

Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi

Rozprawa doktorska:

E( )MOTION – OBIEKTY EMOCJONALNE WOBEC POTRZEB SPOŁECZNYCH POKOLENIA Y.

Promotor: prof. dr hab. Andrzej Boss

Kierunek: Projektowanie Biżuterii

Autorka: mgr Magdalena Szadkowska

Łódź, 16.04.2020

## SPIS TREŚCI:

Wstęp .....	4
<b>Rozdział I - Wartość doświadczania a wartość posiadania.</b>	
Podtytuł: Kim jest Pokolenie Y i na jakie potrzeby odpowiadają obiekty E( )MOTION. ....	8
<b>Rozdział II – Społeczeństwo „w biegu”- czym jest zatrzymanie się?</b>	
Podtytuł: Rola emocji i procesów emocjonalnych w kolekcji E( )MOTION. ....	15
<b>Rozdział III – Emocjonalizm w sztuce i designie.</b>	
Podtytuł: Teorie sztuki a współczesny nurt projektowania emocjonalnego. ....	22
<b>Rozdział IV – Luksus współczesności. Diament czy papier – trwałość a ulotność.</b>	
Podtytuł: Materiały wykonania kolekcji E( )MOTION i walory sensoryczne przedmiotu. ....	37
<b>Rozdział V – Masowość a rzemiosło – potrzeba czy przeszłość.</b>	
Podtytuł: Przedmiot osobisty – proces tworzenia kolekcji E( )MOTION. ....	47
<b>Dokumentacja fotograficzna i opis prac z kolekcji E( )MOTION</b> .....	53
<b>Podsumowanie</b> .....	86
<b>Bibliografia</b> .....	89
<b>Spis ilustracji</b> .....	92
<b>Wersja w języku angielskim</b> .....	94



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 1”, 13x13x6cm, (il.14).

## WSTĘP

*„Trendy to nie spódnice mini czy bufki na rękawach, ale szersze zmiany społeczne, wyrażające ludzkie emocje i potrzeby. Design może (i musi) je badać, wyczuwać, także wyprzedzać”*

Li Edelkoort

Kolekcja obiektów emocjonalnych jaką stworzyłam jest pracą w procesie o charakterze otwartym. Jest obserwacją, doświadczaniem i bezpośrednią współpracą z wybraną grupą ludzi Pokolenia Y. Celem jest wyłonienie ich potrzeb, dążeń i zainteresowań, przetransformowanie ich na język sztuki oraz odpowiedź na nie. Proces twórczy jest budowaniem relacji pomiędzy odbiorcą a przedmiotem o charakterze emocjonalnym. Każdy obiekt w kolekcji to przedmiot osobisty współtworzony z odbiorcą. Kolekcja jest zgłębianiem wiedzy o ludziach, społeczeństwie, w którym żyję, tak aby moje obiekty, sztuka, biżuteria mogły stać się ich „lustrem”, bezpośrednią odpowiedzią na potrzeby mojego odbiorcy, pokolenia z którym się utożsamiam. Jest poszukiwaniem odpowiedzi na potrzebę obcowania ze sztuką dziś.

Tytuł „E( )MOTION” - „emocje i ruch” to hybryda wyrazowa, która łączy dwa słowa i bezpośrednio odpowiada na główne założenia kolekcji. Pierwsze z nich to wywoływanie emocji stąd angielskojęzyczne słowo „emotion” – emocja. Drugim tematem kolekcji jest transformacja, ruch w sensie dosłownym z języka angielskiego „motion” – ruch, który odnosi się do projektu współpracy z wybraną przeze mnie grupą biegaczy, jako społeczność – przedstawiciele Pokolenia Y oraz do procesu projektowego opartego na transformacjach obrazu graficznego tras ich biegów i mobilności tych kompozycji. W sensie przenośnym zastosowałam słowo ruch pochodzące z łaciny, czyli „motus” - ruch, w znaczeniu motywacji, rozwoju, ciekawości i odkrywania nowego, podążania za nowym pokoleniem i jego potrzebami. Te dwa słowa klucze zawierają charakterystykę współczesnego społeczeństwa i stanowią punkt wyjściowy do analizy czynników, które kształtują kulturę masową dziś a zarazem są odpowiedzią na indywidualne potrzeby każdego z nas, przez co kreują obraz rzeczywistości.

Ruch, aktywność fizyczna i kult ciała to najsilniejszy i najbardziej masowy obszar zainteresowań dla ludzi Generacji Y, bez względu na ich status, profil zawodowy czy społeczny. Samej aktywności fizycznej nierozdzielnie towarzyszy sfera emocji, która najczęściej jest środkiem i celem pobudzającym każdą formę ruchu. Uprawianie sportów współcześnie jest już nie tylko dodatkiem do życia, ale jego treścią, bo wypełnia potrzebę relaksu nie tylko dla ciała, ale i dla umysłu. Stanowi odskocznnię od codzienności, sferę emocjonalnej terapii, zatrzymania i refleksji w świecie coraz większej pogoni i nieustannie wzrastającego tempa życia. Jest dostępna dla każdego w dniu codziennym i realizuje potrzeby - koncentracji, refleksji, emocji,



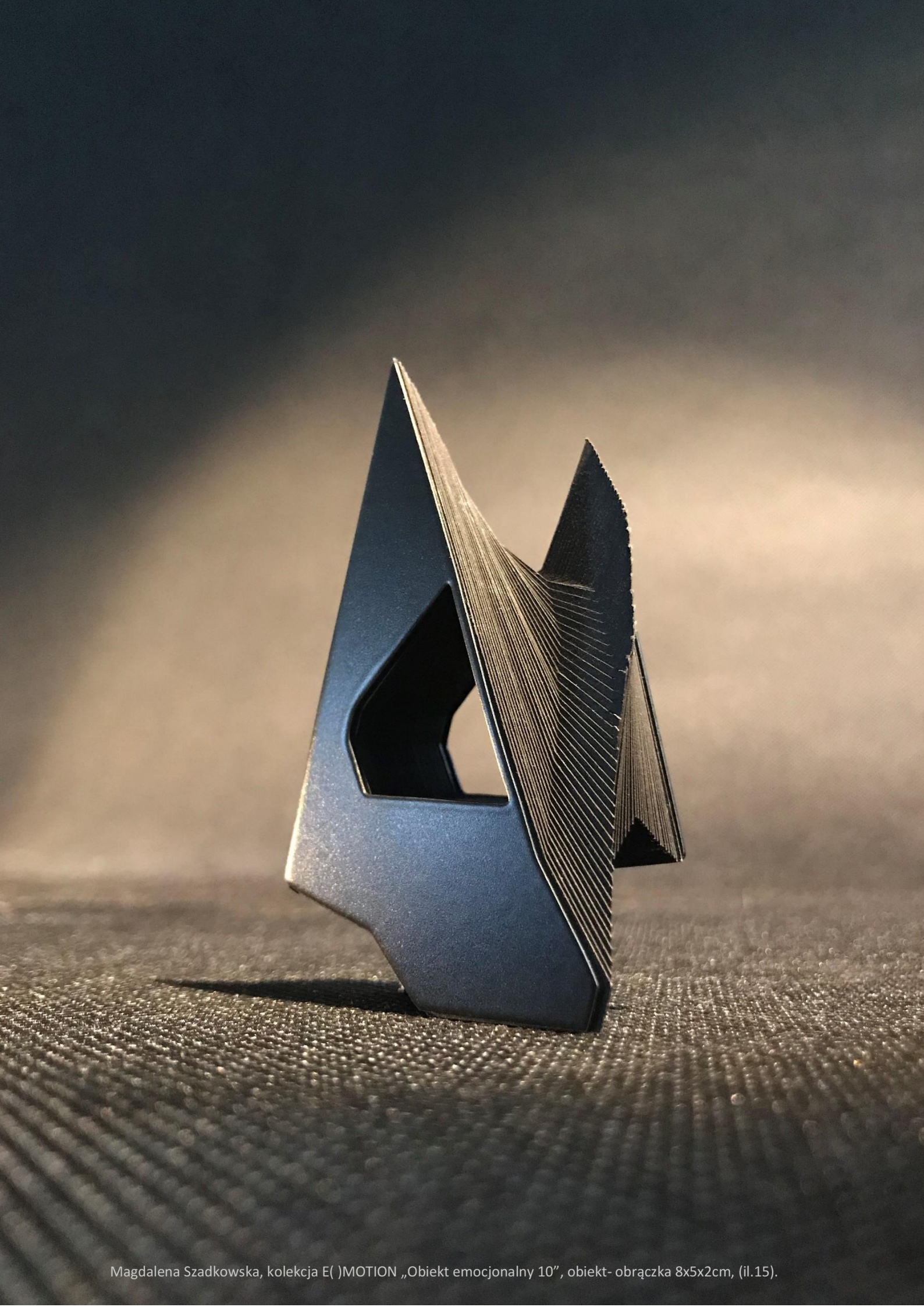
adrenaliny, relaksu. Ja zdefiniowałam to zjawisko społeczne jako „Kult ciała – w poszukiwaniu równowagi życiowej i terapii dla umysłu”. Obok wszystkich dziedzin sportów dziś najbardziej masową, powszechną i dostępną formą codziennych aktywności Pokolenia Y jest bieganie.

Dla potrzeb moich badań Pokolenia Y, wybrałam grupę ludzi z różnych warstw zawodowych i społecznych, którzy niezależnie od trybu życia biegają każdego dnia i to oni stają się odbiorcami a zarazem współtwórcami mojej kolekcji obiektów emocjonalnych. Poprzez samotne pokonywanie kilometrów tras nie tylko poprawiają swoją kondycję fizyczną, ale i wchodzi w sferę treningu umysłu. Szukają odskoczni od codzienności i balansu dla własnego umysłu. Inni rywalizują, celebrować i afiszują swoje sukcesy czy perypetie biegowe w mediach społecznościowych i w ten sposób budują swój wizerunek, na tle tej szerokiej obecnie społeczności biegaczy. Ich motywacje, cele, wytyczne i powody do biegania są przedmiotem mojej analizy. Z drugiej strony maratony to historia kultu ciała i tradycja zakorzeniona w kulturze od czasów starożytnej Grecji. To filozofia Platona, kult ciała wyrażony w rzeźbie antycznej i historia maratonu kultywowana, a nawet celebrowana współcześnie. Emocjonalny charakter mojej kolekcji wyrasta z emocji wygenerowanych tą aktywnością fizyczną i kultem ciała. Jako taki angażuje mojego odbiorcę i przenika do jego codziennego życia.

Głównym zadaniem kolekcji E( )MOTION jest generowanie emocji odbiorcy. Można wymienić trzy warstwy emocjonalne kolekcji E( )MOTION: 1. Źródło jej powstania – emocje towarzyszące samemu bieganiu, które stanowią zawartość treściową obiektów, 2. Proces powstawania obiektów – przy bezpośrednim udziale odbiorcy/biegacza, 3. Docelowe użytkowanie w rozumieniu funkcji, która ma mieć charakter emocjonalny. W zrealizowanej kolekcji powstały małe formy rzeźbiarskie, obiekt do wnętrza jak i biżuteria w ujęciu jej klasycznej postaci - obrączki, broszki czy naszyjnika, ale nie to stanowi o jej zamierzonej funkcji użytkowej. Jej istotą dla odbiorcy jest emocjonalny związek z obiektem przez pryzmat procesu powstawania kolekcji. To zapis wspomnień osoby, dla której jest dedykowana i o której opowiada. To jak dawna sztuka portretu lub krawiectwo na miarę przełożone na język sztuki współczesnej, w której istotną rolę odgrywa emocja, historia własna, i która w rezultacie odpowiada bezpośrednio na potrzeby współczesnego pokolenia. Poprzez kolekcję E( )MOTION opowiadam konkretną historię osoby i ilustruję ją językiem sztuki. Wprowadzając użytkownika w proces tworzenia nadaję związek emocjonalny z obiektem, jednocześnie wprowadzam odbiorcę, często nie związanego ze światem sztuki w jej użytkowanie. Założeniem kolekcji E( )MOTION jest to, aby opowiadała o nas, o naszym życiu, aby bezpośrednio dotyczyła nas i naszych codziennych przeżyć, przez co jej zadaniem staje się generowanie emocji.

Kolejne rozdziały mojej pracy stanowią analizę poszczególnych cech Pokolenia Y, w której wyodrębniam kolejno : Kim są ludzie Pokolenia Y i jakie są ich cechy oraz potrzeby, jaką grupę docelową wyłoniłam spośród całego pokolenia jako moją grupę badawczą i dlaczego, jak moja kolekcja odpowiada na potrzeby mojego odbiorcy i Pokolenia Y, jak ważna jest rola emocji dla Pokolenia Y oraz sztuki, na czym polega komunikacja poprzez sztukę/design i jak to kształtuje estetykę pokolenia. Wyżej wymienione zagadnienia oparłam o badania marketingowe nad cechami Generacji Y oraz moją współpracę z wybraną grupą ludzi wyłonioną spośród tego pokolenia, których uczyniłam współtwórcami mojej kolekcji.

