytami. Po uzyskaniu szeregu danych dotyczących aktualnej strategii rozwoju marki i planowanych zmian, po zdefiniowaniu najważniejszych składowych, w porozumieniu z klientem uznałem, że kluczowymi figurami dla zbudowania odpowiedzialnego storytellingu będą sportowiec, naukowiec i profesjonalista. Istotne było zaakcentowanie sportowego rodowodu uczelni, ale też zwrócenie uwagi na dynamicznie rozwijany profil naukowy – uczelnia jest jednym z najważniejszych ośrodków naukowo-badawczych – i zawodo- wy, związany z nowo powstającymi kierunkami kształcącymi profesjonalistów z branży prozdrowotnej.

Działaniem uzupełniającym budowanie tożsamości marki było określenie jej najważniejszych wartości. Wartości te miały moc działania na wyobraźnię nadawcy komunikatu, były modyfikowane i dostosowywane do potrzeb długofalowej komunikacji, nie traciły znaczenia z biegiem czasu i były łatwo odkodowywane przez odbiorcę komunikacji, co umożliwiało w procesie sprzężenia zwrotnego multiplikowanie przekazu. Wybrane wartości marki wynikające z danych to ambicja i determinacja. Obie wartości w syntetyczny i klarowny sposób definiowały szeroki zakres potrzeb komunikacji marki.

Następnym elementem było wzbogacenie narracji o postać bohatera marki. Decyzja w tej kwestii nie była łatwa ze względu na to, że w gronie wybitnych absolwentów Akademii znajdują się liczni olimpijczycy, trenerzy oraz naukowcy. Można tu przytoczyć



jako przykład złotego medalistę Igrzysk Olimpijskich, mistrza świata i mistrza Europy Leszka Blanika (aktualnie zatrudnionego w AWFIS, gdzie jedna z hal kampusu akademickiego nosi jego imię). Ostatecznie zdecydowałem się na rekomendację tenisistki stołowej Natalii Partyki, absolwentki AWFIS i mieszkanki Gdańska, która pomimo swojej niepełnosprawności rywalizuje z sukcesami z zawodniczkami pełno- i niepełnosprawnymi na zawodach rangi olimpijskiej. Natalia Partyka jest idealnym uosobieniem zdefiniowanych na nowo wartości uczelni: ambicji i determinacji.

Ostatecznie w 2022 roku Senat AWFIS zatwierdził nową koncepcję identyfikacji wizualnej, planując jednocześnie implementację systemu w latach 2023–2024. Dla mnie osobiście dużą wartością było przetestowanie teoretycznych założeń, które wykorzystuję w mojej profesjonalnej praktyce jako skutecznej metody, a także integracja elementów tych metod w programie edukacyjnym, który prowadzę w mojej pracowni zajmującej się identyfikacją wizualną i projektowaniem systemowym.

Co widzisz, kiedy myślisz o AWFIS?

fizyczne, rozpoznawalne
zmysłami atrybuty

sportowiec, atleta, naukowiec

wygląd

kim jest **NADAWCA**

osobowość

Jaki jest zestaw ludzkich cech
definiujący AWFIS?

duch sportowy, zespołowość,
indywidualizm

Jaka relacja między osobami
(nadawcą i odbiorcą) symbolizuje
AWFiS?

relacje

ambicja, determinacja

AWFiS

kultura

Jakie są wartości, zasady, rytuały,
symbole, z których czerpie AWFIS?

sport, sportowy tryb życia, nauka,
rywalizacja, determinacja, satysfakcja

Odbiciem jakiego klienta, użytkownika jest AWFIS?

odbicie

Kto jest typowym użytkownikiem AWFIS?
Jak AWFIS widzi swojego klienta?

energetyczny, śmiały,
ukierunkowany na rywalizację,
wytrwały

kim jest **ODBIORCA**

wizerunek własny

Jak lubią o sobie myśleć użytkownicy
AWFiS, jak się postrzegają?

jestem sportowcem,
jestem profesjonalistą,
jestem naukowcem, rozwijam się,
podejmuję wyzwania,
jestem świadomy,
mam cel

AWFiS

**ambicja
determinacja**

sportowiec, naukowiec, profesjonalista

GDAŃSK



LOKALIZACJA UCZELNI

SPORT



PROFIL UCZELNI

DETERMINACJA



CHARAKTER UCZELNI



**Akademia Wychowania
Fizycznego i Sportu
im. Jędrzeja Śniadeckiego
w Gdańsku**



AWFiS



**AWFiS
w Gdańsku**



**Gdansk University
of Physical Education
and Sport**

TAK,
POTRAFISZ!
ZACZNIJ
DZIŚ!
MIERZ
WYSOKO!
PRACUJ
CIEŻKO!
WYBIERZ
CEL!
WIERZ
W SIEBIE!
PODEJMIJ
WYZWANIE!





**Akademia Wychowania
Fizycznego i Sportu
im. Jędrzeja Śniadeckiego
w Gdańsku**



Fizjoterapia
AWFiS
w Gdańsku



**Wychowanie
fizyczne**
AWFiS w Gdańsku



**Turystyka
i rekreacja**
AWFiS w Gdańsku



Kosmetologia
AWFiS
w Gdańsku



**Terapia
zajęciowa**
AWFiS w Gdańsku



Sport
AWFiS
w Gdańsku



**Diagnostyka
sportowa**
AWFiS w Gdańsku



Judo
AZS AWFIS
w Gdańsku



Lekkoatletyka
AZS AWFIS
w Gdańsku



Szermierka
AZS AWFIS
w Gdańsku



Tenis stołowy
AZS AWFIS
w Gdańsku



Wioślarstwo
AZS AWFIS
w Gdańsku



Żeglarstwo
AZS AWFIS
w Gdańsku

**pomarańczowo
złoty**

energia, aktywność, otwartość

głęboki fiolet

uduchowienie i szlachetność

w latach 60. fiolet stał się kolorem
buntu i przemian







MIERZ WYSOKO!



AWFIS



**Rejestr dorobku
artystycznego.**

Inne realizacje
artystyczno-projektowe
(selekcja)

2016-2022



Gdański Tydzień Demokracji 2017-2021

Opracowanie identyfikacji wizualnej corocznego wydarzenia organizowanego przez Miasto Gdańsk i Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku. W skład opracowania weszły: znak graficzny, standaryzacja znaku (manual), klucz wizualny wydarzenia, nośniki: citylighty, billboardy, reklamy prasowe, banery, oznaczenia przestrzeni, scenografia, prezentacje multimedialne



GDAŃSKI
TYDZIEŃ
DEMOKRACJI

2.
GDAŃSKI
TYDZIEŃ
DEMOKRACJI

V_ 2018

3.
GDAŃSKI
TYDZIEŃ
DEMOKRACJI

V_ 2019

4.
GDAŃSKI
TYDZIEŃ
DEMOKRACJI

V_ 2020

5.
GDAŃSKI
TYDZIEŃ
DEMOKRACJI

V_ 2021

Gdański Tydzień Demokracji

2017-2021



↓
pełna prezentacja projektu



European Cycling Challenge

2016-2020

Kompleksowe opracowanie wizualne wydarzenia organizowanego przez Miasto Gdańsk. W skład opracowania weszły projekty m.in. ulotek, citylightów, reklam prasowych, plakatów, flag, bonów podarunkowych, koszulek, dyplomów, opakowań na batony i czekolady



