

Tadeusz Gustaw Wiktor
Profesor zw. Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie
Profesor zw. Wydziału Sztuki Uniwersytetu Rzeszowskiego

Kraków, 17 czerwca 2019

RECENZJA

rozprawy doktorskiej mgr Anny Skawińskiej sporządzona w związku z przewodem doktorskim w dziedzinie sztuk plastycznych w dyscyplinie artystycznej: sztuki piękne, wszczętym przez Radę Wydziału Grafiki i Malarstwa Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi

Tytuł rozprawy: „Projekt zintegrowanego systemu wspierania zdrowego stylu życia dla firmy FIT LIFE”.

Sylwetka doktorantki

Anna Skawińska urodziła się 10 lipca 1981 roku w Łodzi. W latach 2000-2006 studiowała na Politechnice Łódzkiej na Wydziale Budownictwa, Architektury i Inżynierii Środowiska w Instytucie Architektury i Urbanistyki. Pracę magisterską obroniła w Zakładzie Projektowania Architektury Użyteczności Publicznej.

W latach 2012–2014 studiowała na Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi na Wydziale Grafiki i Malarstwa w Pracowni Projektowania Informacji Wizualnej pod merytorycznym nadzorem prof. Piotra Karczewskiego.

Anna Skawińska zajmuje się również dydaktyką. Na Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi wykłada przedmiot: Projektowanie Systemów Identyfikacji Wizualnej. Uczy też Struktur Wizualnych na studiach anglojęzycznych Graphics 3D & Game Art.

Jako projektant grafiki użytkowej koncentruje się na aspektach związanych z informacją wizualną oraz szeroko rozumianym brandingiem (marka produktu, graficzne obszary wizerunku, liternictwo, marketing i inne). Specjalizuje się w projektowaniu znaków firmowych oraz całych, zamkniętych systemów identyfikacji wizualnej wspierających komunikację marek.

Wystawa indywidualna (2017)

W 2017 roku Anna Skawińska miała dużą, indywidualną wystawę w Galerii Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, na której prezentowała dorobek projektowy ostatnich lat. Pokaz ten cechowała ekspozycyjna klarowność połączona w wysoką dizajnerską kulturą eksponowanych realizacji. W bogatym spektrum projektowym autorki wyróżniają się trzy obszary: projektowanie znaków graficznych, kroju liter oraz plakatów reklamowych i kulturalnych.

Logo (znak firmowy) jako identyfikator i wyróżnik jest samym centrum, by nie powiedzieć sercem, każdego systemu identyfikacyjnego. Znaki Anny Skawińskiej spełniają taką funkcję pod każdym względem. Od strony czysto plastycznej są bardzo atrakcyjne, wręcz piękne; od strony znaczeniowej, są zwięzłe, czytelne, klarowne, łatwe do zapamiętania. Ważnym artystycznym ich rysem jest projektowa gra pięknem litery, pięknem jej kształtu samym w sobie. Litera w jej ujęciu, nie tyle przez sam krój, ale formę *par excellence*, staje się wręcz monumentalnym obiektem, zyskuje wyższą rangę i to bez względu na to czy linia stylizacyjna ma proveniencję klasyczną, abstrakcyjną, czy hybrydową.

Artystka z kreatywną lekkością łączy i zgrywa ze sobą logotypy z sygnetami. Po kolor sięga w znakach wtedy, gdy jego użycie wymusza opracowywana tematyka wraz z zawartą w niej jej symboliką, wszakże bywa też, że kolor pełni w omawianych znakach funkcję li tylko dekoratywną, wizualnie ożywczą jako klasycznie rozumiana barwna dominanta.

Widoczna w znakach projektowych Anny Skawińskiej fascynacja pięknem litery uzasadnia/tłumaczy jej projektowe ambicje w zakresie tworzenia własnych, niestandardowych krojów. Jestem pod wrażeniem dizajnerskiej urody dwóch krojów autorki, które zaprezentowała na omawianej wystawie, a mianowicie „fontu festiwalowego” oraz kroju o nazwie *mutsu typeface*. Oba fonty są konstruowane na module kwadratu, co sprawia, że mają charakterystyczny, stabilnie geometryczny rys. Font festiwalowy ma trzy warianty: „obrysowy” (czarno-białe kontury), „wypełniony” (zielone pola liter), i „stworzonkowy”; ostatnia odmiana wynika z połączenia wariantu obrysowego z wypełnionym. W trzeciej odsłonie kroju, autorka błyskotliwie zgrywa/łączy konkretystyczną geometryczność liter z miękko rysowanymi figuratywnymi kreskówkami, które posiadają rysy antropomorficzne i zoomorficzne. Ponieważ font festiwalowy jest adresowany do odbiorcy dziecięcego, w jego stylistykę są wpisane elementy dowcipu, zabawy, radości.

Czarno-zielone pasma kroju *mutsu typeface* poszczególnych literowych znaków uprzestrzenia a zarazem dynamizuje subtelny, szary gradient zawsze usytuowany na styku zieleni z czernią. To bardzo piękny krój, o dużej elegancji malarskiej oraz graficznej. Zawiera w sobie ogromny potencjał naturalnej wielowariantowości. Autorka stosuje go do identyfikacji autorskiego studia graficznego, a nazwę – MUTSU – uczyniła jednocześnie nazwą tego studia.