W oparciu o nie przedstawię jakimi rozwiązaniami projektowymi posłużyłam się dla zrealizowania kolekcji E( )MOTION - obiektów emocjonalnych i w jaki sposób proces tworzenia stanowi odpowiedź na potrzeby mojego odbiorcy. Kolekcję osadzam w nurcie projektowania emocjonalnego, którego korzenie w teorii sztuki oraz charakterystykę we współczesnych działaniach projektowych przytoczę w dalszej części mojej pracy. Przytoczę też opis procesu jej powstawania i nadane funkcje obiektów dla poszczególnych odbiorców kolekcji E( )MOTION.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E ( )MOTION „Obiekt emocjonalny 10”, obiekt- obrączka 8x5x2cm, (il.15).

## ROZDZIAŁ I

### WARTOŚĆ DOŚWIADCZANIA A WARTOŚĆ POSIADANIA

#### (KIM JEST POKOLENIE Y I NA JAKIE JEGO POTRZEBY ODPOWIADAJĄ OBIEKTY E( )MOTION)

Priorytety Generacji Y mają swoje źródło w cechach tego pokolenia. Analiza tych zjawisk społecznych toczy się na wielu płaszczyznach i wskazuje na kierunki i wartości jakie kształtują dziś naszą rzeczywistość. Szczególnie drobiazgowo badania te podejmuje eksperci marketingowi tj. domy mediowe, agencje PR, biznesowe firmy doradcze. Dla nich Pokolenie Y to najszerza grupa konsumentów na rynku komercyjnym i znajomość ich cech oraz potrzeb zapewnia sukces rynkowy. Ja w swoich badaniach na gruncie pracy doktorskiej odwołuję się do tych analitycznych raportów, tak aby w sposób wszechstronny poznać mojego odbiorcę i odpowiedzieć na jego potrzeby, poprzez moje działania artystyczne. Zanim przejdę do odpowiedzi na pytanie na jakie potrzeby Pokolenia Y odpowiadają moje obiekty emocjonalne E( )MOTION, nakreślę kilka najbardziej charakterystycznych cech tego pokolenia, jakie wyłaniają badania min. firmy badawczej Mobile Institute, Odyseja Public Relation, domu mediowego Mexad, Kantar Public, firm doradczych - PwC, Deloitte.

Metodologii tych badań rynkowych jest wiele min. opierają się one o raporty socjologów, dyrektorów strategii marketingowych a poprzedzone są różnego rodzaju systemami sondaży, badaniami terenowymi i fokusowymi - insighy konsumenckie, systemy responsywnych elektronicznych formularzy ankietowych. Ten ostatni pozwala respondentom tj. w tym przypadku osobom z Pokolenia Y, odpowiadać na każdym urządzeniu z dostępem do sieci (smartfonie, tablecie, laptopie, desktopie), dzięki czemu badanie może być komunikowane na wiele sposobów np. w postaci linków w e-mailingu, social mediach, ulotek czy banerów internetowych oraz sms'ów. Tak zbierane dane, w sposób adekwatny do mediów, jakimi posługuje się Pokolenie Y, daje możliwość porównywania wielotorowych źródeł pozyskiwania informacji oraz ich zbiorczej analizy. Przechodząc do wniosków zebranych z wyżej wymienionych źródeł, zacznę od przedstawienia tej grupy społecznej. Kim zatem są ludzie Pokolenia Y zwanego też „Igrekami” lub „Milenialsami”. Polskie Pokolenie Y jest grupą zróżnicowaną, którą można podzielić na dwie podgrupy: starszych, urodzonych w latach 1980-1990 i młodszych, do których należą osoby urodzone pomiędzy rokiem 1990 a rokiem 2000.<sup>1</sup> Twórcy „Teorii Pokoleń” William Strauss i Neil Howe, przyjmują daty urodzenia ludzi z Pokolenia Y na lata 1982-2004.<sup>2</sup> Natomiast według socjologa dr hab. Witolda Wrzeźnia

---

<sup>1</sup> [https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie\\_Y](https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie_Y)

<sup>2</sup> [https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie\\_Y](https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie_Y) Lifecourse Associates: Generations, [www.lifecourse.com](http://www.lifecourse.com) [dostęp 2018-12-31] (ang.).



z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, Milenialsi to pokolenie ludzi urodzonych pomiędzy 1984 r. a 1997 r.<sup>3</sup>

Według badań większość cech i zachowań obu tych grup wskazuje na podobieństwa i łączą te dwie podgrupy. Istnieją jednak również takie cechy, które ich dzielą. Wynika to z tego, że starsi przedstawiciele Pokolenia Y wykazują pewne cechy łączące ich z poprzednim Pokoleniem X, natomiast młodzi Milenialsi stanowią już zapowiedź kolejnego Pokolenia Z, które ma stanowić ich kontynuację. Pomimo tego podziału na starszych i młodszych, badania wykazują silny zespół cech wspólnych dla obu podgrup, co decyduje o tym, że całościowo pokolenie to odcina się od swoich poprzedników i kształtuje obraz współczesności a nawet przyszłości. Według wszystkich źródeł za najistotniejsze w charakterystyce Milenialsów wyróżnia się, że: są społeczeństwem cyfrowym, co ma wpływ na kolejne ich cechy, takie jak życie w „globalnej wiosce” bez jakichkolwiek barier i ograniczeń, co z kolei generuje poczucie wolności, pewności siebie, aktywności i otwartość na świat. Wszystkie badania potwierdzają, że jest to generacja ludzi, dla których ważniejsze stają się jakość życia i doświadczenia życiowe niż chęć posiadania. Są przeświadczeni o tym, że wszystko zależy od nich, na skutek czego ciągle szukają nowych wyzwań i satysfakcji z tego co robią. Ich cele życiowe są zróżnicowane, ale jako priorytet większość z nich wymienia: szczęście rodzinne, więzi towarzyskie, hobby, pasje czy po prostu potrzebę wolnego czasu, które to klasyfikują wyżej niż karierę i zarobki. Przywiązują szczególną uwagę do relacji i więzi międzyludzkich, skupiają się na przyjemnościach. Kreują model zrelaksowanego trybu życia tj.  $\frac{3}{4}$  czasu poświęcają na formy aktywności pozazawodowej czy to w formie wspólnego spędzania czasu w kawiarniach, pubach, na wspólnym gotowaniu czy uprawianiu sportów grupowych lub indywidualnych, przynoszących im odprężenie, przyjemność i przestrzeń własną do życia. Przy tym nie boją się zmian i nie liczą się z ryzykiem. Milenialsi są niezwykle pewni siebie, mają zaufanie do swoich umiejętności i przekonanie, że świat należy do nich. Są mobilni i nie przywiązani do miejsca a wszystko to w duchu poszukiwania własnej przestrzeni i spełnienia. Wybierają styl życia oparty na doświadczeniu a nie posiadaniu. Szukają przepisu na siebie i swojego miejsca, w oparciu o zupełnie inne wartości niż ludzie Generacji X. Istotne dla nich stają się pozamaterialne priorytety. Przyjęło się mówić, że to świat mediów cyfrowych wzmacnia ich egocentryzm, ale z drugiej strony otwiera ich na świat, innowacje i globalne problemy świata. Raport Agencji Spark & Honey „Poznaj Pokolenie Z” wymienia wszystkie egocentryczne cechy Milenialsów i pokazuje, jak nabiorą one na podwójnej sile w kolejnej Generacji Z. Czytamy w nim: „Zetki mają być absolutnie egoistyczne, narcystyczne, nastawione jedynie na własne potrzeby. A od otoczenia oczekują jeszcze więcej niż Igreci.” Z drugiej jednak strony pieniądze czy kariera nie stanowią dla nich istoty życia, a wręcz mają oni bardzo wysokie poczucie misji i zmieniania świata na lepszy. Idzie z tym w parze ich mocne zaangażowanie w problemy społeczne, gospodarcze świata oraz troska o środowisko. Mają wysoką świadomość zagrożeń oraz procesów globalnie wpływających na naszą przyszłość, bo żyją w sieci i w ciągłym otoczeniu informacji o globalnych zmianach i problemach całego świata. Dlatego ich wybory konsumenckie czy inaczej mówiąc podejście do materialnej sfery życia, zostały zdominowane przez wartości doświadczenia. Pierwsze polskie badanie Pokolenia Y z roku 2017,

---

<sup>3</sup> [https://www.researchgate.net/publication/329167346\\_Czy\\_pokoleniowosc\\_nam\\_sie\\_nie\\_przydarzy](https://www.researchgate.net/publication/329167346_Czy_pokoleniowosc_nam_sie_nie_przydarzy), the last update: 01.2007., str.135.



przeprowadzone przez Odyseja Public Relation przy współpracy z firmą badawczą Mobile Institute i domem mediowym Mexad, podsumowuje i wymienia kolejno priorytety polskich Igrków: po pierwsze „życie w chmurze”, gdzie dla polskich Milenialsów sieć to przede wszystkim społeczność, źródło więzi, rozrywki, relaksu, porad, inspiracji i zaangażowania społecznego. Po drugie przyjaźń i relacje z ludźmi. Z badania wynika, że dużo większą wagę niż wcześniejsze pokolenia przykładają do przyjaźni. Przyjaciół i znajomych wskazało jako priorytet aż 92 proc. Milenialsów (w stosunku do 85 proc. wskazań Pokolenia X). Po trzecie to sport, gdzie całe pokolenie jak wykazują badania jest aktywne: aż 32,5 proc. młodszych Milenialsów twierdzi, że ćwiczy przynajmniej dwa razy w tygodniu, wśród starszych Milenialsów grupa ta stanowi 26 proc. ogółu. Dla porównania wśród przedstawicieli Pokolenia X jest to 23,5 proc. Po czwarte to miasto jako miejsce pracy, rozrywki, relaksu i zawierania więzi a po piąte to muzyka. Aż 34 proc. starszych Milenialsów przeznaczają swój wolny czas na spotkania z przyjaciółmi i znajomymi na mieście.<sup>4</sup> Są to dane z pierwszych badań polskich Milenialsów z roku 2017, a kolejne lata, według badań, wykazują ciągły wzrost i masowość tych zjawisk dla tego pokolenia w Polsce.

Na podstawie wyżej przytoczonej charakterystyki Generacji Y można postawić tezę, że doświadczanie, aktywność, pielęgnowanie wartości emocjonalnych i czerpanie przyjemności oraz satysfakcji z życia to obszary zainteresowań, pasji i potrzeb tego pokolenia. Dobrym przykładem cech wspólnych całego pokolenia jest społeczność biegaczy wyłonionych spośród Igrków. Dla nich uprawianie tej dziedziny sportu to „Kult ciała – w poszukiwaniu równowagi życiowej i terapii dla umysłu”. Jest to społeczność ludzi, dla których środkiem spełnienia wszystkich wyżej wymienionych potrzeb, w tym przede wszystkim odnalezienie własnej przestrzeni do refleksji, satysfakcji, przyjemności, budowania relacji w grupie oraz źródło motywacji, jest dbanie o własną kondycję fizyczną i psychiczną, poprzez codzienne bieganie i współdzielenie tej pasji w grupach społeczności lokalnych oraz globalnych – internetowych mediach społecznościowych. Przestrzenią dla uprawiania tej dziedziny aktywności jest miasto, w którym żyje i funkcjonuje mój odbiorca. Szybkie tempo życia Pokolenia Y powoduje poszukiwanie takich form aktywności pozazawodowych czy form spędzania czasu wolnego, które dostępne są dla nich w każdym momencie dnia i w każdym miejscu, co pozwala dopasować je do ich rytmu dnia codziennego. Ponadto biegają oni w grupach budując i rozwijając swoje więzi z innymi biegaczami lub słuchają muzyki podczas samotnych biegów. Sam charakter tej aktywności sportowej bezpośrednio odpowiada na potrzeby Pokolenia Y, wskazane przez badania marketingowe, dlatego wybrałam tę społeczność jako grupę docelową mojej kolekcji.

Nawiązałam bezpośrednią współpracę z osobami urodzonymi w tym przedziale wieku oraz skupionymi wokół tej pasji. Oprócz wykazów danych marketingowych, które pokazują masowość uprawiania sportów dla Pokolenia Y, wybrałam tę właśnie grupę również ze względu na to, że jest to najbardziej przekrojowa reprezentacja pokolenia, przez pryzmat wykonywanych zawodów i statusu społecznego. W grupie biegaczy, których zaprosiłam do współpracy znajdują się: dr hab. medycyny i zawodowo ordynator szpitala (rocznik 1980),

---

<sup>4</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/)ostatnia aktualizacja 29.04.2017

trenerka tenisa ziemnego i snowboardu, absolwentka wydziału matematyki politechniki (rocznik 1994), rzeźbiarz i wykładowca artystycznej uczelni wyższej (rocznik 1983), menadżer produktu jednej z największych sieci polskich korporacji w dziedzinie wnętrzarskiej (rocznik 1993), menadżerka marketingu w branży budowlanej (rocznik 1984) oraz grafik freelancer (rocznik 1986). Nie istotny jest dla tej społeczności podział na status życia, wykonywany zawód oraz płeć. Łączy ich wspólna pasja, cele, motywacje i wspólna forma spędzania czasu wolnego.