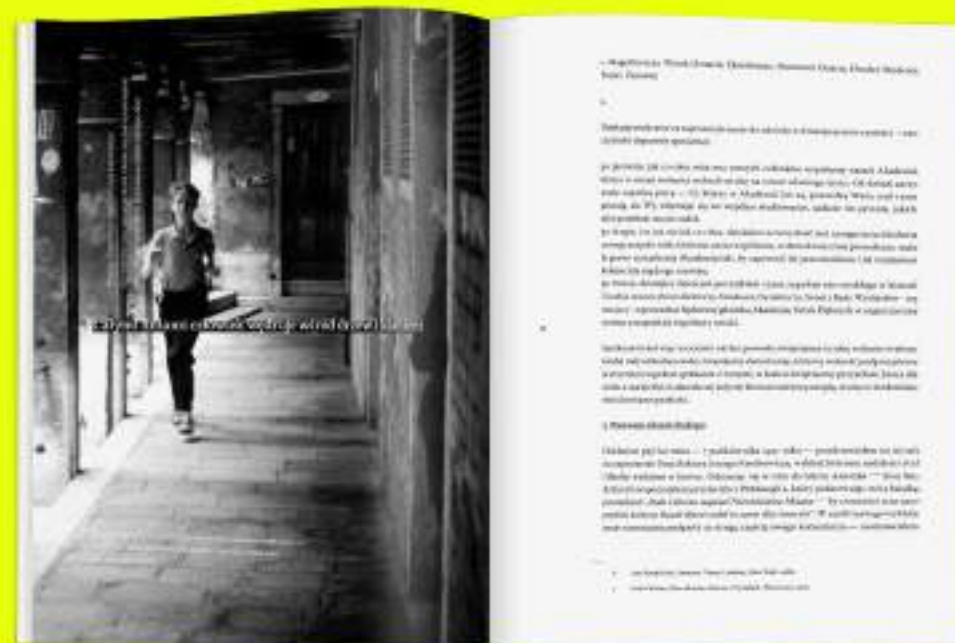
pełna prezentacja projektu





**Miasto dialogiczne
i inne teksty rozproszone**
Jacka Dominiczaka
2017

Projekt graficzny i skład publikacji wydanej przez
Wydział Architektury i Wzornictwa ASP w Gdań-
sku, 164 strony + okładka, ISBN 978-83-65366-31-3



Starsi Panowie Dwaj

2018



Opracowanie oprawy graficznej koncertu organizowanego przez Urząd Miasta w Sopocie. Opracowanie objęło: plakaty, zaproszenia, banery internetowe

Jan Garbarek Group

2019



Opracowanie oprawy graficznej koncertu organizowanego przez Bałtycką Agencję Artystyczną BART w Sopocie. Opracowanie objęło plakaty, zaproszenia, banery internetowe, reklamy prasowe

110 lat Opery Leśnej w Sopocie

2019



Opracowanie oprawy graficznej koncertu organizowanego przez Urząd Miasta w Sopocie. Opracowanie objęło plakaty, zaproszenia, banery internetowe

Pamiętajmy o Osieckiej, koncert

2020



Opracowanie oprawy graficznej koncertu organizowanego przez Urząd Miasta w Sopocie. Opracowanie objęło plakaty, zaproszenia, banery internetowe

Sopot Jazz Festival 2019

Kompleksowa realizacja oprawy graficznej międzynarodowego festiwalu muzyki jazzowej. Projekty: plakaty, reklamy prasowe do prasy ogólnopolskiej (m.in. „Jazz Forum”), banery internetowe, zewnętrzne nośniki komunikacji wizualnej miasta Sopot, zaproszenia, katalog wydarzenia (17 x 17 cm, 12 stron)

SOP JAZZ FESTIVAL

10 — 13 PAŹDZIERNIKA 2019

www.sopotjazz.pl

Zrealizowano ze środków finansowych Miasta Sopot.

Kurator artystyczny – Rainer Kern

10 października (czwartek)
Hotel Sofitel Grand Sopot, godz. 20.00
Marcin Wasilewski Trio feat. Adam Pierończyk

Sfinks 700, godz. 22.00
Mołr Drammaz

11 października (piątek)
Hotel Sofitel Grand Sopot, godz. 20.00
Bibi Tanga & The Selenites

12 października (sobota)
Hotel Sofitel Grand Sopot, godz. 20.00
Angelika Niescier Trio NES

13 października (niedziela)
Hotel Sofitel Grand Sopot, godz. 20.00
Archie Shepp – Joachim Kühn Duo

13 PAŹDZIERNIKA ...

OCTOBER 13TH ...

KIDS IN SOPOT
warsztaty muzyczne dla rodzin z dziećmi

Z okładki
warsztaty tworzenia okładek do płyt

Zostań molirzańskim VJ'em
warsztaty tworzenia wideo dla muzyki

Stuchowisko Grająca książka
Final programu edukacyjnego

www.sopotjazz.pl

... The jury will be ...

... The jury will be ...

10 — 13 OCTOBER 2019

SOP JAZZ FESTIVAL

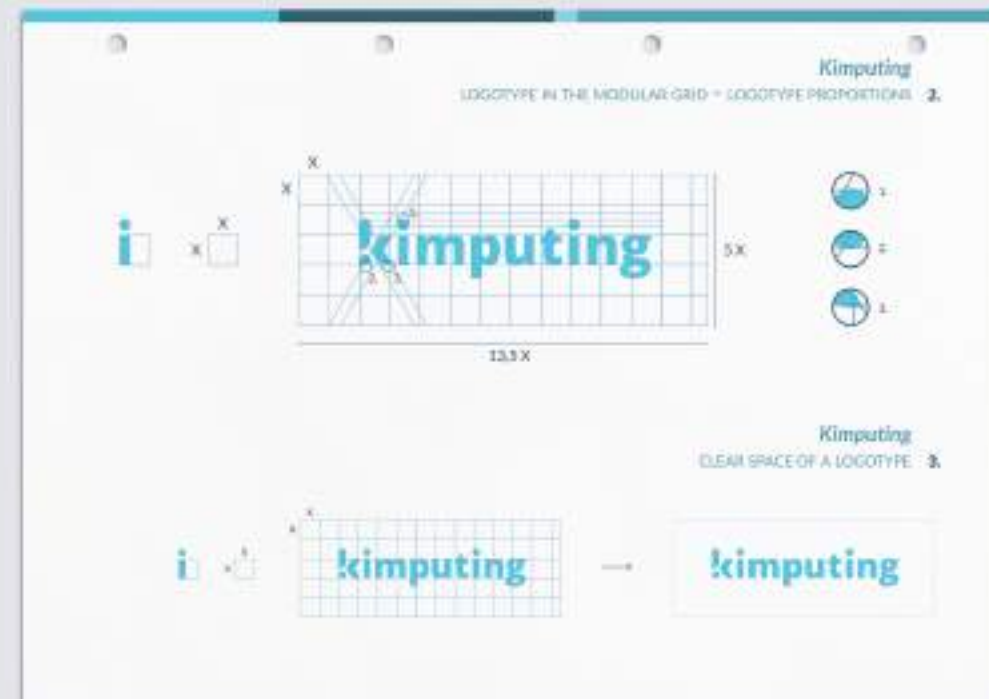
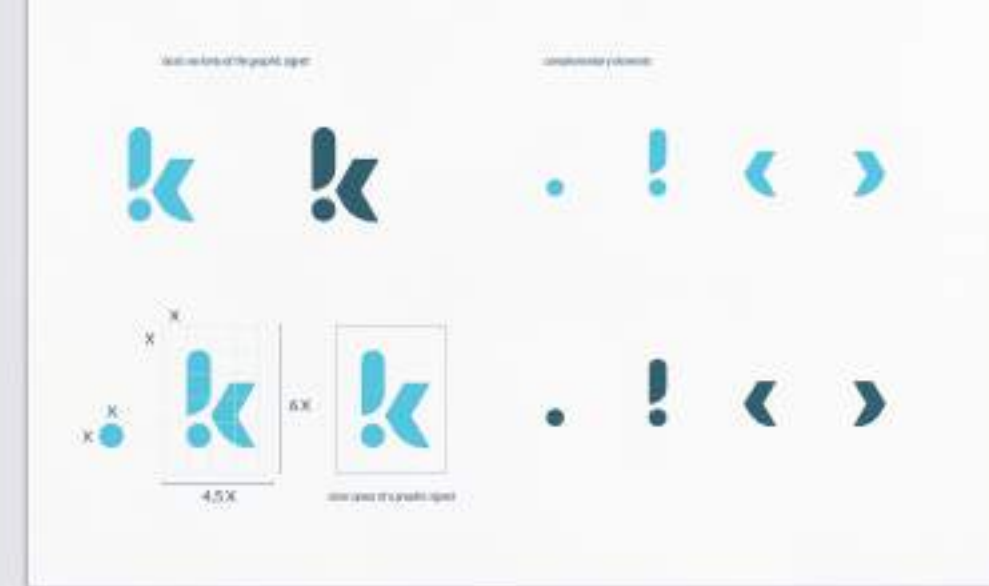
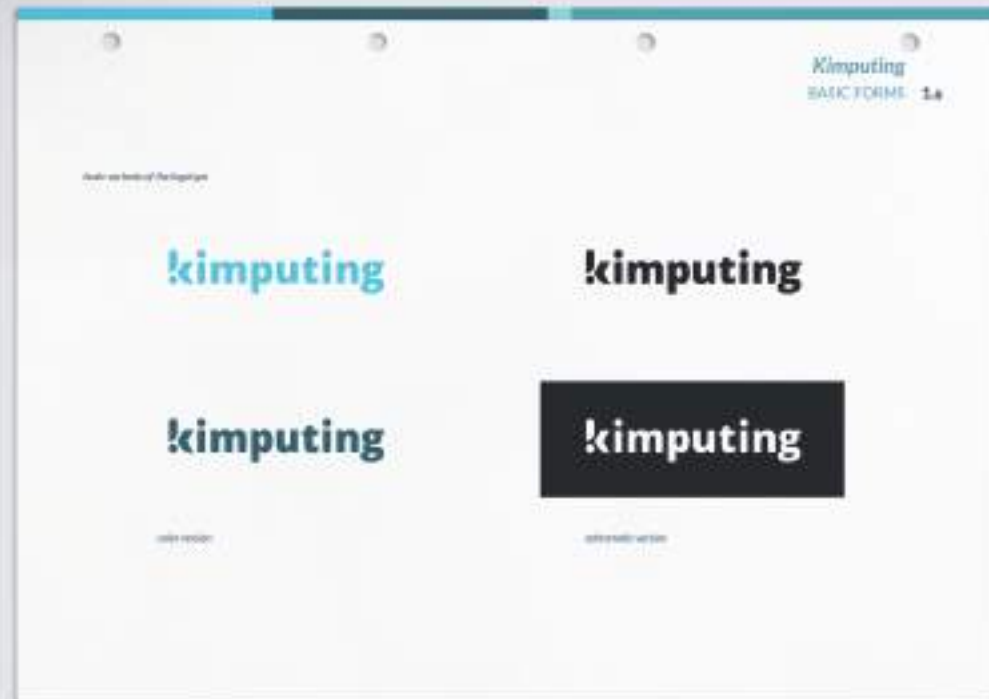
www.sopotjazz.pl