Praca doktorska

Tytuł dysertacji doktorskiej mgr Anny Skawińskiej – PROJEKT ZINTEGROWANEGO SYSTEMU WSPIERANIA ZDROWEGO STYLU ŻYCIA DLA FIRMY FIT LIFE – zapowiada/sugeruje kompleksowe, a zatem jak najszerze pod względem projektowym, ujęcie pakietu/systemu identyfikacyjnego firmy FIT LIFE.

Autorka uważa, że dla konsumpcyjnego społeczeństwa, które na co dzień egzystuje w coraz bardziej skomputeryzowanym świecie, jednym z ważniejszych obszarów jego aktywności powinna być aktywność ruchowa/fizyczna. Doktorantka twierdzi, że ażeby zachęcić owo społeczeństwo do takiej aktywności, obok skutecznej edukacji i informacji w tym zakresie potrzebna jest właściwa, skupiająca uwagę i skutecznie reklamująca to przedsięwzięcie formuła oddziaływania wizualno-informacyjnego. Tak też należy interpretować/rozumieć, główny cel pracy doktorskiej Anny Skawińskiej. Takie właśnie zadanie postawiła sobie autorka w tym opracowaniu i zaprojektowała integralny system graficzny, zwany dalej identyfikacją wizualną, który w wyczerpujący sposób przedstawia wszystkie aspekty projektowe tego tematu.

Na początku pracy, autorka, poprzez przyjrzenie się konkurencyjnym projektom, dokonała analizy i rozpoznania rynku. Projekt został przemyślany nie tylko pod względem artystycznym, ale także pod względem wstępnych założeń biznesowych, co w późniejszym podejściu ułatwiło tworzenie materiałów marketingowych.

Podział firmy FIT LIFE, dokonany w oparciu o różne gałęzie jej działalności, znajduje odzwierciedlenie w bogatej i różnorodnej identyfikacji. Projekt zawiera zarówno elementy wielkogabarytowe (koncepcja architektoniczna wnętrza) jak i elementy drobne, z dużą ilością detalu (projekt druków, opakowań, sprzętów czy nawet piktogramów do użycia na ekranach smartfonów). W kolejnych rozdziałach pracy autorka przedstawiła markę główną oraz podmarki firmy FIT LIFE.

Zasadniczą część pracy otwiera prezentacja znaku firmowego, na który składa się logotyp oraz sygnet. Logotyp utworzony jest z ortogonalnie zestawionych względem siebie jednoelementowych kresek powstałych z modułowych jednostek kwadratu. Czysto geometryczna konstrukcja nadaje mu architektoniczną stabilność. Dla mnie, i to nie tyle jako recenzenta doktoratu, ale powiedzmy jako potencjalnego klienta firmy FIT LIFE obraz logotypu budzi zaufanie, gdyż emanuje z niego trwałość a zarazem „stalowa” moc. Rysunek sygnetu przedstawia dwie „krople kolorów” (określenie A. S.) połączone ze sobą czubkami, na zasadzie lustrzanego odbicia. W tej postaci może być on czytany/odbierany jako wyidealizowany znak kontinuum. Owo symbolowe odniesienie znaku kontinuum do sygnetu, jest jak najbardziej uzasadnione albowiem zmienne, barwne gradienty obłych pól znaku fluktuują, przechodząc jedno w drugie, są żywe i w tym sensie symbolizują ruch, dynamikę a zarazem swoistą organiczność. Można powiedzieć, że symbolowa interakcja, jaka zachodzi pomiędzy statycznym krojem logotypu a organiczną dynamiką sygnetu, oddaje istotę żywego, otwartego i złożonego projektu jakim jest firma FIT LIFE. I w tym też sensie należy zauważyć, że znak tej firmy jest jej żywym, pulsującym sercem.

Autorka następująco definiuje główne założenia swego dzieła: „FIT LIFE to projekt zakładający zebranie wszystkiego co potrzebne do treningu fitness w jednym miejscu wraz z zapewnieniem ‘zaplecza’ czyli zdrowej diety, pielęgnacji, mody i elementów ekwipunku pod jednym adresem. (...) Kto zaczyna wdrażać zdrowy styl życia stara się to robić na kilku płaszczyznach jednocześnie”.

Anna Skawińska wyodrębnia sześć takich płaszczyzn.

Pierwsza płaszczyzna – FIT LIFE GYM – dotyczy lokalizacji klubu i projektu jego wnętrza; obszarowi temu przypisana jest barwa fioletu. Druga – FIT LIFE FOOD – dotyczy żywności, jej przypisana jest zieleń. Trzecia płaszczyzna – FIT LIFE WEAR – dotyczy kolekcji tekstyliów; w projekcie symbolizuje ją czerwień. Czwarta – FIT LIFE CARE – obejmuje linię kosmetyków – jej przypisany jest kolor niebieski. Piąta – FIT LIFE GEAR – związana jest z akcesoriami i sprzętem sportowym; temu obszarowi przypisany jest kolor żółty. Szósta płaszczyzna – FIT LIFE SPA – związana ze strefą relaksu, ma przypisany fiolet.