Współpracując z każdym z uczestników projektu na drodze wywiadów, rozmów, obecności w ich aplikacjach internetowych wyłoniłam jedną wspólną funkcję, dla moich obiektów E( )MOTION, którą jest interakcja z przedmiotem poprzez emocje. Stanowi to również odpowiedź na jedną z głównych cech Pokolenia Y tj. potrzebę doświadczania. W tym celu odniosłam się do procesu projektowania w sposób indywidualny i spersonalizowany. Każdy przedmiot tworzę we współpracy z biegaczem, dla którego dedykowany jest obiekt, bo stanowi transformację graficzną i wizualizację jego własnych tras biegowych oraz odpowiada na jego indywidualną i jednostkową potrzebę. Dlatego obiekty emocjonalne E( )MOTION to obiekty osobiste i dedykowane dla konkretnej osoby i w zależności od indywidualnych celów, potrzeb i skali praktyk treningowych biegacza przyjmują zróżnicowaną skalę, rodzaj materiału i funkcję, w warstwie emocjonalnej oraz czysto użytkowej. Ich rola jest ściśle dopasowana do konkretnego użytkownika i skierowana na jego emocje powstałe podczas biegania. Cała kolekcja realizując potrzeby poszczególnych odbiorców składa się na całościowy obraz potrzeb mojej grupy docelowej, która stanowi reprezentację ludzi Pokolenia Y.

Powstały dwie grupy obiektów E( )MOTION. Pierwsza z nich to obiekty do wewnątrz, małe formy rzeźbiarskie, które przybierają rolę trofeów, statuetek i mają stanowić nagrodę, upamiętnienie i uhonorowanie za przebyte kilometry biegania, lub aby dać możliwość pochwalenia się przed innymi swoimi osiągnięciami. Jest „bizuterią wewnątrz” i jako taka stanowi wizualny obraz przemierzonych kilometrów tras biegowych. Uświadamia odbiorcy jaką przebył drogę od pierwszego treningu do ostatniego, jaką rozpiętość czasową i dynamikę miał ten proces. Mają skłonić odbiorcę do refleksji, od czego zaczynał i jaka była wówczas jego kondycja fizyczna i psychiczna, czym był dla niego ten czas treningów i w jakim miejscu znajduje się obecnie w swojej drodze doskonalenia ciała i umysłu. W tym kontekście stanowią formę pamiętnika, kalendarza biegacza i jako taki obiekt E( )MOTION spełnia rolę motywacyjno-refleksyjną. Przypomina o postawionych na początku celach i pomaga w wytrwałości ich realizacji. Estetyka przedmiotu pobudza wyobraźnię odbiorcy i przywołuje pozytywne emocje, bo przynosi dumę i satysfakcję, gloryfikację własnych osiągnięć. Z drugiej strony obrazuje intensywność aktywności fizycznej odbiorcy lub jej spadek i napędza go do działania i w konsekwencji wspiera go w jego dalszych aktywnościach fizycznych. Stanowi swojego rodzaju nagrodę za trud, ból, zmęczenie, wytrwałość w dążeniu do celu, przez co też motywuje. Spełnia rolę „pucharu” ale niepodobnego do tych jakimi sportowcy zapełniają swoje półki. Każdy dostaje szansę zbudowania własnego obiektu ze swoich dokonań treningowych. To proces „budowania swojej formy” w odniesieniu do sylwetki i obiektu. Jako, że moi biegacze należą do pokolenia cyfrowego, którego centrum życia, rozrywki i relacji z ludźmi, przenosi się do „sieci” (jak wykazują badania marketingowe oraz moja współpraca z nimi) wyrażają oni chęć pochwalenia się swoimi obiektami na forach internetowych,

funpage'ach i w mediach społecznościowych. Swoje osiągnięcia i ich dokumentacje przenoszą do sieci, gdzie na Instagramie, Facebooku czy Snapczacie dalej żyją aktywnie „polubieniami” i komentarzami do swoich dokumentacji biegowych. Poprzez obiekty, które powstają z ich tras biegowych mogą rejestrować i pokazywać światu swoje postępy treningowe, w postaci zdjęć obiektu artystycznego. W tym kontekście obiekt E( )MOTION staje się pretekstem do dyskusji, współdzielenia opinii i doświadczeń treningowych w społeczności internetowej. Jest przedłużeniem zaistniałych emocji powstałych podczas biegania oraz wygenerowaniem nowych, w oparciu o internetową grupę dyskusyjną biegaczy.

Na te same potrzeby moich odbiorców odpowiada druga grupa obiektów emocjonalnych kolekcji E( )MOTION, którą jest biżuteria w postaci brosz, naszyjników, wisiorów, pinsów. Przyjmuje ona inny charakter relacji emocjonalnej z odbiorcą, który podyktowany jest jej użytkową funkcją. Biżuteria jako dziedzina projektowania związana jest bezpośrednio z ciałem ludzkim, ubiorem. Jest elementem stylizacji, ale też przedmiotem osobistym, który możemy mieć przy sobie cały czas lub zakładać okazjonalnie. Jako przedmiot osobisty biżuteria E( )MOTION przyjmuje po pierwsze charakter wspomnieniowy - „pamiątki”, po drugie przedmiotu magicznego jako współczesny talizman oraz po trzecie informacyjny jako element wizerunku, stylizacji i autokreacji na tle społeczności biegaczy. Ten ostatni to dla pokolenia Igrków kreowanie wizerunku w sieci, które opiera się o dokumentowanie swoich codziennych, najczęściej wykonywanych i powtarzanych czynności, dzielnie się nimi z uczestnikami grupy, „like’owanie” lub komentowanie zdjęć innych oraz „hasztagowaniem” docieranie i zdobywanie nowych wielbicieli swojego „funpage’a”. Dla grupy moich odbiorców to moment, kiedy będą użytkować swoją biżuterię E( )MOTION stylizując ją z ubiorem w codziennych lub okazjonalnych sytuacjach. A następnie w mediach społecznościowych mogą wstawić „selfie” lub relację instastory w stylizacji z udziałem biżuterii E( ) MOTION, przez co stanie się ona częścią ich aktywności już pozasportowej i stanowić będzie element kreacji ich wizerunku.

Głównym i powstałym w procesie realizacji kolekcji nośnikiem emocji biżuterii E( )MOTION jest jej charakter wspomnieniowy, pamiątkowy oraz symboliczny i magiczny. Jako przedmiot osobisty jest rodzajem talizmanu powodzenia, sukcesu, poświęcenia, przyjemności, adrenaliny, mający przynieść szczęście, sukcesy i powodzenie w dalszych treningach. To przedmiot osobisty będący wyrazem dotychczasowych, indywidualnych dokonań treningowych biegacza, przypomina o nich i mobilizuje do wytrwałości w dążeniu do celu. Taki związek emocjonalny z przedmiotem ma korzenie w historii a nawet prehistorii naszej kultury. To talizmany od czasów prehistorycznych obrazowały historie kultur i najważniejszych dla nich obiektów kultu, przesądów, wierzeń, religii czy tematów codziennego życia szczególnie ważnych, cennych, o które troszczono się i zabiegano w danym obszarze i okresie historycznym. W swojej definicji talizman to z języka hiszpańskiego talismán, z arabskiego tilsam lub tilasm, co oznacza „*obraz magiczny z mistycznymi znakami przeciw czarom*”. Jest to przedmiot z przypisywanym mu działaniem magicznym, często małych rozmiarów, mający przynieść jego posiadaczowi szczęście lub chronić przed nieszczęściami.

Talizmany są czasem utożsamiane z amuletami, które zazwyczaj pełnią jedynie funkcje ochronne.<sup>5</sup>

Ja odwołałam się do roli talizmanu dla mojej biżuterii E( )MOTION, ze względu na taką potrzebę wykreowaną przez moich odbiorców. W trakcie realizacji kolekcji, rozmów i poszukiwania odpowiedzi na pytanie czym dla nich jest ta zawartość emocjonalna w obiekcie, jedną z potrzeb było posiadanie przedmiotu, który będzie symbolem dobrej passy, powodzenia i będzie przynosił im szczęście. Stanie się jednocześnie ich indywidualnym, unikatowym i osobistym przedmiotem. Moi badani dostrzegli i podkreślili wartość personalizowanego, ręcznie wytwarzanego przedmiotu, który zaprojektowany i zrealizowany w oparciu o ich własne doświadczenia, emocje stanowi już sam w sobie wartość emocjonalną, a osobisty wymiar czyni ten przedmiot dla nich magicznym. W rezultacie emocjonalny związek z przedmiotem stanowi podstawę w procesie tworzenia i użytkowania biżuterii E( )MOTION, a jej różnorodność podyktowana jest indywidualnymi potrzebami użytkownika/odbiorcy. Poprzez swoje obiekty buduję relację z moim odbiorcą i stawiam sobie za cel wspierać go w warstwie emocji i refleksji nad własnymi dokonaniem treningowymi, poprzez obiekty emocjonalne E( )MOTION, które stają się wyrazem jego stylu życia. Sama idea i koncepcja kolekcji są tożsame (budowane w oparciu o te same zasady), a każdy pojedynczy obiekt emocjonalny jest unikatem dedykowanym konkretnej osobie i spersonalizowanym wobec emocji własnych, wygenerowanych procesem biegania, każdego z osobna spośród grupy biegaczy.

---

<sup>5</sup> hasło „talizman” w: Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych Władysława Kopalińskiego





## ROZDZIAŁ II

### SPOŁECZEŃSTWO „W BIEGU” – CZYM JEST ZATRZYMANIE SIĘ?

#### (ROLA EMOCJI I PROCESÓW EMOCJONALNYCH W KOLEKCJI E( )MOTION)

Tytułowe emocje oraz potrzeba doświadczania ponad posiadanie Generacji Y, jak wskazują powyższe badania socjologiczne i marketingowe, to dominujące ich cechy pokoleniowe, które przekładają się na wszystkie warstwy ich życia. W mojej kolekcji główne założenie to odpowiedź na potrzebę doświadczania poprzez generowanie emocji u odbiorcy. Wobec tego kluczowe dla moich rozważań teoretycznych oraz działań projektowych jest zagadnienie: czym są emocje w ogóle, jakie są ich rodzaje oraz w jaki sposób odnoszą się do sfery treningów moich biegaczy. Czym jest tytułowa emocja w odniesieniu do definicji słowa, procesów emocjonalnych jakie zachodzą podczas biegania oraz moich obiektów E( )MOTION, w których emocje pełnią główną funkcję. Wyrażanie emocji, komunikowanie i wywołanie ich u odbiorcy, pozwala zrozumieć i projektować tak, aby to co nas otacza nie było tylko formą, strukturą, materią czy funkcją użytkową, ale też, aby docierać bezpośrednio do odbiorcy, pobudzać go lub wyciszać, przynosić mu przyjemność lub rozdrażnienie, czyli angażować go do odczuwania poprzez sztukę/design. Jest to sposób komunikowania sztuki/designu z odbiorcą. Punktem wyjścia do takiego podejścia do projektowania jest rozpoznanie tych emocji i procesów, ich rodzajów, źródeł, czynników które je wywołują lub niwelują oraz kontekstów, wobec których one występują.

Teorii emocji jest bardzo wiele i opierają się o badania w oparciu o różne dziedziny, min. psychologię emocji, psychologię dziecięcą, filozofię poznania, medycynę, sztukę. Począwszy od starożytnej Grecji i Arystotelesa przez Karola Darwina „O wyrazie uczuć u człowieka i zwierząt” przez Immanuel’a Kanta i Davida Hume, aż po teorie emocjonalistyczne Eugene Veron’a, Władysława Tatarkiewicza, Lwa Tołstoja, Curt’a Johna Ducasse’a czy Susanne K. Langer. Słowo emocja pochodzi z łac. *emovere* tj. w ruchu i oznacza stan znacznego poruszenia umysłu, świadome lub nieświadome silne, względnie nietrwałe, gwałtowne uczucia (stany afektywne) o silnym zabarwieniu i wyraźnym wartościowaniu (o charakterze pobudzenia pozytywnego lub negatywnego), poprzedzone jakimś wydarzeniem i ukierunkowane. Zdarza się, że dana czynność wywołuje równocześnie emocje pozytywne i negatywne.<sup>6</sup> Emocje to świadomy proces psychiczny, będący reakcją organizmu na bodźce. Jednak odczuwamy je niezależnie od siebie, bo to informacje o tym, że nasze ważne potrzeby są lub nie są zaspokajane. Mamy do czynienia z emocją, gdy np. oglądając rysunek swojego dziecka odczuwamy dumę, radość lub możemy poczuć złość, smutek, frustrację gdy nasz

---

<sup>6</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Emocja>

ulubiony wazon zostanie stłuczony. Emocje pojawiają się zatem pod wpływem tego co doświadczamy w relacji z otaczającym nas światem. Umiejętność ich uzewnętrzniania, wyrażania czy przekazywania w tym rozmawiania o nich, warunkują czynniki środowiskowe, rodzinne i społeczne w jakich się wychowujemy. Wyróżnia się trzy podstawowe źródła emocji. Po pierwsze głównym źródłem emocji są wszelkie bodźce odbierane przez nasze zmysły np. ciepło słońca, zapach kwiatów, powiew wiatru, dotknięcie czegoś. Po drugie to przedmioty lub obiekty, które nie budziły wcześniej żadnych uczuć, jak np. kontakt z jeziorem jest emocjonalnie obojętny jesienią, ale w trakcie letnich upałów jest źródłem przyjemności. Dla kogoś innego to samo jezioro może kojarzyć się z lękiem, jeżeli kiedyś tonął. Trzecie źródło emocji to sama możliwość realizacji potrzeby, gdzie dążenie do jej zaspokojenia może wpływać na emocje, bo gdy potrzeba wydaje się być zaspokojona pojawia się radość, podekscytowanie, dumą, natomiast gdy potrzeba zderza się z blokadą to wywołuje smutek, żal, lęk czy złość.