10 — 13 PAŹDZIERNIKA 2019

Kimputing

2019

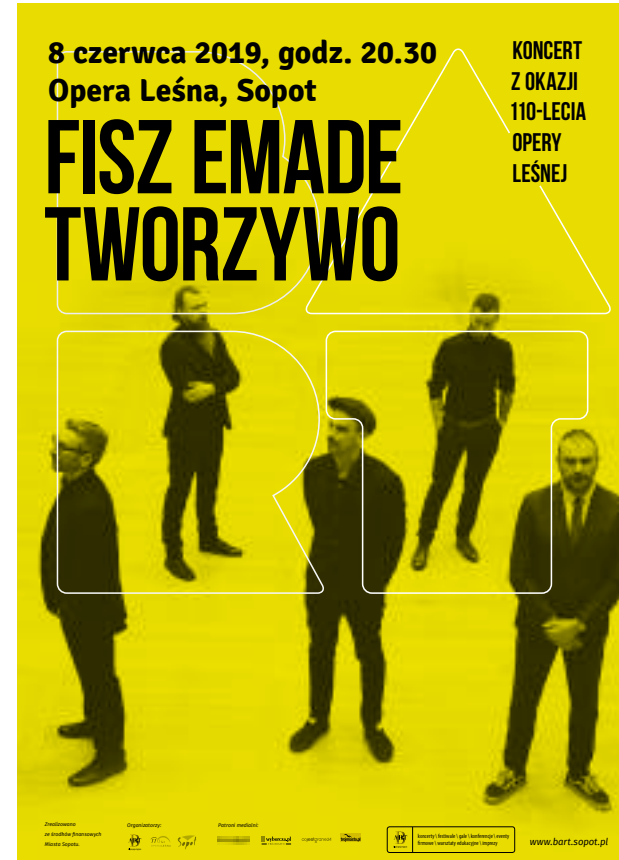
Kompleksowe opracowanie standardów identyfikacji wizualnej amerykańskiej firmy informatycznej Kimputing. Opracowanie objęło znak graficzny, standaryzację znaku graficznego, podstawowy klucz wizualny, opracowanie w języku angielskim



Bałtycka Agencja Artystyczna BART w Sopocie

2019

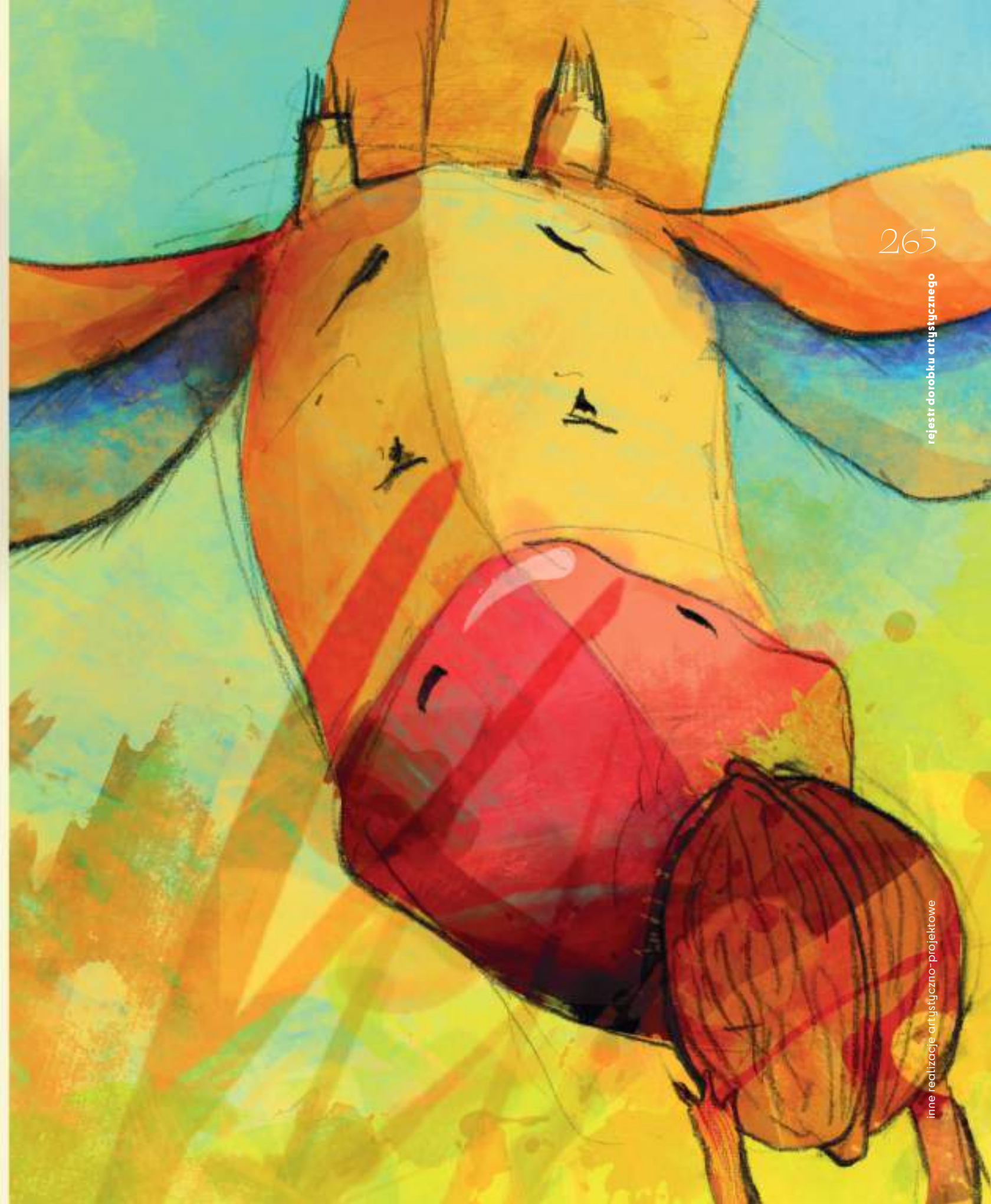
Kompleksowe opracowanie graficzne nowego klucza wizualnego dla Bałtyckiej Agencji Artystycznej BART w Sopocie. Opracowanie objęło projekt plakatów, ulotek, reklam prasowych, banerów internetowych