W całym projekcie minimalizm formy współgra z bogactwem koloru. Projekt jest świeży, jego żywa kolorystyka sprawia, że w odbiorze jest optymistyczny, że emanuje zeń, jeśli można tak rzec, dobra energia. Zastosowany w znaku gradient na tle bieli daje wrażenie lekkości, barwnej pulsacji. Typografia znaku została skonstruowana od podstaw. Jest oszczędna, czytelna, „dominująca”, przez co rzuca się w oczy.

Projekty druków akcydensowych i gadżetów firmowych bazują na kontraście mocno wysyconego gradientu, fioletu oraz bieli. Z dużą projektową kulturą autorka wykorzystuje w nich bezszeryfowy font, a także barwy oraz piktogramy, dzięki czemu powstaje atrakcyjna spójna plastycznie całość.

Zestaw piktogramów, które autorka nazywa awatarami, a które przedstawiają uprawiających różne dyscypliny sportu ludzi, stworzony z przetworzenia/odwzorowania realnych sylwetek. We współczesnym języku graficznym, ikonografia tego typu jest bardzo pomocna w przedstawieniu treści w sposób jasny, skrótowy i łatwy do odczytania. Bardzo przydaje się w projektach na potrzeby sieci czy aplikacji, gdzie komunikat musi być przekazany w sposób błyskawiczny, a więc raczej wizualny niż słowny.

Kończąc, chciałbym jeszcze pokrótce odnieść się do poszczególnych części projektu FIT LIFE.

Koncepcja wnętrza powstała w oparciu o wykształcenie i wcześniejsze doświadczenie autorki w dziedzinie architektury (ukończyła studia architektoniczne na Wydziale Budownictwa, Architektury i Inżynierii środowiska Politechniki Łódzkiej). Jest w tej koncepcji przemyślana zarówno funkcjonalność jak i architektoniczna atrakcyjność wnętrza. Projekty przestrzeni wspólnej, sal do ćwiczeń, jak i projekt SPA mają swój indywidualny charakter, a zarazem tworzą zintegrowaną całość.

Projekt marki żywieniowej zawiera projekt opakowań diet pudełkowych, soków i przekąsek wraz ze specjalnie stworzonym zestawem piktogramów. Oparty na kolorystyce kojarzącej się ze zdrowymi posiłkami ma za zadanie zachęcać do podjęcia walki o zdrowszy organizm. Zmodyfikowany znak w tej odsłonie przypomina liść.

Projekt marki odzieżowej jest nowoczesny i zbieżny z założeniami ogólnymi całości. Wykorzystany tu został między innymi powielony znak jako nadruk na tkaninie wraz z przejściami tonalnymi i żywą kolorystyką. Wariant znaku „wear” jest ognisty w kolorze, zaś w kształcie nawiązuje do płomyka.

Projekt marki kosmetycznej również zawiera projekty opakowań. Kolorystyka jest tu bardziej subtelna, delikatna. Znak w tym przypadku przypomina kroplę wody.

Autorka przedstawia w swym projekcie także serię plakatów. Wykorzystuje w nich efekt tzw. mnożenia warstw poprzez nakładanie na zdjęcia transparentnych odmian koloru fioletowego lub jego gradientowych przejść. Prosta, kontrastowa typografia i znak firmowy, to elementy jakimi operuje w projekcie tej serii. W plakatach tych tekst jest istotną składową. Wiąże się z obrazem w bardzo ścisły, tyleż kompozycyjny co znaczeniowy sposób.

Projekt Pani Anny Skawińskiej jest bardzo rozległy, wszakże jego poszczególne części wiąże/spaja wspólna marka oraz filozofia i przemyślana co do najmniejszego szczegółu myśl projektowa. Praca ta w prostej linii jest twórczym, wręcz błyskotliwym przetworzeniem wcześniejszych doświadczeń projektowych autorki. Ażeby to wykazać, na wstępie pozwoliłem sobie skupić uwagę na jednej z wystaw indywidualnych doktorantki, na której zaprezentowała swój potencjał twórczy i projektowe predyspozycje. Jej autorski projekt FIT LIFE jest tych słów pięknym, merytorycznym potwierdzeniem.

Po zapoznaniu się z dorobkiem artystycznym autorki, po wnikliwej analizie pracy zatytułowanej: „Projekt zintegrowanego systemu wspierania zdrowego stylu życia dla firmy FIT LIFE” z całym przekonaniem stwierdzam, że mgr Anna Skawińska przedstawiła ze wszelkich miar oryginalną, wręcz wzorcową rozprawę doktorską. Jestem przekonany, że spełniła wszystkie warunki, by otrzymać stopień doktora sztuki. W związku z powyższym gorąco popieram wniosek do Rady Wydziału Grafiki i Malarstwa Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego o nadanie mgr Annie Skawińskiej stopnia doktora w dziedzinie sztuk plastycznych, w dyscyplinie artystycznej sztuki piękne.

Tadeusz Gustaw Wiktor