Wobec tak zdefiniowanych emocji i ich źródeł, moje obiekty emocjonalne składają się z nich w trzech warstwach: 1. Źródło ich powstania – emocje towarzyszące samemu bieganiu, które stanowią ich treść, 2. Proces powstawania obiektów – przy bezpośrednim udziale odbiorcy/biegacza, 3. Docelowe użytkowanie w rozumieniu funkcji, która ma mieć charakter czysto emocjonalny. Odwołując się do źródeł emocji biegaczy i obiektów E( )MOTION to po pierwsze bodźce zmysłowe jakich doświadczają moi odbiorcy podczas biegania, jak np. przyjemny wiosenny wiatr lub jesienna ulewa, przyjemne pełne słońce w środku zimy lub piekące i upalne słońce w środku lata, to zapachy pór roku i przyrody w parkach, w których biegają, czy duszący zapach smogu na ulicach miast. Po drugie to ich dążenie do zaspokojenia potrzeb, które otrzymują poprzez uprawianie tego sportu, jak: satysfakcja, przyjemność i dumą z przewyższania granic swojej fizyczności, w dbałości o kondycję fizyczną i psychiczną. W procesie tworzenia kolekcji to bezpośrednia współpraca z moim odbiorcą generuje kolejno emocje: ciekawość, radość z odkrywania świata projektowego i połączenia go z ich codziennymi praktykami biegowymi. Satysfakcja przy wyborze tras biegania, które stanowią punkt wyjściowy do projektowania. W odniesieniu do samego obiektu to bodźce dotykowe jakie odbierają moi odbiorcy w kontakcie z materiałem wykonania obiektu, jego powierzchnią oraz kształtem, raz przyjemnym, obłym, o zaokrąglonych i wygładzonych krawędziach a innym razem geometrycznym, kanciastym, o ostrych kątach. Wszystkie one stanowią odpowiedź na te pierwsze bodźce, które biegacze odbierają podczas biegania. Po drugie, sięgając do źródeł emocji, obiekty E( )MOTION dla zewnętrznych odbiorców mogą być inaczej odbierane, a dla biegaczy stanowią całe spektrum przeżyć i wrażeń, bo przypominają o chwilach ich biegania i sytuacjach, przeżyciach z nimi związanych. Po trzecie już sam fakt uprawiania przez nich wybranej dziedziny sportu, jakim jest bieganie, stanowi dążenie do zaspokajania potrzeb, jakimi są m.in. dbanie o własną kondycję czy pozbywanie się zbędnych kilogramów podczas biegania lub też nawiązywanie kontaktów i więzi z innymi biegaczami we wspólnych treningach czy przewyższanie barier swoich fizycznych możliwości w bieganiu maratonów. Długie i mozolne treningi raz wywołują negatywne emocje a sukcesy i pokonywanie coraz dalszych dystansów w krótszym czasie budzą emocje pozytywne. Zapis graficzny tras biegania, ich złożoność, podobieństwo kształtów i wielkości oraz ich różnorodność ilustrują ten proces i w symboliczny sposób obrazują etapy na jakich są biegacze

w swoich osiągnięciach treningowych. Informują zatem na ile zbliżają się do zaspokojenia swojej potrzeby.

Nawiązując do samej definicji emocji bieganie dla moich odbiorców jest też sposobem pozbywania się tych negatywnych, jednostkowych emocji, które towarzyszyły im podczas dnia codziennego, wywołanych drobnymi porażkami lub nieprzyjemnymi impulsami z otoczenia. Bieganie to dla nich czas na przemyślenia, skupienie, refleksję i poszukiwania źródeł tych negatywnych emocji, których doświadczyli podczas dnia czy tygodnia. Wysiłek fizyczny rozłożony w czasie wyznaczonej przez siebie trasy biegu jest sposobem na przezwycięzenie codziennych, przelotnych, złych emocji, jest podsumowaniem dnia w skupieniu tylko na swojej fizyczności i emocjach. Dla porannych biegaczy to z kolei sposób na zgromadzenie pozytywnych emocji na cały dzień. To cykliczne i wydawałoby się monotonne i wymagające wytrwałości uprawianie biegania jest formą analizowania własnych codziennych emocji i odnajdywaniem tych pozytywnych. Sam czas biegania uspokaja te zgromadzone wcześniej impulsywne reakcje emocjonalne i już poprzez samo rozpoznanie ich źródła daje poczucie relaksu, odprężenia i oczyszczenia. Ból związany z wysiłkiem fizycznym czasem wprawia w stan wyłączenia umysłu i skupienia się tylko na swojej fizyczności. Sam proces biegania w tym przypadku odwołuje się do potrzeby oderwania od codziennych spraw, wyciszenia, koncentracji i uzyskania stanu równowagi i spokoju, w czym przypomina praktyki medytacji znamienne dla kultury Wschodu. Moje obiekty emocjonalne natomiast przedłużają ten czas „zatrzymania się”, oderwania od codzienności i skoncentrowania na pozytywnych emocjach i refleksji, poprzez samą kontemplację obiektu E( )MOTION, który stanowi przedmiot skojarzeń, wspomnień związanych z określonym etapem, odcinkiem czy wydarzeniem biegowym. Już samo obcowanie z obiektem przywołuje w wyobraźni obrazy związane z emocjami podczas konkretnych biegów lub daje całościowe podsumowanie etapu własnych osiągnięć treningowych. Przez to sam w sobie obiekt E( )MOTION odpowiada na tą samą potrzebę co bieganie tj. oddania się refleksji, wyciszenia, zatrzymania i pobycia sam na sam ze swoimi myślami, emocjami. Z drugiej strony może budzić niepokój i negatywne emocje, gdy obiekt przypomina o porażce lub niesatysfakcjonującym biegacza efekcie treningów. Uświadamia wtedy co stanowi blokadę w dążeniu do spełnienia potrzeby jaką wyznaczył sobie biegacz i przybiera rolę motywującą.

Motywacja wychodzi poza sam obszar definicji emocji i zajmuje równoważne miejsce obok niej w klasyfikacji szerszego pojęcia, jakim jest proces emocjonalny. Procesy emocjonalne jak podaje słownik to procesy psychiczne, które poznaniu i czynnościom podmiotu nadają jakość oraz określają znaczenie, jakie mają dla niego będące źródłem emocji przedmioty, zjawiska, inni ludzie, a także własna osoba.<sup>7</sup> Ze względu na wielość pojęć, które odnoszą się do stanów emocjonalnych większość badaczy zgadza się co do klasyfikacji procesów emocjonalnych na: 1. uczucia, 2. afekty, 3. emocje, 4. motywacje, 5. nastroje, 6. namiętności, 7. sentymenty, 8. pasje. Emocje, które omówiłam powyżej odczuwamy niezależnie od samego siebie. Są naszą reakcją na to, co się stało. Są ekspresją smutku bądź ekspresją naszej radości. Uczucia z kolei powstają z czasem, w dużo bardziej skomplikowany sposób niż emocje. Możemy nad nimi zapanować zmieniając nasz sposób myślenia. Uczucia

---

<sup>7</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Emocja>

stanowią interpretację emocji, dokonywaną na podstawie zakodowanych w pamięci człowieka wzorów kulturowych i doświadczeń oraz podyktowanej nimi oceny sytuacji. W momencie, kiedy rozpoznamy, uświadomimy sobie i zinterpretujemy pojawiającą się emocję, nadajemy jej określonego znaczenia w oparciu o wiedzę, o właściwych temu uczuciu konotacjach kulturowych i wtedy staje się uczuciem. Niekiedy używa się pojęcia uczucia do określenia zarówno emocji, nastroju jak i sentymentu, co wynika z wielości pojęć, stanów afektywnych i nakładaniu się ich na siebie. Wyróżnia się też uczucia wyższe, do których należą min. uczucia moralne – etyczne, estetyczne czy intelektualne. Afekty to pojęcie używane często jako synonim emocji i są to uczucia powstające najczęściej pod wpływem silnych bodźców zewnętrznych, zwłaszcza działające nagle, jak: gniew, złość, rozpacz, radość, strach i posiadające wyraźny komponent fizjologiczny oraz charakter ograniczający racjonalność działania. Nastroje to uczucia o spokojnym przebiegu, mniejszym nasileniu i dłuższym czasie trwania, np. nostalgia, tęsknota, samotność. Sentymenty odnoszą się do trwałych sympatii lub antypatii. Pasja to uczucia bardziej trwałe i intensywne, ściśle skierowane na zainteresowanie określoną dziedziną, jak np. bieganie. Namiętność z kolei choć odnosi się dzisiaj w potocznym rozumieniu przede wszystkim do zmysłowo-seksualnej sfery, jednak na gruncie filozoficznym i psychologicznym ma znaczenie bardziej zbliżone do pasji. Namiętnościami definiowane są trwałe skłonności do przeżywania różnych nastrojów i afektów w związku z określonymi celami dążeń człowieka. Namiętności mają dużą siłę pobudzającą, ukierunkowują myśli, spostrzeżenia, pamięć i inne procesy psychiczne.<sup>8</sup>

W tym kontekście pasja i namiętność to procesy emocjonalne, które stanowią podstawę i ogniwo łączące grupę moich odbiorców, bo stanowią uzasadnienie dla uprawiania dziedziny sportu jakim jest bieganie. Ich pasja do uprawiania tego rodzaju sportu to forma stylu życia. Jest sposobem stałego dostarczania lub uspokajania emocji pozazawodowych, indywidualnych, osobistych oraz źródłem nawiązywania i utrzymywania więzi z ludźmi spośród grup biegaczy lokalnie czy globalnie w sieci i dzielenia się z nimi swoimi biegowymi doświadczeniami, sukcesami, trudnościami i sposobami na ich przewyżczanie. Istotne dla biegaczy są też powody, dla których biegają i te z kolei odnoszą się najczęściej do procesu emocjonalnego jakim jest nastrój. Mają wtedy związek z nostalgią za wolnością i brakiem ograniczeń, przewyżczaniem samotności w przypadku biegania grupowego i budowania relacji wewnątrz tej społeczności, tęsknotą za piękną sylwetką. Innym powodem jest osiągnięcie utrzymującego się nastroju radości poprzez pracę nad dobrą kondycją i samopoczuciem, na drodze uprawiania tego sportu. Moje obiekty emocjonalne ilustrują tę pasję i stanowią rodzaj wizualnej, przestrzennej odpowiedzi na nie. Są wyrazem komunikacji odbiorcy z samym obiektem jak i z innymi biegaczami.

W procesie biegania jak i dla moich obiektów emocjonalnych najistotniejszą rolę obok „czystej” emocji, którą omówiłam wyżej, jest również motywacja. Motywacja to z łaciny „motivus”, czyli ruchomy lub „motus” tj. ruch.<sup>9</sup> Pojęcie to oznacza stan gotowości do podjęcia określonego działania, zespół procesów psychicznych i fizjologicznych wzbudzony potrzebą oraz określający podłoże zachowań i ich zmian. Jest to wewnętrzny stan człowieka, mający

---

<sup>8</sup> ibidem

<sup>9</sup> <http://www.slownik-online.pl/kopalinski/8ADB032322899755C12565DF0037B1DF.php>

wymiar atrybutowy. Istotę stanowią tutaj procesy motywacyjne, które składają się z zespołu pojedynczych motywów i kierują wykonywaniem pewnych czynności tak, aby prowadziły do zamierzonych wyników. Do procesów motywacyjnych zalicza się: wzbudzenie energii, ukierunkowywanie wysiłku na cel, selektywność uwagi w stosunku do bodźców – zwiększenie wrażliwości na bodźce istotne, zorganizowanie reakcji w zintegrowany wzorzec, kontynuowanie czynności dopóki warunki, które ją zapoczątkowały nie ulegną zmianie, pobudzenie emocjonalne – dodatnie gdy zamierzenia zostały zrealizowane. Motywacje dzieli się na zewnętrzną i wewnętrzną. Ja w swojej analizie odnoszę się do motywacji wewnętrznej, której aktywizacja następuje, gdy człowiek dąży do zaspokojenia swoich potrzeb. Jest to *"tendencja do podejmowania i kontynuowania działania ze względu na jego treść"*.<sup>10</sup> Cechą określającą motywację wewnętrzną jest ciekawość, czynnikami motywującymi są właściwości będące wynikiem wzajemnego porównywania bodźców, docierających do jednostki aktualnie bądź zakodowanych w strukturach pamięciowych, jak: wieloznaczność, niewyraźność, nowość, złożoność, dziwność, niezgodność.<sup>11</sup> Rozróżnia się też motywację negatywną i pozytywną. W przypadku moich odbiorców występuje motywacja pozytywna, zwana też dodatnią, a która związana jest z zachowaniem dążenia do czegoś, które to dążenie jest tym silniejsze im bliższa jest droga do zapowiadanej nagrody. Motywacja pozytywna umożliwia człowiekowi osiągnięcie lepszego poziomu zaspokojenia potrzeb.