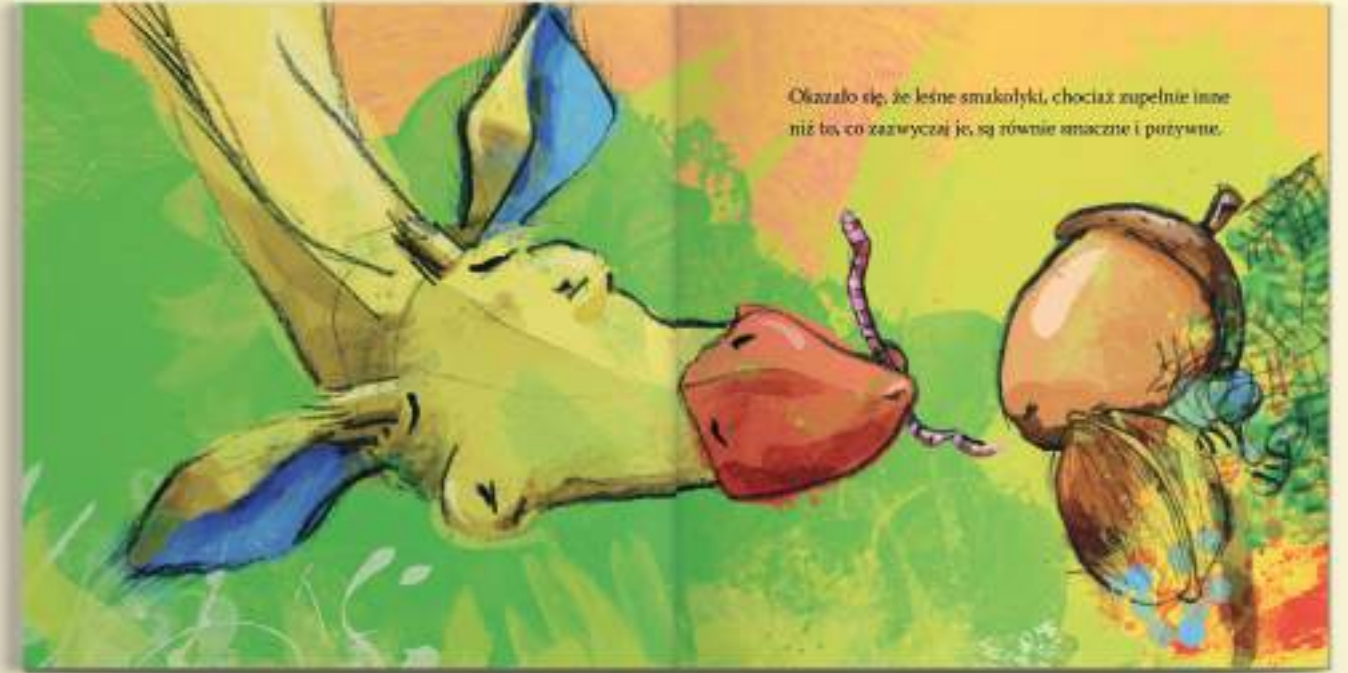


Przy wspólnym stole

2019

Projekt graficzny i projekt ilustracji do książki dla dzieci wspomagającej terapię karmienia dzieci wykonany dla wydawnictwa Pestka i Ogryzek. Format 21 x 21 cm, 36 stron, ilustracje wykonane wspólnie z Moniką Świerżewską, ISBN 978-83-953730-0-8





Odkazało się, że leśne smakołyki, chociaż zupełnie inne niż te, co zazwyczaj je, są równie smacznie i pożywnie.



Zwołała leśne zwierzęta i poprosiła, by przyniosły swoje ulubione przysmaki. Elegancko nakryła stół i zaprosiła wszystkich, by usiedli i spędzili trochę czasu razem. Żyrafa Uczciwska była honorowym gościem przyjęcia.

Kiedy Żyrafa zobaczyła jak wszyscy czują się przygotowanymi przez siebie potrawami i sąjadają się przy tym ze smakiem, z pewną dozą nieśmiałości, postanowiła spróbować. Powoli, delikatnie, spójrzała, powąchała, dotknęła i wreszcie łęś po kęsie zaczęła próbować.

Kompleksowa identyfikacja wizualna Dni Mniejszości Narodowych w Gdańsku – wydarzenia organizowanego przez Miejski Teatr Miniatura. Projekty: opracowanie klucza wizualnego, plakaty, citylighty, reklamy prasowe, zaproszenia, folder informacyjny, banery internetowe, materiały graficzne niezbędne do przeprowadzenia relacji streamingowej. Wydarzenie jest cykliczne, opracowanie dotyczy lat 2020–2022