Aby przeanalizować rolę motywacji w procesie treningowym biegaczy zwróciłam uwagę na kilka czynników: czym są motywacje biegania, jakimi cechami można je określić i co stanowi dla nich zapowiadaną nagrodę. Cele biegania przeplatają się z pasjami, namiętnościami biegaczy i wyrażone są poprzez tę formę codziennych aktywności fizycznych. Są one bardzo różne, ale do najbardziej typowych należą: dążenie do osiągnięcia smukłej i wysportowanej sylwetki, sięganie do granic swojej wytrzymałości fizycznej i psychicznej, lub po prostu dbanie o dobrą kondycję fizyczną, potrzeba akceptacji w grupie, zawiązania więzi skupionych wokół wspólnych celów i dążeń, zarówno w samym procesie biegania jak i poza nim tj. poprzez media społecznościowe. Celem jest przebiegnięcie konkretnego maratonu czy ich kolekcjonowanie z coraz lepszymi wynikami. Zdobywanie statuetek, medali i nagród dla siebie indywidualnie, lub w celu pochwalenia się przed innymi. Jednym z wyłaniających się bardzo mocno celów uprawiania biegania jest osiągnięcie stanu refleksji, oderwania od szybkiego i intensywnego trybu życia w korporacji i zatrzymania się na sobie, własnych emocjach i czerpanie przyjemności z życia, w oderwaniu od codziennych obowiązków. Celem jest tutaj zdobywanie własnej przestrzeni, wyciszenie, stan kontemplacji. Można zatem nadać kilka cech tym motywacjom: potrzeba wolności, aktywności, otwartości, nowości, odwaga i determinacja, wytrwałość, pewność siebie, a z drugiej strony potrzeba bliskości, przyjemności, odprężenia i spełnienia. To poszukiwanie i ciekawość, przewycięzanie swoich ograniczeń, barier i granic własnej cielesności i psychiki. Odnosząc się do samej definicji motywacji wewnętrznych to jakby uszczegółowiony jej opis, poczynając od ciekawości sprawdzenia granic swojej fizyczności i poznania siebie w sferze psychicznej, poprzez całą złożoność procesów biegania i ich wieloznaczność. To opis tego jak codzienne treningi dostarczają bólu fizycznego, są próbą wytrzymałości i wytrwałości, poświęcenia czasu

---

<sup>10</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Motywacja>

<sup>11</sup> W. Szewczuk (red.) Słownik psychologiczny, Warszawa 1985, Wiedza Powszechna, hasło motywacja.



a z drugiej strony źródłem więzi, relaksu, odprężenia, spokoju, wyciszenia i w końcu satysfakcji, spełnienia i przyjemności. Bieganie to aktywność będąca dla jednych dyscypliną sportu a dla drugich czystą rekreacją. To kreowanie sposobu na życie, bo wymaga dostosowania odpowiedniego trybu odżywiania i diety, planowania harmonogramu dnia względem treningów, odpowiednich ćwiczeń mięśni, opracowywania tras biegowych względem ilości kilometrów. To zapisywanie tras biegów w aplikacjach, analizowanie ich, dzielenie się nimi w społeczności internetowej biegaczy i wzajemne komentowanie w sieci swoich osiągnięć – chwalenie się nimi, motywowanie i budowanie relacji w grupie ludzi o tej samej pasji. To złożoność i wieloznaczność tej dziedziny aktywności sportowej. Cechy motywacji moich biegaczy są transformacją cech pokoleniowych Milenialsów. Podobnie w moich obiektach, graficzny zapis tras biegaczy jest poddany transformacji w obiekty przestrzenne, które zawierają i przedstawiają te potrzeby, emocje i motywacje, które towarzyszyły im podczas biegania.

Moją intencją w kolekcji E( )MOTION było przedstawienie tych motywacji i emocji w obiektach emocjonalnych, w sposób symboliczny, wieloznaczny i złożony. To moja wypowiedź artystyczna wychodząca poza ramy tradycyjnej biżuterii czy statuetki /rzeźby i wyrażona w technikach własnych budowania kompozycji, celem zilustrowania i oddania cech pokolenia Igreków. Z jednej strony to właśnie wolność, nowość i otwartość procesu tworzenia i wchodzenia pomiędzy dziedziny sztuki i projektowania, a z drugiej strony to bliskość, przyjemność i odprężenie, kontemplacja, jaką mają dawać moje obiekty biegaczom w sposób indywidualny, bezpośredni, spersonalizowany, w obcowaniu z przedmiotem, współtworzonym przy ich udziale. Kolekcja E( )MOTION jest obok nagrody głównej biegaczy tj. realizacji ich uświadomionych motywacji, etapem pomiędzy, elementem wspierającym ich i dodatkowo motywującym do realizacji tych właściwych celów treningowych. Jako taka stanowi postać obiektu - statuetki, nagrody za już dokonane osiągnięcia i wytrwałość w procesie dążenia do nich oraz rodzaj pamiątki, talizmanu, przedmiotu osobistego jako symbolu własnych sukcesów.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 9”, obiekt-obręczka 4x4x1cm, (il.17).

## ROZDZIAŁ III

### EMOCJONALIZM W SZTUCE I DESIGNIE

#### (TEORIE SZTUKI EMOCJONALISTYCZNEJ A WSPÓŁCZESNY NURT PROJEKTOWANIA EMOCJONALNEGO)

W kolekcji obiektów emocjonalnych E( )MOTION poruszam zagadnienia związane z odczuwaniem, emocjami moich odbiorców i angażuje ich bezpośrednio w sam proces projektowy, tak aby wzmocnić ich związek emocjonalny z dziełem. W teoriach emocjonalizmu w sztuce szukano różnych jej związków z emocjami czy to samego twórcy, czy emocji w przedmiotach, postaciach i obiektach przedstawianych w dziele, bądź samego faktu oddziaływania na odbiorcę w sposób emocjonalny przez odbiór dzieła. Wyrażanie emocji, komunikowanie i wywołanie ich u odbiorcy, pozwala zrozumieć i projektować tak, aby to co nas otacza nie było tylko formą, strukturą, materią czy rzeczą użytkową. Pozwala docierać bezpośrednio do odbiorcy, angażować go do odczuwania poprzez sztukę i design. Podbudową teoretyczną dla takiej teorii jest zwrócenie uwagi na projektantów i artystów nurtu Emotional Design oraz źródeł ich twórczości w teorii sztuki emocjonalistycznej i ekspresji w sztuce, jako obszarów działalności teoretycznej, projektowej i artystycznej, której istotą jest skupienie się na procesach emocjonalnych. Aby zbadać grunt i osadzić moje działania artystyczne w kontekście emocjonalnej sztuki i designu przytoczę kilka istotnych dla tego nurtu teorii i rozważań teoretyków sztuki w historii oraz współczesne działania nurtu Emotional Design.

Poniższa analiza zagadnienia emocjonalizmu w sztuce i designie służy przybliżeniu faktu, jak istotne było i jest to zagadnienie dla sztuki i komunikowania się poprzez nią z odbiorcą, zarówno w kontekście do historii oraz współczesności. Jednym z istotnych elementów komunikowania się sztuki i designu ze swoim pokoleniem, we wszystkich epokach, była emocja. Pierwsza rozwinięta i usystematyzowana teoria emocjonalistyczna sztuki powstała w końcu XIXw., w roku 1878, kiedy Eugene Veron w książce pt. „L'esthetique” podał swoją ogólną definicję sztuki.<sup>12</sup> Sam emocjonalizm w teorii sztuki definiowany jest jako upatrywanie istoty sztuki w wyrażaniu, ucieleśnianiu i komunikowaniu przeżyć emocjonalnych. A teorie emocjonalistyczne to te, które w ten sposób interpretują teorię sztuki. Teoriom emocjonalistycznym najczęściej przeciwstawiane są teorie formalistyczne i intelektualistyczne a najbliższe im są teorie ekspresjonistyczne. Te ostatnie nakładają się z teoriami emocjonalistycznymi sprowadzając sztukę w najogólniejszym ujęciu do ekspresji emocji. Pierwszy traktat teoretyczny określający sztukę emocjonalistyczną Eugena Verona,

---

<sup>12</sup> Bohdan Dziemiłok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, str.37.

mimo iż ogólny i niedoprecyzowany, jednak dał początek i inspirację kolejnym teoretykom. W swojej koncepcji Veron zdefiniował sztukę jako zewnętrzną manifestację emocji, która może być osiągnięta przez ekspresywnie zorganizowane linie, formy i kolory bądź rytmicznie uporządkowane gesty, dźwięki czy słowa. A ostatecznym miernikiem wartości dzieła sztuki jest siła emocji manifestowanych przez to dzieło. W ten sposób postrzegał on sztukę jako swoisty język emocji.

Władysław Tatarkiewicz w swoim traktacie teoretycznym pt. „Droga przez Estetykę” ekspresję w szerokim tego słowa znaczeniu definiuje jako „*jakikolwiek udział uczucia w zjawisku*”<sup>13</sup>, co dla sztuki oznacza, że ekspresyjna jest każda sztuka emocjonalna kierowana uczuciami i działająca na uczucia, wzbudzająca uczucia i przemawiająca do nich. Stąd pośród analizy wielu odmian ekspresji jakie znajdziemy w tym traktacie, dla kontekstu mojej analizy, istotna jest ekspresja dzieła, w definicji której autor rozróżnia potrójną ekspresję dzieła. Po pierwsze to wyrażanie uczuć rozumiane jako dzieło będące wyrazem przeżyć artysty, gdzie poprzez dzieło odbiorca obcuje z samym twórcą. Po drugie to przedstawianie uczuć, które ma szczególne miejsce w sztuce przedstawiającej i gdzie odbiorca ma przedstawione przeżycia postaci w nim zawartych np. osoby portretowanej. Po trzecie i kluczowe dla współczesnych poglądów oraz sztuki współczesnej to wzbudzanie i wywoływanie uczuć odbiorcy, gdzie oprócz wyrażania przeżycia artysty i przedstawiania uczuć w dziele, istotny staje się czynnik w jaki sposób to dzieło wywołuje uczucia, oddziałuje na odbiorcę. W tym rozumieniu ekspresji dzieła, przyjmuje ono funkcję ewokacji tj. wywoływania uczuć i za taką sztukę uznaje się sztukę emocjonalną.<sup>14</sup> Dalej Tatarkiewicz tłumaczy ekspresje w szerszym znaczeniu jako tą, która „*powinna przemawiać do uczuć*” i która „*sprzyja marzeniom*”. Powołuje się na przykłady m.in. pierwszego mima naszych czasów Marcela Marceau oraz podaje cytaty Aleksandra Rafałowskiego cyt. „*ekspresja to silne zderzenie*” czy Henryka Stażewskiego cyt. „*ekspresja to ostrość działania formy*”.<sup>15</sup> Wszyscy oni zwracają uwagę na to co stanowi klucz w sztuce, a zatem najważniejsze jest, aby dzieło silnie działało, uderzało i wtedy posiada ekspresję. Nie istotne jest natomiast, która ekspresja składa się na ten ostateczny cel, czy to dzieło wyraża uczucia artysty czy przedstawia uczucia innych, ważne jest, aby całościowo „*silnie uderzało*” czyli wywoływało emocje u odbiorcy.

Bardziej radykalną teorię ekspresji w sztuce podaje Rudolf Arnheim w traktacie teoretycznym pt. „Sztuka i Percepcja Wzrokowa”<sup>16</sup> wchodząc w bezpośrednią polemikę z teorią Wł. Tatarkiewicza. Według Arnheima ekspresja to dynamiczne cechy kształtów, przedmiotów, barw i wydarzeń, które są nieodłącznym aspektem wszystkich doznań wzrokowych. Co oznacza jego zdaniem, że bezpośrednia i powszechna obecność dynamiki składa się na bezpośrednią ekspresję przedmiotów. A skoro te same w sobie posiadają ekspresję, to stanowią wyraz uczuć. Według tej teorii niemożliwe jest oddzielenie wartości estetycznej od ekspresyjnej jako cech wspólnych każdego przedmiotu. Jego zdaniem każdy przedmiot ma dynamiczne cechy czy to jest na przykład: cyfra, krzesło czy płytką bizantyjską. Stąd opis przedmiotu to nie tylko pomiar wielkości, kształtu i długości fal prędkości. A wynika

<sup>13</sup> Władysław Tatarkiewicz, „Droga przez estetykę”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1972r., str.134.