Biografie Gdańskie

2020-2022



pełna prezentacja projektu



Sopockie Spotkania Kobiet

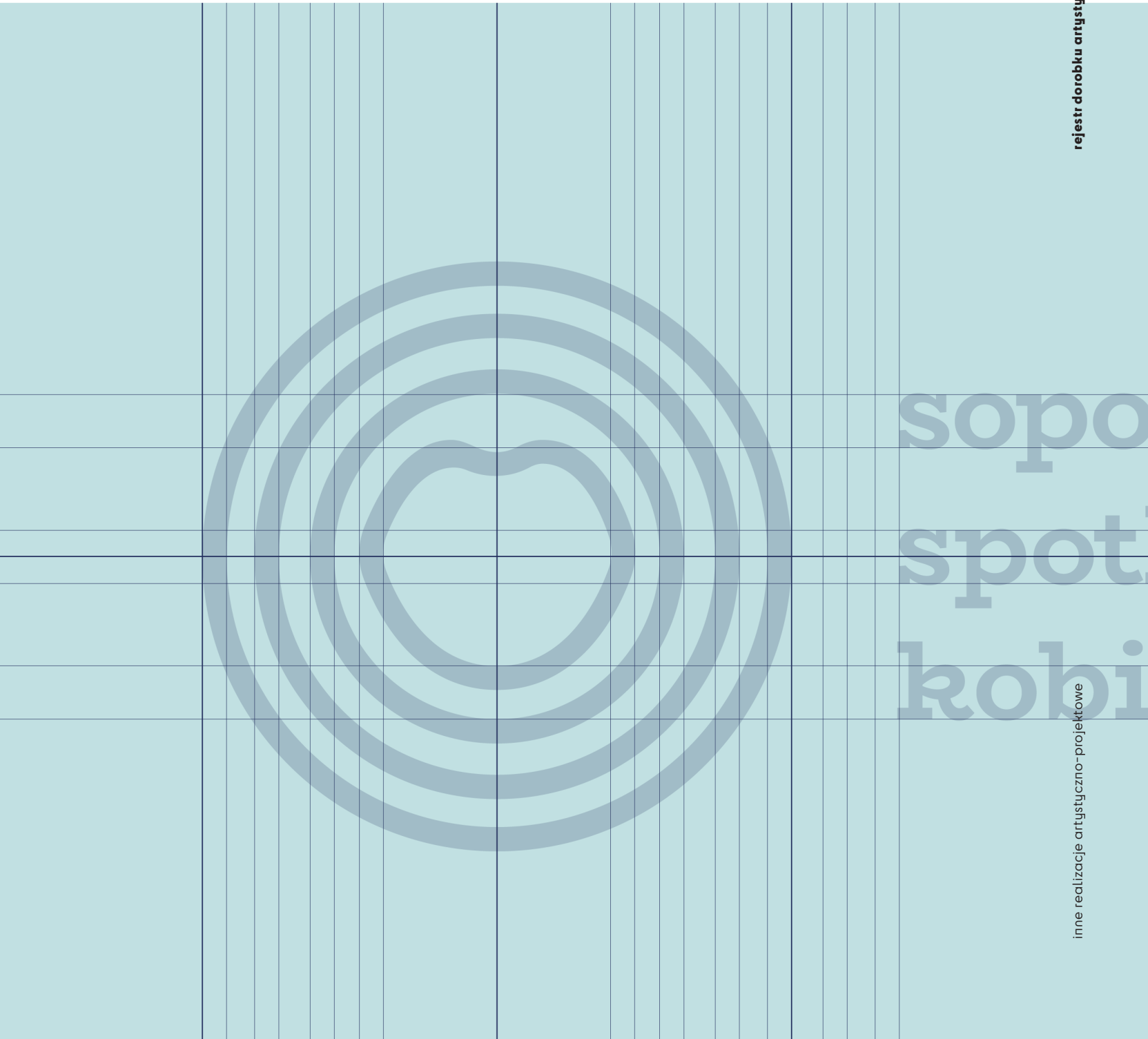
2020

Kompleksowa identyfikacja cyklicznego wydarzenia o charakterze ogólnopolskim organizowanego przez Urząd Miasta Sopotu. W skład opracowania weszły znak graficzny, standaryzacja znaku, klucz wizualny: reklamy prasowe w prasie ogólnopolskiej, banery internetowe, nośniki identyfikujące wydarzenie do mediów społecznościowych (Facebook, Instagram), materiały graficzne niezbędne do przeprowadzenia relacji streamingowej



pełna prezentacja projektu

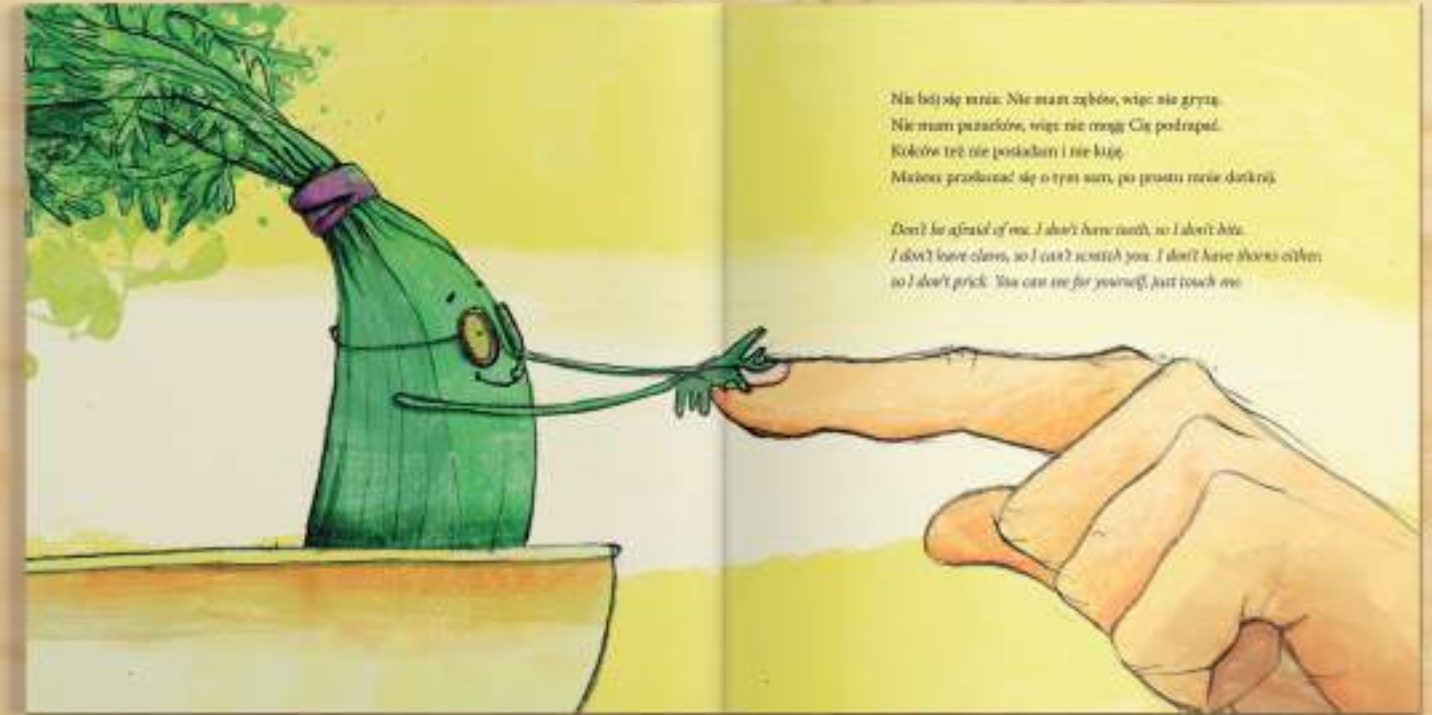




**Natka Pietruszka /
Nelly Parsley**

2020

Projekt graficzny dwujęzycznego wydawnictwa skierowanego do dzieci. Projekt okładki, layout, 17 ilustracji (ilustracje wykonane wspólnie z Moniką Świerżewską) oraz skład i przygotowanie do druku. Format 210 x 210 mm, 36 stron, ISBN 978-83-953730-2-2, Wydawnictwo Pestka i Ogryzek S.C.



Nie bój się mnie. Nie mam zębów, więc nie gryzę.
Nie mam paznokci, więc nie mogę Cię podrapać.
Kokosy też nie posiadam i nie kąję.
Możesz próbować się o tym sam, po prostu mnie dotknij.

*Don't be afraid of me. I don't have teeth, so I don't bite.
I don't have claws, so I can't scratch you. I don't have coconuts either,
so I don't prick. You can try for yourself, just touch me.*



Może mogłabym zamieszkać
w Twoim domu?
Potrzebuję świeżego słońca.

*Maybe I could stay at your house?
I don't read much more.*

120 lat Sopotu 2021

Projekt kompleksowej identyfikacji wizualnej obchodów 120-lecia miasta Sopotu. Projekt objął znak graficzny, standardy pracy ze znakiem rocznicowym, klucz wizualny: plakaty, ogłoszenia prasowe, flagi, teczki okazjonalne, dyplomy



pełna prezentacja projektu



Pomorska Rada Rektorów
2020

Opracowanie graficzne identyfikacji wizualnej Pomorskiej Rady Rektorów, opracowanie objęło znak graficzny, podstawowe akcydensy, projekt strony internetowej



pełna prezentacja projektu




beONE

2021


Kompleksowy projekt tożsamości wizualnej dla startupu beONE. Opracowanie objęło: nazwę podmiotu, znak graficzny, standaryzację znaku, standaryzację klucza wizualnego, projekt UI, UX aplikacji mobilnej




znak graficzny_ beone




wersja achromatyczna



znak w wersji podstawowej



wersja monochromatyczna



pole ochronne znaku



znak w wersji podstawowej



znak w wersji monochromatycznej



budowa znaku



wersja achromatyczna

typografią podstawową jest krój pisma o nazwie Mulish. Minimalistyczny krój bezszeryfowy jest czytelny na nośnikach ekranowych i drukowanych

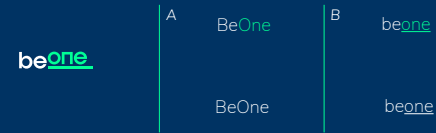
typografia_ beone

A, a, b, c, ć, D,
e, ę, f, g, h, i, J,
k, l, ł, M, n, ó,
O, ó, p, (q), r, s,
Ś, t, u, (v), W,
(x), y, Z, ź, ż

Mulish,
 autorzy: Vernon Adams, Cyreal,
 Jacques Le Bailly

<https://fonts.google.com/specimen/Mulish>

jak zapisywać beOne?