<sup>14</sup> Ibidem, str.127-128

<sup>15</sup> Ibidem, str.134-135

<sup>16</sup> Rudolf Arnheim, „Sztuka i percepcja wzrokowa”, Ekspresja, Wydawnictwo Oficyna, Łódź 2004, str.469-486.

to z tego, że własności dynamiczne są strukturalne, co oznacza, że doznajemy ich zarówno zmysłem wzroku, słuchu, dotyku i odczuciami mięśniowymi. Wyrażają one również naturę i zachowanie ludzkiego umysłu wpisanego w daną kulturę, społeczność, środowisko w jakim żyje. Strukturalne właściwości to nie tylko to co możemy uchwycić zmysłami, ale też obraz znaczeń, treści kulturowych, celów, wartości dyktowanych przez społeczeństwo. Arnheim powołuje się na słowa prof. Josepha Weizenbauma: *„Metafory i analogie poprzez zestawienie razem różnych kontekstów, prowadzą do powstania nowych sposobów patrzenia”*.<sup>17</sup> Arnheim w swojej teorii ekspresji jest zatem zwolennikiem postrzegania wszystkimi zmysłami świata, poprzez ekspresję jaką posiada każdy przedmiot czy zdarzenie, co w szczególności odnosi do sztuki i artystów. Zgodnie z jego teorią działanie sztuki i jej wyraz zawarte są w ekspresji i przekazie emocji, nastrojów, które to obok kształtu, formy i kierunków, są taką samą i równoważną właściwością, elementem składowym każdego przedmiotu/zdarzenia.

Kolejną ciekawą i znaczącą dla współczesnych teoretyków emocjonalizmu, szczególnie na gruncie amerykańskim, jest rozprawa z roku 1898 pt. *„Co to jest sztuka”* autorstwa Lwa Tołstoja. Ciekawa, ze względu na swoją skrajnie utopijną teorię sztuki w niej zawartą, przez co sklasyfikowana została przez historyków sztuki jako rozprawa z pogranicza osobistego manifestu artystycznego a traktatu moralisty. Mimo to traktowana jest jako jeden z klasycznych tekstów do dyskusji teoretycznej. Lew Tołstoj zdefiniował i poddał analizie teorię sztuki, której za najistotniejszą cechę przyjął ekspresję emocji. To co jest kluczowe dla jego teorii sztuki to uczucia i „zaraźliwość emocjonalna” jako jedyne cechy odróżniające prawdziwą sztukę od naśladowczej, a stopień tej „zaraźliwości” jest jedynym kryterium dzieła sztuki. Przy czym najistotniejszy dla niego jest fakt, że odbiorca tak bardzo integruje się z artystą, aby dzieło w jego odczuciu stało się jego własnym. Poprzez zawartość emocji i uczuć, które ten utwór/dzieło zawiera, a z którymi utożsamia się odbiorca tj. według teorii Tołstoja „zaraża się” nimi, znika w świadomości odbiorcy podział pomiędzy nim a artystą. Dzieło staje się wyrazem wspólnych uczuć i emocji artysty i odbiorcy. Uczucia te nie podlegają wartościowaniu. Tołstoj jako istotne dla sztuki traktuje każde doznanie emocjonalne czy to przelotne nastroje, emocjonalne zabarwienia, wrażenia zmysłowe czy trwałe uczucia estetyczne, namiętności ludzkie czy głębokie stałe uczucia. Żadnego z uczuć nie preferuje, nie hierarchizuje i nie wyróżnia. Każde z nich jest istotne dla rozwoju emocjonalnego i duchowego człowieka i społeczeństw. Sztuka według Tołstoja jest środkiem komunikacji i rozwoju ludzkości na polu emocji. Sztuka jest *„działalnością ludzką polegającą na tym, że jeden człowiek świadomie za pomocą pewnych znaków zewnętrznych przekazuje innym przeżywane przez siebie uczucia”*.<sup>18</sup> Tak jak przekazywanie myśli odbywa się za pomocą słów, symboli wyrażających te myśli, tak komunikowanie uczuć odbywa się poprzez sztukę i polega na „zarażaniu” uczuciami. Przedmiotem sztuki są zatem uczucia ludzkie a sztuka jest tak zorganizowaną ekspresją uczucia przeżytego wcześniej przez artystę, aby „zarażać” tym samym uczuciem odbiorcę, dając mu możliwość, aby sam przeżył to uczucie, którego być może wcześniej nie doznał. *„Zaraźliwość emocjonalna jest właśnie według Tołstoja jedyną cechą odróżniającą prawdziwą sztukę od naśladowczej, a stopień tej „zaraźliwości” jest jedynym kryterium*

---

<sup>17</sup> Ibidem, str.470

<sup>18</sup> Lew Tołstoj *„Co to jest sztuka”*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1980, str.83-91



wartości dzieła sztuki”.<sup>19</sup> W takiej postaci teoria Lwa Tołstoja uznana została za skrajną i utopijną, niemniej jednak dała podwaliny pod kolejne teoretyczne rozprawy, na temat sztuki emocji na gruncie estetyki amerykańskiej.

Kontynuator myśli Verona i Tołstoja, profesor filozofii w University of Washington i Brown University, Curt John Ducasse w 1929r. w „The Philosophy of Art” syntetycznie wyłożył swoją teorię sztuki i zjawisk estetycznych, odnosząc się do zagadnień poruszanych przez swoich poprzedników. Zgodził się on z nimi co do faktu, że sztuka to język uczuć. Uważał jednak, że błędna była teoria Tołstoja, iż sztuka jest bezpośrednią formą przekazywania uczuć własnych artysty i ich komunikowaniem, a bliższy był Veronowi z upatrywaniem istoty sztuki w ekspresji uczuć. Jego zdaniem sztuka jako świadoma i celowa działalność, jest odpowiedzią na potrzebę emocjonalną każdego człowieka, co nazywa szczególną potrzebą naszej natury. Dzieło sztuki według niego to przedmiot, który ma wywoływać u odbiorcy uczucie, które artysta przedstawia w nim w sposób zamierzony. Nie muszą to być przeżycia własne artysty i nie chodzi o „zarażanie” nimi, tak jak w teorii Tołstoja, tylko o ich obiektywizację w dziele. Celem sztuki według Ducasse’a jest zatem obiektywizacja uczuć w sztuce i kontemplacja. Nie odrzuca on teorii, że sztuka może wyrażać również myśli, jednak nie jest to celem sztuki, jego zdaniem. Używając sformułowania kontemplacja wyjaśnia czym ona jest i jednocześnie odrzuca tołstojowską teorię empatii w odbiorze sztuki. Istotą kontemplacji według Ducasse’a nie jest postrzeganie całego przedmiotu, a wydobycie uczuciowego waloru dzieła. Podkreślając rolę uczuć w kontemplacji estetycznej tworzy pojęcie ekpatii, które występuje w opozycji do tołstojowskiej empatii. Ekpatia Ducasse’a polega na estetycznym odczytywaniu czy wychwytywaniu uczuć z dzieła, gdzie odbiorca „nie zaraża się” uczuciami własnymi artysty i nie wciela w nie własnych uczuć, poprzez wczuwanie się w kontemplowane dzieło, tylko „odczytuje” zawarte w dziele i zobiektywizowane uczucia. Dalej tłumaczy, że te zobiektywizowane w dziele uczucia w procesie twórczym czy ich odczytywanie w drodze kontemplacji nie są uczuciami rzeczywistymi. W procesie twórczym nie chodzi bowiem o wyładowanie własnych uczuć czy odczuwanie tych uczuć przez artystę w trakcie tworzenia, ale o przemyślane wyrażanie określonych uczuć w sposób obiektywny. Co oznacza, że artysta w momencie tworzenia dzieła, na przykład mającego wyrażać smutek, nie musi czy nawet nie powinien być smutny. Kompozycja muzyczna, która obiektywizuje smutek ma wywoływać u odbiorcy wyobrażenie tego smutku jego iluzję, a nie w sposób rzeczywisty go zasmucić. Ducasse rozróżnił zatem uczucia prawdziwe i wyobrażone, a kontemplacją nazwał odczytywanie przez odbiorcę tych uczuć zawartych w dziele tj. wyobrażonych i odbieranie ich emocjonalnego znaczenia. Ducasse dzieło sztuki uważa za bezpośredni symbol uczucia estetycznego, a odbiór dzieła sztuki za odczytywanie jego uczuciowego znaczenia.<sup>20</sup>

Tę emocjonalistyczną teorię sztuki rozwinęła i rozszerzyła Susanne K. Langer w stronę symboliczno-emocjonalistycznej teorii sztuki. Pierwszą swoją teorię odniosła do muzyki w „Philosophy in a New Key” z 1942r., a drugą przełożyła na dziedzinę sztuki w „Problems of Art” z 1957r. Podaje w niej swoją definicję sztuki cyt. „*dzieło sztuki jest formą ekspresywną*

---

<sup>19</sup> Bohdan Dziemidok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, str.41

<sup>20</sup> Ibidem, str.44-47

przeznaczoną do postrzegania zmysłowego lub imaginacyjnego, a tym, co ono wyraża, jest uczucie ludzkie”.<sup>21</sup> Langer postawiła tezę, że sztuka wyraża „idee uczuć” a nie rzeczywiste uczucia twórcy i odbiorcy. Istotą sztuki jest, według niej, symboliczna ekspresja uczuć. Uczucia są integralnym elementem struktury dzieła i stanowią o jego znaczeniu, przy czym są one wyrażone w dziele w sposób symboliczny. Symbol, Langer rozumie jako wszystkie środki wyrazu, które mogą być użyte do konceptualizowania i abstrakcyjnego przedstawiania uczucia. Stąd uczucia zawarte w dziele są „ideami uczuć”, ponieważ artysta wyraża je poprzez tworzenie symbolicznych form, mających prezentować ogólne uczucia ludzkie. K. Langer przypisuje artyście zdolność do intuicyjnego uchwycenia symbolicznych form uczucia, których to uczuć mógł sam nigdy wcześniej nie przeżyć, ale posiada umiejętność ich znalezienia i wyrażenia w dziele, w postaci postrzegalnych form ekspresyjnych. Samo słowo uczucie Langer traktuje bardzo szeroko, jako wszystko co podlega odczuwaniu „*everything that can be felt*”.<sup>22</sup> Są nimi zarówno przelotne wzruszenia, nastroje, doznania zmysłowe jak i najbardziej złożone emocje, napięcia intelektualne i trwałe uczucia, namiętności. W „*Problems of Art*” Langer definiuje sztukę jako dziedzinę, która wyraża uczucia ludzkie i stanowi formę ekspresywną przeznaczoną do postrzegania zmysłowego lub intuicyjnego. W „*Philosophy in a New Key*” odnosi tę sama kwestię do muzyki i tłumaczy, że muzyka wyraża i przedstawia wiedzę kompozytora o uczuciach ludzkich. Jest logiczną ekspresją uczuć w ogóle, bo jest formą wyrażania i przedstawiania emocji, nastrojów, napięć i odprężeń psychicznych, ale nie są to określone pojedyncze przeżycia poszczególnych ludzi tylko ukazują w sposób ogólny naturę uczuć. Muzyka jest wiedzą o tym co dzieje się z uczuciami, przedstawia „*przemijającą grę treści*”, oddaje dynamikę i „*morfologię uczucia*”.<sup>23</sup> Podobnie sztuka i muzyka są językiem uczuć i wyrażają wiedzę kompozytora/artysty o ludzkich uczuciach. Kontemplacja dzieła z kolei, według Langer, to proces, w którym odbiorca rozpoznaje w dziele to co jest znaczeniem uczuciowym i na tej drodze nawiązuje kontakt z samym dziełem, a nie tak jak u Tołstoja z artystą za pośrednictwem dzieła. To rozpoznanie ma charakter aktu intuicyjnego, bezpośredniego rozpoznania i wychwycenia symbolicznych form uczucia i ich znaczeń, zawartych w dziele. Nie ma zatem charakteru intelektualnego ani nic wspólnego z rzeczywistym uczuciem artysty czy odbiorcy, w trakcie percypowania dzieła. Patrząc przekrojowo przez teorie moralistycznego emocjonalizmu Tołstoja, ekspresjonistycznego emocjonalizmu Ducasse’a i symbolicznego emocjonalizmu Langer, tym co stanowi ich część wspólną jest teza, że sztuka we wszystkich swoich ogniwach – procesu twórczego, dzieła sztuki i odbioru dzieła - ma związek z uczuciami. A jedną z funkcji sztuki jest niewątpliwie zaspokajanie potrzeb emocjonalnych człowieka.

Ja w swoich działaniach twórczych odniosłam się do sfery emocji, która na drodze badań społecznych Milenialsów, wyłoniła doświadczenie i poszukiwanie emocji w życiu tego pokolenia jako cechę wspólną i dominującą. Moim działaniom twórczym wobec zagadnień obiektywizacji uczuć i roli kontemplacji najbliższa wydaje się być teoria Ducasse’a, choć wychodzi ona poza jej ramy, czerpiąc też z funkcji komunikatywnej w kontekście społecznym,

---

<sup>21</sup> S. Langer, „*Problems of Art.*”, Published by Scribner, New York 1957, s.15.

<sup>22</sup> Ibidem

<sup>23</sup> Bohdan Dziemidok „*Główne kontrowersje estetyki współczesnej*”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, str.49

na którą zwraca uwagę Tołstoj czy ekspresji zakorzenionej w strukturze każdego przedmiotu, co jest przedmiotem analizy ekspresji według Arnheima. W procesie twórczym angażuję bezpośrednio odbiorców, którzy na drodze współpracy ze mną, zapoznają mnie ze swoimi emocjami dnia codziennego. Tym samym obiektywizuję te przeżycia i przedstawiam je w moich obiektach emocjonalnych w sposób symboliczny i konceptualny, co z kolei można odnieść do teorii Suzanne Langer. Dalej porównując do jej teorii symboliczno-emocjonalistycznej moje działania twórcze kolekcji E( )MOTION, opieram się na badaniach społecznych, dialogu i bezpośredniej współpracy z moim odbiorcą w procesie tworzenia koncepcji obiektu. Projektowanie i realizacja obiektów są już moją osobistą obiektywizacją tych doświadczeń biegaczy oraz konceptualnym i abstrakcyjnym przedstawieniem tematu. Zawarte w obiektach przeżycia nie dotyczą zaś ogólnych idei tylko konkretnych osób i ich codziennych emocji, wrażeń, doznań zmysłowych, motywacji podczas uprawiania sportu, rekreacji czy oddawaniu się swojej pasji. Tak więc mogę odnosić się i czerpać z wyżej wymienionych teorii sztuki w ich wybranych aspektach, nie utożsamiając się jednak z żadną z nich całościowo. Moim kluczem do budowania kolekcji E( )MOTION było poszukiwanie emocji moich odbiorców i na tej podstawie budowanie obiektów osobistych ich przeżyć, doświadczeń wynikających z uprawianej przez nich aktywności, z ich pasji. W ten sposób komunikuję się poprzez moją sztukę z Pokoleniem Y, wprowadzam element sztuki do ich życia codziennego i angażuję ich w nią bezpośrednio. Z kolei dla odbioru dzieła, kontemplacji pozostawiam przestrzeń otwartą i nie ograniczam jej tylko do grupy biegaczy, którym dedykowana jest kolekcja i przy współpracy z którymi powstała. Pozostawiam pole do interpretacji moich obiektów emocjonalnych, które jako abstrakcyjne formy strukturalne, dla każdego odbiorcy mogą stanowić przestrzeń do własnych refleksji, skojarzeń i kontemplacji.

Moja kolekcja łączy ze sobą dwie dziedziny: designu i sztuki, dlatego nadaną przeze mnie i kluczową jest jej funkcja wspólna - emocjonalna tj. pobudzanie emocji, ich generowanie, dostarczanie refleksji. Jedną ze współczesnych teorii, która łączy i wskazuje na pokrewieństwo sztuki i designu jest publikacja profesora dr hab. Janusza Krupińskiego pt. „Co to jest design”. Autor rozprawy teoretycznej w poszukiwaniu definicji designu, przytacza cytaty Marksa - „z każdą zaspokojoną potrzebą człowieka rodzą się nowe”, Schelera – „Wczorajszy luksus dzisiaj staje się koniecznością życiową” i OstregaY Gasset’a, który podkreśla, że człowiekowi nie chodzi o byt tylko o dobrobyt - „o bycie dobre” i podaje przykład mnicha buddyjskiego, gdzie jego „dążenie do dobrobytu” polega na życiu wewnętrznym, a nie na kształtowaniu otoczenia, podboju materii.<sup>24</sup> Poszukując definicji designu Krupiński stawia pytanie o jakość życia, jak jest ona pojmowana i odczuwana, gdyż jego zdaniem „*design to subiektywność obiektu*”. Design odnosi się do relacji zachodzących pomiędzy obiektem a człowiekiem. Sam obiekt tych właściwości nie posiada w oderwaniu od tej relacji z człowiekiem, np. krzesło jest wtedy wygodne, gdy stwierdzi ten fakt jego użytkownik. Design ujmuje zatem obiekt w relacji do człowieka jako podmiotu. Postrzega obiekt takim, jaki odbiorcy wydaje się być, dlatego wyróżnia czynnik subiektywizmu w odbiorze designu. Autor uważa, że na swym elementarnym poziomie design ujmuje wrazeniowe,

---

<sup>24</sup> Idee- Poglądy- Interpretacje, „Co to jest Design. Sens pytania, znaczenie odpowiedzi”, Janusz Krupiński, WASP, str.37.

postrzeżeniowe jakości materialne obiektu np. lekkość, miękkość, ciepło widzianego obiektu, nawet jeżeli faktycznie jest on ciężki, twardy i zimny. I na tym polu łączy on design ze sztuką. Uważa, że design oddziałuje emocjonalnie, gdyż elementarna relacja między przedmiotem a człowiekiem jako podmiotem, polega na postrzeganiu i ma charakter zmysłowy. Jest to relacja estetyczna, czyli związana ze zmysłowym postrzeganiem i odbieraniem przedmiotu. W procesie odbioru designu wyróżnia synestezje i estezje. Ta pierwsza to postrzeganie tj.: dotykanie i dotyk, patrzenie i widzenie, słuchanie i słyszenie, zapach i „węszenie”. Ta druga z kolei to doznanie, wrażliwość i uczucie. Te dwa czynniki razem składają się na odbiór designu, który zawiera w sobie wszystko, poczynając od dotykowych czy wzrokowych jakości wrażeńiowych po kinetyczne odczucia (w tym emocje) towarzyszące użyciu obiektu, bądź jest nim pobudzenie określonych wyobrażeń na sam jego widok. I to jest proces wyłaniania się obiektu w postrzeganiu zmysłowym, co z kolei składa się na samą zmysłowość obiektu. W tym procesie ważny jest sposób w jaki obiekt jest doświadczany, co sam autor nazywa „estezą obiektu” czyli wyłanianiem się zmysłowej postaci obiektu. Design według niego zatem to formy obiektu zarówno obiektywne jak i subiektywne tj. forma jako wygląd, jako kształt oraz forma jako układ, jako istota. Składa się to na akt postrzegania designu w aspektach jego subiektywności, zmysłowości, estezy, jak i formy, obrazu. W tym obszarze design podobny jest sztuce, bo to już nie tylko obraz realnego obiektu, ale to obraz znaczeń, treści kulturowych, celów, wartości, obraz sensu rozumienia życia i bycia człowiekiem. Ostatecznie definiuje on design jako obraz człowieka, a obiekty designu jako obiekty kulturowe, jako że to procesy i zależności kulturowe wyłaniają panujący sposób pojmowania designu.

Ta teoria designu łącząca w sobie zagadnienia z dziedzin sztuki i projektowania oraz wskazująca na rolę zmysłowości i emocji oraz istotę subiektywności w odbiorze przedmiotu, oddaje ducha współczesności i w sposób bezpośredni stanowi podbudowę teoretyczną do badań Pokolenia Y oraz mojej kolekcji E( )MOTION. Podobnie jak w opracowaniu prof. dr hab. Janusza Krupińskiego, tak i dla moich działań projektowych najistotniejszymi czynnikami są: emocje, zmysłowość designu i sposoby odbioru oraz kontakt z przedmiotem. W odniesieniu do kolekcji E( )MOTION zagadnienie kontemplacji łączy te ogniwa ze sobą i przybiera dla mojej kolekcji podwójną postać. Z jednej strony mocno spersonalizowaną, jako że każdy obiekt dedykowany jest konkretnemu biegaczowi i powstaje z jego dokonań treningowych. Odbiór emocjonalny dzieła będzie zatem inny dla osoby, która jest współtwórcą dzieła, a zupełnie inny dla pozostałych odbiorców. W procesie odbioru dzieła inne emocje generują moje obiekty emocjonalne dla grupy biegaczy tj. współtwórców projektu, a inne emocje dla pozostałych odbiorców. Dla pierwszych to bardziej skojarzenia, motywacje, przywołanie wspomnienia biegów i pokonywanych kilometrów tras czy w końcu duma z pokonania barier własnego ciała, radość z własnych osiągnięć i możliwość chwalenia się innym. W tym kontekście mogą uchodzić za ich osobiste „pamiątki”, statuetki i choć przyjmują abstrakcyjną formę obiektu, jednak dla każdego konkretnego biegacza, który uczestniczył w procesie ich powstawania, „rysują” historie ich treningów, rozłożonych w czasie i opowiadających o ich wysiłku i zmaganiu się z własnymi słabościami. Jak pisze Donald Norman w swojej książce pt. „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie” cyt. *„Emocje odzwierciedlają nasze prywatne doświadczenia, skojarzenia i wspomnienia (...) Wspomnienia odzwierciedlają doświadczenia życiowe, przypominają nam*

*o rodzinie, przyjaciółach, przeżyciach i osiągnięciach. Ponadto umacniają to, jak postrzegamy siebie. Nasze wyobrażenie o sobie odgrywa w życiu większą rolę niż chcielibyśmy przyznać. (...) Sposób w jaki się ubieramy i zachowujemy, rzeczy materialne, które posiadamy, biżuteria, zegarki, samochody, domy, wszystko jest publiczną ekspresją naszej osobowości. (...) koncept osobowości jest głęboko zakorzeniony na refleksyjnym poziomie postrzegania mózgu i w dużym stopniu zależy od norm kulturowych. (...) To kultury narzucają nam różne sytuacje”.*<sup>25</sup>

Dla pozostałych odbiorców mojej kolekcji - tych zewnętrznych, to bodźce dotykowe, walory estetyczne i kompozycja mobilna nadająca interakcje odbiorcy z obiektem, decydują o charakterze czysto kontemplacyjnym odbioru dzieła, bądź odbiorze zmysłowym, refleksyjnym czy relaksacyjnym, gdzie proces interpretacji jest całkowicie otwarty i nieograniczony, przez abstrakcyjne rzeźbiarskie formy obiektów. Istnieje tu przestrzeń własnych interpretacji i skojarzeń czy samej przyjemności dotykania i kształtowania od nowa mobilnej kompozycji. W tej warstwie kontemplację traktuję szeroko jako pole do zatrzymania się, oderwania, zagłębienia we własne myśli na skutek wizualnych, dotykowych, estetycznych i zmysłowych bodźców odbieranych poprzez obcowanie z obiektem/kolekcją obiektów emocjonalnych. Kolekcja powstała w odpowiedzi na kolejną potrzebę Pokolenia Y tj. potrzebę odnalezienia swojego azylu we współczesności, zatrzymania się w świecie ciągłego pędu. Szeroko i dogłębnie zagadnienia emocjonalnego odbioru otaczających nas przedmiotów i projektowania ich w taki sposób, aby oddziaływały poprzez określone emocje na odbiorcę podejmuje współczesny nurt projektowania emocjonalnego.

Jedną z gałęzi współczesnego nurtu sztuki emocjonalnej jest projektowanie synestetyczne, oparte na odbiorze dzieła poprzez wszystkie zmysły. Głównym jednak nurtem tej dziedziny projektowej, w teorii, której leżą podwaliny tego kierunku jest „Emotional Design”. Jest to projektowanie z myślą o emocjach użytkownika. Termin rozpropagowany przez Donalda Normana i odnoszący się do tego, jak pozytywne doznania sprawiają, że produkty są oceniane, jako lepsze i postrzegane, jako łatwiejsze w obsłudze. Jest to nurt podejmujący temat projektowania produktów, których zadaniem jest wywoływanie odpowiednich emocji, tak aby zapewnić pozytywne wrażenia użytkownikowi. Emocje wywoływane przez produkt mogą silnie wpływać na postrzeganie go przez użytkowników. Donald Norman uważa, że rzeczy przyjemne działają lepiej na użytkownika i poszukuje piękna, emocji i przyjemności w użytkowaniu designu. Emotional Design traktuje szerzej emocje i posługuje się zarówno tymi pozytywnymi jak i negatywnymi, w różnych obszarach swojego zasięgu. Jednym z przykładów może być tworzenie gier komputerowych, których celem jest wywołanie strachu lub złości użytkownika. Źródłem teorii tego nurtu projektowania są zatem szeroko pojęte emocje, które odgrywają kluczową rolę w ludzkiej zdolności rozumienia świata i poznawania go. Pozytywne doświadczenia pobudzają naszą ciekawość, a negatywne chronią nas przed powtarzaniem błędów. Według teorii Donalda Normana ludzie tworzą emocjonalne połączenia z przedmiotami na trzech poziomach: instynktownym, behawioralnym i refleksyjnym. Poziom instynktowny jest pierwotnym poziomem przetwarzania i chodzi w nim o automatyczne doświadczenie przedmiotu, co związane jest z biologią. Jest to poziom analizujący bodźce i podejmujący natychmiastowe decyzje. Skupia się na wyglądzie