prawidłowe proporcje zestawów kolorystycznych

kolorystyka_ beone

proporcje stosowania zestawów kolorystycznych

c - kolor lokalny (zajmuje największą część kompozycji)

a - kolor dominanty pierwszego stopnia

b - kolor dominanty drugiego stopnia

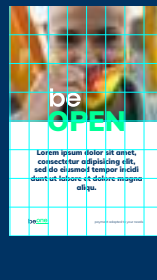
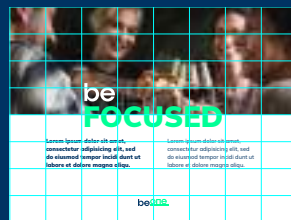
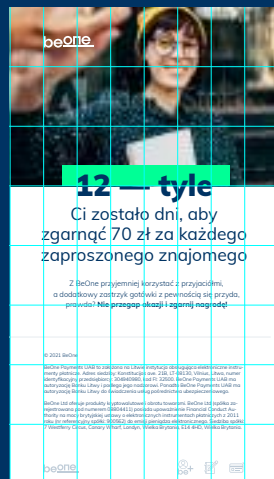
d - kolor akcentów, wyróżnień

należy pamiętać, że przedstawione przykłady relacji kolorów są jedynie schematem, należy je traktować umiarkowanie, dostosowując do charakteru przekazu



podstawowe wytyczne

typografia_ beone



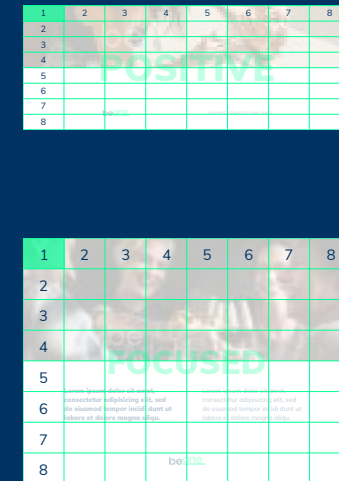
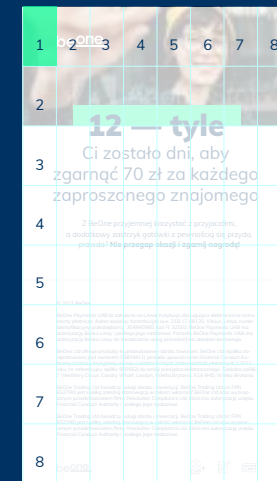
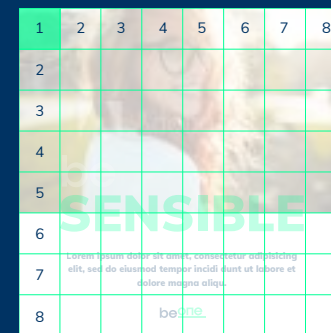
_ podstawowe wytyczne w pracy z typografią

1. stosuj różne odmiany kroju Mulish
2. hierarchizuj treści przy pomocy wielkości litery oraz odmiany kroju pisma
3. staraj się aby komunikat typograficzny miał odpowiednią ilość przestrzeni wokół siebie
4. stosuj wersalki, pogrubienia, podkreślenia tylko w niezbędnych komunikatach
5. główne hasła staraj się zapisuj tak aby były dzielone w połowie przez elementy składowe kompozycji
6. stosuj kompozycje centralne

prawidłowe proporcje, budowa kompozycji

layout_ beone

stosuj zasadę 8x8, 8 modułów szerokość, 8 modułów wysokość



dla zachowania spójności systemu zaprojektowany został uzupełniający system elementów graficznych

_ ikony

1. zakończenia lini
(kąt 45 oraz 90 stopni)
2. dwie grubości lini modułu
3. oparte na podstawowych kształtach
(koło, kwadrat, trójkąt)

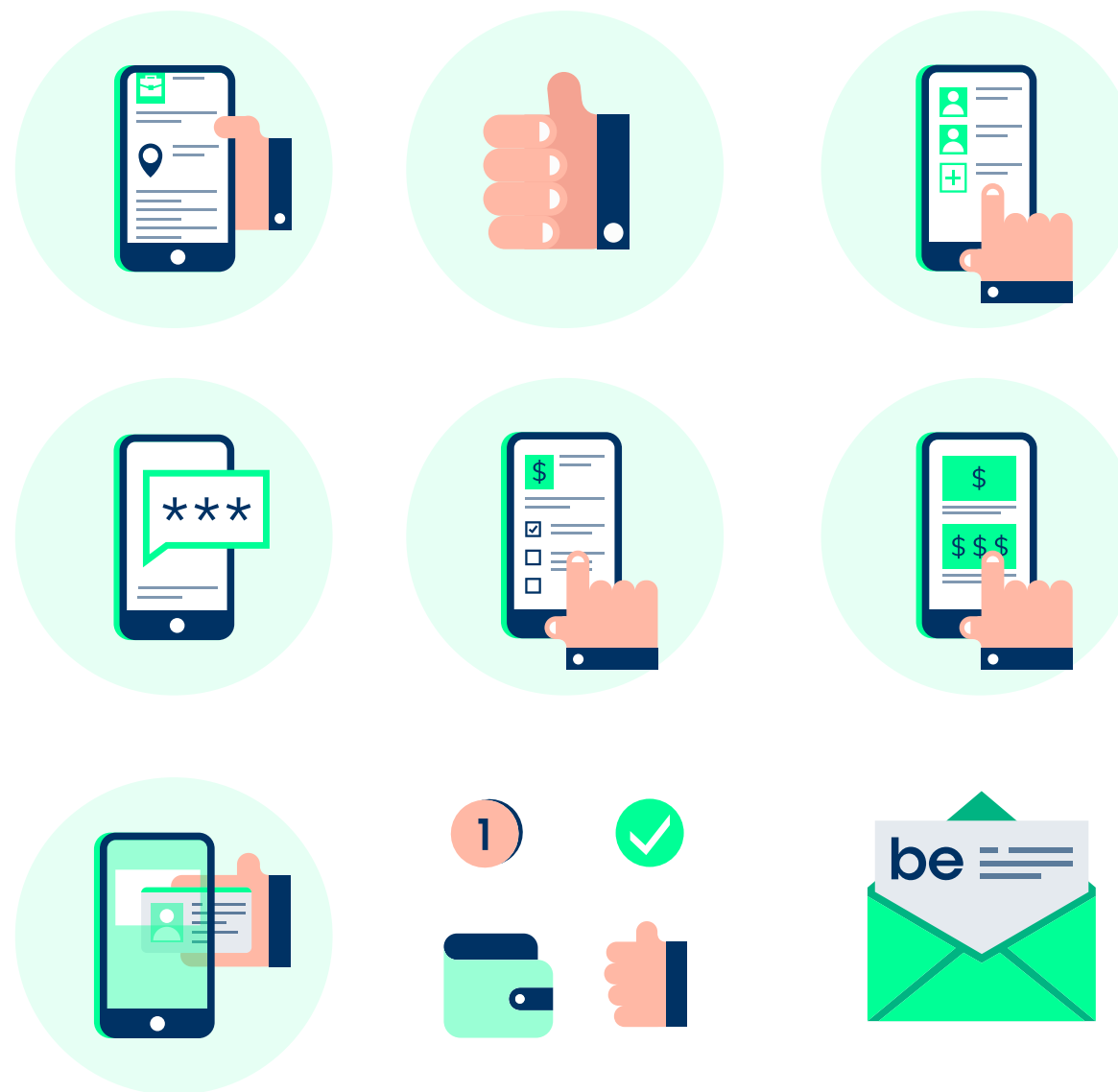


ikonografia_ [beone](#)

dla zachowania spójności systemu zaprojektowany został uzupełniający system elementów graficznych

_ ilustracje

- > oparte na podstawowych figurach geometrycznych (uproszczone kształty)
- > kolorystyka oparta na płaskich barwach (bez światłocienia)
- > kolorystyka wynikająca z kolorystyki beone



**Informacje
o osiągnięciach
dydaktycznych,
popularyzujących sztukę
projektowania
oraz organizacyjnych**

2016-2022



Kruszyńska	Agata	2016-06-18	I stopień
Rudak	Anna	2016-06-18	I stopień
Szadkowska	Ewelina	2016-06-18	I stopień
Szreder	Marta	2016-06-18	I stopień
Tabińska	Olga	2016-06-18	I stopień
Woss	Dagmara	2016-10-15	I stopień
Detlaf	Maja	2016-10-15	I stopień
Kruk	Karolina	2016-10-15	I stopień
Kruszewska-Dudek	Marta	2016-10-15	I stopień
Aziukiewicz	Katarzyna	2017-06-10	I stopień
Jabłońska-Wawrzyniuk	Małgorzata	2017-06-10	I stopień
Kwiatkowska	Tamara	2017-06-10	I stopień
Macioch	Małgorzata	2017-06-10	I stopień
Wąsowicz	Anna	2017-06-10	I stopień
Cedrzyńska	Marcelina	2018-06-23	I stopień
Czechowski	Karol	2018-06-23	I stopień
Klimas	Klaudia	2018-06-23	I stopień
Lewandowska	Agnieszka	2018-06-23	I stopień
Zachariasz	Aleksandra	2018-06-23	I stopień
Grabowska	Patrycja	2018-06-27	II stopień
Karolczak	Kaja	2018-09-22	I stopień
Stałęga	Ewa	2018-09-22	I stopień
Rutkowska	Magdalena	2018-09-22	I stopień
Feszler	Angelika	2019-06-15	I stopień
Rzecznińska	Małgorzata	2019-06-15	I stopień
Bieszke	Emilia	2019-06-16	I stopień
Jackiewicz	Sofia	2019-06-16	I stopień
Kolmetz	Artur	2019-06-18	II stopień
Ptach	Magdalena	2019-09-19	I stopień
Kalisz	Adrianna	2020-09-01	I stopień

3.1. udział w procesie naukowo- dydaktycznym

Wróbel	Joanna	2020-09-05	I stopień
Tracz	Anna	2020-09-05	I stopień
Szarlińska	Katarzyna	2020-09-05	I stopień
Paszkiwicz	Ewelina	2020-09-05	I stopień
Grabarczyk	Karolina	2020-09-05	I stopień
Bagnowska	Daria	2020-09-04	I stopień
Serocka	Edyta	2020-09-05	I stopień
Dąbkowska	Maja	2020-09-05	I stopień
Kondraciuk	Agata	2020-11-27	I stopień
Zarach	Patryk	2021-06-13	I stopień
Walentynowicz	Sandra	2021-06-12	I stopień
Śmiarowska	Alicja	2021-06-12	I stopień
Szłaga	Anna	2021-06-13	I stopień
Ruciński	Maciej	2021-06-13	I stopień
Kotowska	Anna	2021-06-13	I stopień
Jelińska	Elżbieta	2021-06-13	I stopień
Bąk	Gabriela	2021-06-13	I stopień
Ulewicz	Bartosz	2021-09-13	I stopień
Lipka	Dagmara	2021-09-13	I stopień
Kędzierska	Anna	2021-09-13	I stopień
Maślanyk	Igor	2021-09-13	I stopień
Chmielewska	Sandra	2022-02-27	II stopień
Pawlicki	Jarosław	2022-03-27	II stopień
Jastrzemska	Weronika	2022-03-27	II stopień
Wojtaszek	Karolina	2022-05-30	II stopień
Szczurko	Andżelika	2022-06-10	I stopień
Friedrich	Katarzyna	2022-06-15	I stopień
Miechowicz	Izabela	2022-06-15	I stopień
Kiedrowicz	Bernard	2022-02-27	II stopień
Rafalska	Klaudia	2022-02-27	II stopień
Wasilewska	Kornelia	2022-02-27	II stopień

Nowicka	Magda	2013-09-30	II stopień
Brzozowska	Ada	2015-06-17	I stopień
Jabłońska	Daria	2015-06-17	I stopień
Pawłowska	Patrycja	2015-06-19	I stopień
Falkowska	Patrycja	2015-06-20	I stopień
Konieczna-Czerwinska	Zuzanna	2015-06-20	I stopień
Mońko	Monika	2015-06-20	I stopień
Maszk	Karolina	2015-10-17	I stopień
Wojnik	Paulina	2015-10-17	I stopień
Parchimowicz	Julia	2016-06-16	II stopień
Falkowska	Patrycja	2017-06-06	II stopień
Päpke	Magdalena	2017-06-08	I stopień
Witkowska	Martyna	2017-06-06	I stopień
Baracz	Jakub	2017-06-13	I stopień
Nieumierzycka	Paula	2017-06-12	I stopień
Konieczna-Czerwinska	Zuzanna	2017-09-20	II stopień
Romaniak	Aleksandra	2017-09-19	II stopień
Morzuch	Piotr	2018-07-04	II stopień
Zimna	Agnieszka	2018-09-25	II stopień
Papiernik	Nicola	2018-09-25	II stopień
Szumińska	Agnieszka	2019-06-11	I stopień
Detlaf	Maja	2019-06-18	II stopień
Wilczyński	Jakub	2019-06-19	II stopień
Tatar	Anna	2019-07-05	II stopień
Tyburska	Monika	2019-09-19	II stopień
Zubowicz	Paulina	2020-09-01	I stopień
Skrobek	Jacqueline	2020-09-01	I stopień
Miotke	Katarzyna	2020-09-02	II stopień
Dobrzycki	Grzegorz	2020-09-04	I stopień
Pawłusiów	Marianna	2021-06-21	II stopień
Mielnicka	Agata	2021-06-21	II stopień
Keller	Jolita	2021-06-21	II stopień
Rogała	Zuzanna	2021-09-21	II stopień
Lasota	Karolina	2022-03-27	II stopień

	2019–2020
	Opiekun koła naukowego Pathfinder studentów Wydziału Grafiki
3.2. nagrody i wyróżnienia	2016 Nagroda Rektora ASP w Gdańsku, III stopnia
	2020 Nagroda Rektora ASP w Gdańsku, II stopnia
3.3. udział w komisjach konkursowych	2021 Członek komisji konkursu na znak graficzny 100. rocznicy pierwszego posiedzenia Senatu II RP. Konkurs został zorganizowany przez Kancelarię Senatu Rzeczypospolitej Polskiej
	2021 Członek komisji konkursowej, recenzent, ekspert powołany przez Magnificencję Rektora UG prof. dr. hab. Piotra Stepnowskiego, konkursu na znak graficzny Uniwersytetu Gdańskiego
3.4. działalność popularyzująca sztukę projektowania	Warsztaty dla dzieci, 2016–2017 Współautor i współprowadzący cyklu warsztatów z projektowania książek dla dzieci. Warsztaty odbyły się m.in. w: Bibliotece Publicznej w Pile, Szydłowie, Galerii Miejskiej w Gdańsku
	Wystawa studenckich plakatów filmowych w Gdyńskim Centrum Filmowym, 2017 Kurator, autor ekspozycji i pomysłodawca wystawy promującej projekty studentów Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku
	5xD. Wystawa dyplomów studentów Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku, 2019 Organizacja i funkcja kuratora w wystawie prezentującej najlepsze dyplomy projektowe studentów studiów niestacjonarnych Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku. Uczestnicy: Marcelina

Cedrzyńska, Kaja Karolczak, Klaudia Klimas, Magdalena Rutkowska, Ewa Stałęga. Termin i miejsce: 11–20 maja 2019, Galeria Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku, ul. Chlebnicka 13/16

100 x Propaganda, 101 x Propaganda

Kurator wystawy, autor projektu wystawy. Pierwsza edycja wystawy miała miejsce w Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku 7–23 listopada 2018 roku, druga edycja wystawy w Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu 12–28 lutego 2020 roku. Wystawa pokazująca zestawienie plakatów propagandowych wykonanych przez studentów ASP w Gdańsku i ASP we Wrocławiu ze zbiorami historycznych plakatów propagandowych ze zbiorów Polskiej Akademii Nauk Biblioteki Gdańskiej

ART'EM ALL!, 2021, 2022

Główny kurator oraz autor koncepcji wystawienniczej, współautor identyfikacji wizualnej wystawy studentów ASP w Gdańsku zorganizowanej w przestrzeni Plenum na terenach dawnej stoczni gdańskiej. Wystawa na 3000 m² prezentowała najciekawsze prace studentów, absolwentów wszystkich wydziałów Akademii

Wydawnictwo ASP w Gdańsku, 2021 – obecnie

Współautor zmiany kierunku rozwoju wydawnictwa ASP w Gdańsku.

Nowy kierunek polega na wydawaniu prac dyplomowych studentów ASP w Gdańsku, do tej pory wydano autorskie publikacje: *Bezwstydnik* Kasi Cichosz, *Rekiny* Zuzanny Kowalczyk, *Słyszę ciszę* oraz *Miasto liter* Marianny Pawłusiów. Trwają prace nad następnymi publikacjami. Autor zmiany koncepcji serii wydawniczej Akademia w Mieście. Nowa Akademia w Mieście jest kompleksowym opracowaniem pokazującym najciekawsze realizacje studenckie powstałe w czasie procesu dydaktycznego w Akademii. Cykliczny półrocznik dedykowany jest każdemu wydziałowi. Kolportowany jako darmowy w najbardziej popularnych miejscach Trójmiasta

Galeria w Drukarnia Cafe, 2017 – obecnie

Pomysłodawca oraz kurator ponad 50 wystaw organizowanych w przestrzeni wystawienniczej jednej z najpopularniejszych w Polsce kawiarni zlokalizowanej na ul. Mariackiej w Gdańsku. Wystawy prezentują studentów i absolwentów ASP w Gdańsku, głównie Wydziału Grafiki. Przestrzeń kawiarni jest tak zaprojektowana, by promować sztukę projektowania, szczególnie projektowanie graficzne

Letnia Akademia ASP, LPP Fashion Starter, 2021, 2022

Pomysłodawca letniego studium edukacyjnego projektowania ubioru realizowanego przez Akademię Sztuk Pięknych w Gdańsku oraz firmę LPP. Ogólnopolski kurs ma charakter otwarty, biorą w nim udział studenci ASP w Gdańsku

Sklep internetowy ASP w Gdańsku, 2021

Pomysłodawca powołania sprzedażowej platformy internetowej, na której studenci i absolwenci ASP w Gdańsku mogą z pomocą Akademii sprzedawać swoje prace. Witryna ma także charakter promocyjny

Wystawa Ostatnio Dodane, 2021, 2022

Inicjator i kurator wystawy w Małej Auli ASP w Gdańsku prezentującej najciekawsze postacie młodej kadry ASP w Gdańsku

Na rynek, na ratunek! Czy projektowanie uratuje miejskie targowiska?, 2022

Współorganizator i prelegent międzynarodowej konferencji naukowej o roli projektowania w ratowaniu targowisk

Kolej na ekologię, 2022

Kierownik projektu, którego założeniem była realizacja kampanii społecznej zwiększającej świadomość w zakresie przewagi ekologicznej transportu kolejowego nad innymi sposobami przemieszczania się. Projekt został zrealizowany przez grupę 30 studentów w pracowni Plakatu i Form Reklamowych Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku. Dzięki pracy przy realizacji

projektu wzrosła ich wiedza dot. oddziaływania poszczególnych środków transportu na środowisko naturalne. Wartość projektu 47 500 zł – dotacja z WFOŚiGW w Gdańsku

Warsztaty z projektowania graficznego na Akademii Sztuki w Tbilisi, Gruzja, 2022

Pomysłodawca i prowadzący cykl warsztatów z projektowania graficznego, przeprowadzony dla studentów wydziału grafiki i mediów Akademii Sztuki w Tbilisi. Warsztaty prowadzone w języku angielskim

- Prorektor ds. Promocji i Współpracy ASP w Gdańsku, 2020 – obecnie
- szef Biura Promocji ASP w Gdańsku, 2020 – obecnie
- szef Biura Programów Infrastrukturalnych i Badawczych/ Strefa Wsparcia Projektów, 2020 – obecnie
- szef Biura Współpracy i Umiejdzynarodowienia, 2020 – obecnie
- szef Ośrodka Informatycznego ASP w Gdańsku, 2023
- członek Senatu ASP w Gdańsku, 2020 – obecnie
- przewodniczący komisji rekrutacyjnej na studia niestacjonarne Wydziału Grafiki ASP w Gdańsku, 2021, 2022
- kierownik studiów niestacjonarnych na Wydziale Grafiki ASP w Gdańsku, 2017 – obecnie
- autor programu studiów drugiego stopnia, studiów niestacjonarnych na Wydziale Grafiki ASP w Gdańsku, 2018
- członek Komisji Antymobbingowej ASP w Gdańsku, 2020 – obecnie

3.5. działalność organizacyjna

- członek Komisji Negocjacyjnej ws. komercjalizacji przestrzeni ASP w Gdańsku, 2022
- członek Komisji Zarządzania Prawami Własności Intelektualnej ASP w Gdańsku, 2020 – obecnie
- inicjator i organizator w ramach Biura Promocji ASP w Gdańsku 5 aukcji charytatywnych na rzecz Ukrainy, łącznie pozyskano ok. 100 tys. złotych
- Spinaker – Intensywne Międzynarodowe Programy Kształcenia (aplikacja do 30.11.2021, realizacja 1.06.2022 – 31.08.2023) – nadzór nad prawidłową realizacją projektu zgodnie z Zarządzeniem Rektora nr 58/2022 z dnia 1 lipca 2022
- „stART w Gdańsku” – intensywne międzynarodowe programy kształcenia na gdańskiej ASP. Celem projektu jest uatrakcyjnienie oferty dydaktycznej kierowanej do zagranicznych studentów oraz wzrost zainteresowania i udziału zagranicznych studentów i/lub doktorantów w programach kształcenia gdańskiej ASP. W ramach projektu „stART w Gdańsku” uruchomione zostaną 4 intensywne kursy prowadzone w języku angielskim dla 50 studentów zagranicznych: Printmaking Course of Fine Art Lithography (2 edycje), Artist on the move, Performance Art in Theory and Praxis. Całkowita wartość projektu wynosi 238 714,70 PLN i jest finansowana przez NAWA ze środków Unii Europejskiej w ramach PO WER
- nadzór nad projektami Erasmus: nr 2021-1-PL01-KA-131-HED-000007338 (data aplikacji do 11.05.2021, realizacja projektu 1.09.2021 – 31.10.2023) – realizacja współpracy z krajami programu; nr 2022-1-PL01-KA-131-HED-000052423 (data aplikacji do 23.02.2022, realizacja projektu 1.08.2022 – 31.07.2025) – realizacja współpracy z krajami trzecimi niestowarzyszonymi (Czarnogóra, Gruzja, Mongolia, Ukraina)

- nadzór nad wnioskami: Welcome to Poland (aplikacja do 31.01.2023, realizacja od 1.06.2023 do 30.11.2024) – jeśli projekt otrzyma pozytywną ocenę i dofinansowanie, będę pełnił rolę kierownika projektu. Wyniki konkursu powinny zostać ogłoszone do 31.05.2023; Erasmus nr 2023-1-PL-01-KA131-HED-000114816 – aplikacja do 23.02.2023, wyniki wiosna 2023 (planowana realizacja współpracy z krajami programu); Erasmus nr 2023-1-PL01-KA-171-HED-000128419 – aplikacja do 23.02.2023, wyniki wiosna 2023 (planowana realizacja współpracy z krajami: Czarnogóra, Gruzja, Ukraina, Izrael, Malezja)
- *Poprawa warunków energetycznych budynku Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku, Targ Węglowy 6 poprzez częściową wymianę stolarki okiennej i wprowadzenie systemu sterowania BMS dla centralnego ogrzewania* – w ramach projektu przewidziano wymianę 129 okien oraz instalację systemu sterowania centralnym ogrzewaniem. Realizacja projektu pozwoli na zmniejszenie zużycia nieodnawialnej energii pierwotnej w budynku Akademii Sztuk Pięknych o 1048,03 (GJ/rok), co przekłada się na zmniejszenie zużycia nieodnawialnej energii pierwotnej o 36,28% rocznie. Znaczna poprawa termoizolacji budynku wpłynie również na wzrost komfortu cieplnego odczuwanego przez jego użytkowników oraz na zmniejszenie kosztów eksploatacyjnych. Wartość projektu 1,3 mln zł, z czego 520 tys. zł stanowi dotację z WFOŚiGW w Gdańsku

Jeśli chcesz iść szybko, idź sam. Jeśli chcesz iść daleko, idź razem z innymi.

| afrykańskie przysłowie

Dziękuję wszystkim, którzy chcą iść ze mną
| Adam

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adam', written in a cursive style.



AKADEMIA
SZTUK
PIĘKNYCH
W GDAŃSKU