---

<sup>25</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.51-58

przedmiotu i jego cechach fizycznych. Odwołuje się do naszych pierwszych reakcji, gdy spotykamy produkt. Zajmuje się głównie estetyką powierzchowną i postrzeganą jakością samego wyglądu i dotyku. Tutaj sprawdzamy, co reakcje wewnętrzne lub biologiczne mówią nam o przedmiocie. To instynktowne doświadczenie przedmiotu ma charakter podświadomy i nie zdajemy sobie z niego sprawy. Drugi poziom behawioralny polega na poczuciu kontroli, na którą składa się użyteczność, zrozumienie, funkcjonalność i odczucia, przy czym wygląd przedmiotu nie ma tutaj wielkiego znaczenia, podobnie jak myślenie racjonalne. Behawioralny projekt emocjonalny odnosi się do użyteczności produktu, naszej oceny tego, jak dobrze spełnia on pożądane funkcje i jak łatwo możemy nauczyć się go używać. Design na tym poziomie komunikuje, czyli odgrywa tę samą rolę co emocje. Norman odwołuje się tutaj do przykładów min.: projektu noża japońskiego Global, który jest ostry i dobrze wyważony tak, że daje poczucie kontroli nad krojeniem i wysokiej klasy auta sportowego, które użytkownik wprowadzając w zakręt również czuje, że ma nad tym kontrolę. Emocje dotyczą zatem działania i chodzi w nich o komunikację i działanie. Trzeci poziom, refleksyjny nazywany też superego lub kontemplacyjnym, to odbieranie przedmiotu poprzez najbardziej złożone odczucia, emocje i poznanie. Na tym poziomie percepcji pojawia się świadomość. To tutaj doświadczamy pełnego działania myśli i emocji. Poziom refleksyjny skupia się bowiem na wspomnieniach, celach, wizerunku i dotyczy komunikatu, kultury, znaczenia produktu. Design na tym poziomie tj. emocjonalny dotyczy naszej zdolności do prognozowania wpływu produktu na nasze życie po jego użyciu, czyli na przykład: jak się czujemy, gdy go nie trzymamy lub jakie wartości przywiązujemy do produktu z perspektywy czasu. Uwzględnia długotrwałe relacje, uczucia satysfakcji z posiadania, pokazywania i użytkowania przedmiotu. Działa on dużo dłużej niż pozostałe poziomy percepcji i na drodze refleksji, poprzez którą zapamiętujemy przeszłość i kontemplujemy przyszłość. Na tym poziomie znajduje się poczucie tożsamości odbiorcy, gdzie pomiędzy nią a przedmiotem pojawia się interakcja tj. poczucie dumy lub wstydu z posiadania i użytkowania przedmiotu. Norman odwołuje się tutaj do przykładów projektów: ekologicznego samochodu, ekskluzywnego zegarka czy przykładu zardzewiałego wesołego miasteczka, pokazując przez nie, że na tym poziomie odbioru, chodzi przede wszystkim o zderzenie się emocji, osadzonych w warstwie kulturowej. *„Atrakcyjność jest fenomenem poziomu pierwotnego- reakcja dotyczy wyłącznie powierzchownego wyglądu obiektu. Piękno wynika z poziomu refleksyjnego. Piękno znajduje się pod powierzchnią, jest świadomą refleksją i doświadczeniem. Podlega wpływom wiedzy, kultury i nauki. Powierzchnie nieatrakcyjne obiekty mogą dawać przyjemność. Nierytmiczna muzyka, na przykład, może być piękna. Brzydka sztuka również”*.<sup>26</sup> Według teorii Donalda Normana projektant powinien zająć się ludzkimi zdolnościami poznawczymi na każdym z tych poziomów - wywoływać odpowiednie emocje, aby zaspokoić wszystkie elementy doświadczenia w odbiorze zaprojektowanego przedmiotu. Według niego dobry design jest piękny, funkcjonalny i refleksyjny.

Głównym tematem zagadnień projektowania emocjonalnego jest zatem to, w jaki sposób emocje odgrywają kluczową rolę w ludzkiej zdolności do rozumienia świata i jak uczą nowych rzeczy. Sam Norman tłumaczy, że emocje to działanie, to bycie bezpiecznym

---

<sup>26</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.92.

na świecie. Poznanie dotyczy rozumienia świata a emocje interpretowania go, stąd produkt powinien wywoływać emocje, gdy użytkownik wchodzi w interakcję z nim. Istotne jest zatem aby odbiorca połączył się z przedmiotem na poziomie osobistym i zinterpretował go jako projektowany dla jego indywidualnych potrzeb. W tym kontekście z kolei design emocjonalny rozwinął się na inne obszary projektowania dla potrzeb człowieka, dalej zaspokajając emocje lecz w inny sposób, zawężony i ukierunkowany. Te pokrewne gałęzie to design społeczny lub design empatyczny. Dyrektorka artystyczna School of Form uniwersytetu SWPS, dr Agnieszka Jacobson-Cielecka w artykule pt. „Czy design może być empatyczny?” pokazuje, że tak i wskazuje na jego wzrastające znaczenie dziś. Podstawą takiego myślenia w projektowaniu jest emocja a priorytetem użytkownik, cyt. *„Nacechowany współczuciem lub współodczuwaniem design empatyczny odwołuje się nie do ekonomii, gospodarki i przemysłu, lecz emocji i potrzeb ludzi, którzy znaleźli się w określonych sytuacjach życiowych. (...) Projekty empatyczne to takie, które poruszają nasze emocje. Każą się przyjrzeć problemom tak codziennym i podstawowym, że często niewidzialnym”*.<sup>27</sup> Donald Norman omawiając swoją teorię Designu Emocjonalnego odwołuje się do przykładów produktów komercyjnych lub ikon projektowania użytkowego, jak na przykład: wyciskarka do owoców Juicy Salif projektu Philippe’a Starcka w edycji specjalnej- połączanej, o której mówi projektant: *„Moja wyciskarka nie jest przeznaczona do wyciskania cytryn; ma prowokować rozmowy”*.<sup>28</sup> Dobry przykład to również model samochodu BMW – Mini Cooper, którego recenzja w „New York Times” brzmiała: *„Cokolwiek pomyślimy o dynamicznych cechach MINI Coopera, które wahają się od bardzo dobrych do bardzo słabych, trzeba uczciwie przyznać, że praktycznie żaden pojazd w ostatnich latach nie wywołał tylu uśmiechów (SWAN 2002).”*<sup>29</sup> Można mnożyć jeszcze wiele przykładów, które wymienia i analizuje Norman, autor prezentacji „O 3 sposobach uszczęśliwiania przez design”, aby pokazać jak Design poprzez działanie emocjami powinien uszczęśliwiać ludzi.

Przykładem na wzbudzenie pozytywnych emocji użytkownika są także opakowania zaprojektowane przez japońskiego designera Naoto Fukasawa. Odwołują się do pierwotnych emocji zadowolenia, związanych ze znalezieniem jedzenia. Projektowanie z myślą o emocjach, to projektowanie uwzględniające podstawowe potrzeby człowieka. Zaspokojenie takich potrzeb jest powodem wzbudzenia pozytywnej reakcji emocjonalnej. Inne przykłady designu opartego na emocjach znajdziemy w designie zaangażowanym tj. społecznym czy empatycznym, które to podejmują próby uwrażliwiania ludzi na problemy pewnej grupy społecznej. Są nimi na przykład: projekt pościeli do kolorowania dla chorych dzieci w szpitalach Jo Szczepańskiej lub projekt książki „Nie-pamięć” Sarah Wiśniewskiej, dzięki której czytelnicy mogą zrozumieć na czym polega rozpad życia ludzi chorych na Alzheimera (ilustracje: 1, 2).

Innymi przykładami Designu Emocjonalnego są realizacje oparte na czystym doświadczeniu, odczuwaniu i interakcji emocjonalnej z przedmiotem, jak na przykład: Krzesło - siedzisko zaprojektowane przez koreańskiego projektanta - Hyun-Gi Kim, które wykonane jest z setek elastycznych rurek oraz pojemników, wypełnionych czerwonym płynem w kolorze

---

<sup>27</sup> <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>, 23.01.2018.

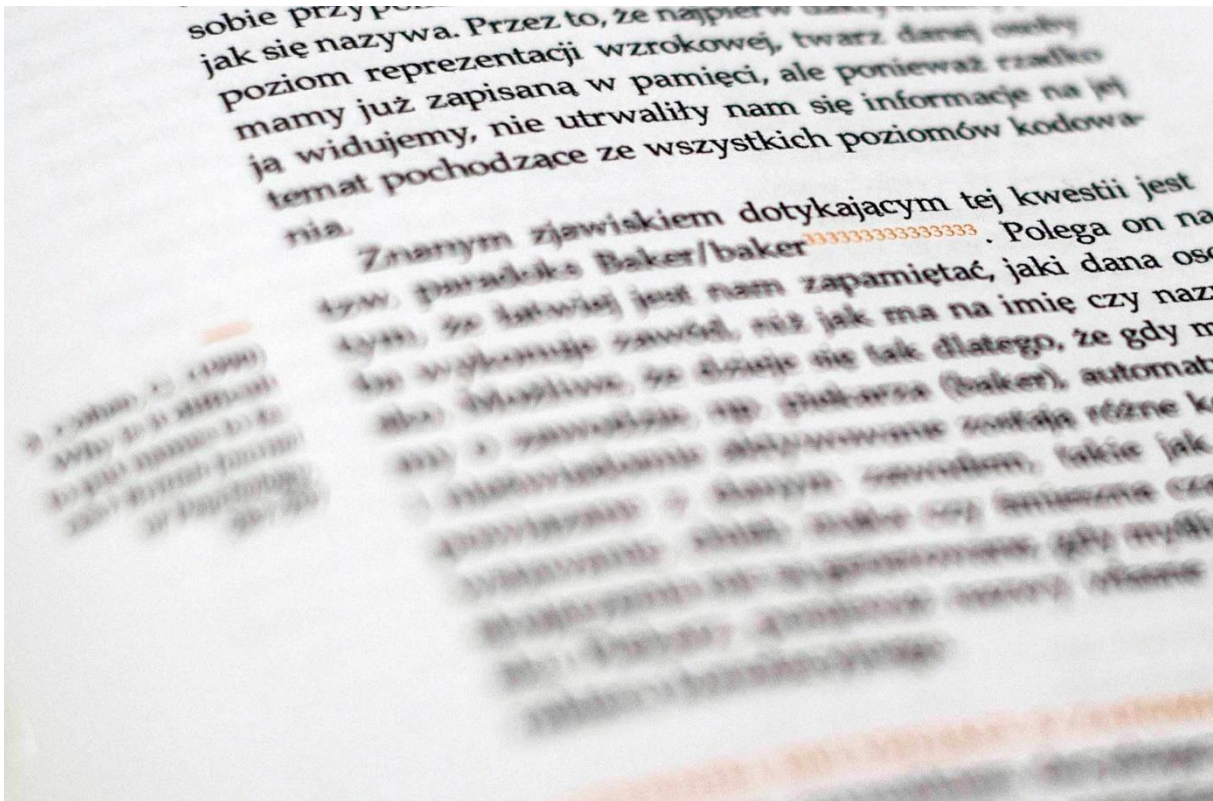
<sup>28</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.118.

<sup>29</sup> Ibidem, s.11

krwi (ilustracja 3, 4). Podczas interakcji z użytkownikiem krzesło może wywoływać różne stany emocjonalne, u jednych strach, wstręt czy niechęć, gdy u innych fascynację lub podziw dla siły życia i śmierci. Koncepcja ta podejmuje próbę doświadczania narodzin życia, poprzez nieustanne krążenie krwi w krwioobiegu mebla, odczuwalne podczas siadania, podobnie jak ma to miejsce w ludzkim ciele. Projekty „Athmospheric Reentry” 2013 obiektów/bizuterii scenicznych dla Bjork - Maiko Takedy, inspirowane są „*głową w chmurach*”. (ilustracje: 5, 6) Realizacje te poprzez swoją eteryczną i wibrującą formę, użycie materiałów lekkich i przewodzących światło oraz sposób umiejscowienia ich na sylwetce wywołują emocje zanurzenia się w chmurze. Dostarczają wokalistce wrażenia wyizolowania i zanurzenia w strefie swojej prywatności, atmosferę skupienia i oderwania, a także wchodzi z nią w interakcję i stanowią oprawę sceniczną do muzyki i koncertów wokalistki.

Jeszcze inną odmianą Designu Emocjonalnego jest Design Thinking, gdzie kontekst wykorzystania empatii przy procesie projektowym określany jest jako „wejście w skórę użytkownika” (empatia emocjonalna i poznawcza), dzięki czemu można rozpoznać potrzeby na poziomie emocji użytkownika. Ten nurt projektowy opiera się o narzędzia głębokiego zrozumienia potrzeb i problemów użytkownika, rozpoznanie ukrytych i intuicyjnych czynników, które mają wpływ na ludzkie wybory i zachowania oraz motywacje. W tym celu używa się takich narzędzi jak mapy empatii, wywiady etnograficzne, obserwacje użytkowników, ankiety rozpoznawcze wraz z dokładną analizą środowiska. Przykładem projektu z dziedziny Design Thinking może być projekt Christiana Nolda pt. "Emotional Cartography -Technologies of the Self". Dotyczy on emocjonalnego wymiaru mobilnej komunikacji w przestrzeni miejskiej. Nazywany Bio Mappingiem polega na budowaniu emocjonalnych map przestrzeni miejskiej, gdzie osoby zaangażowane w projekt poruszając się w przestrzeni miejskiej wyposażone były w specjalne zestawy złożone z czytników GPS i sensorów. Pozwalały one na mierzenie w czasie rzeczywistym emocji użytkownika, na podstawie analizy reakcji skórno-galwanicznej na koniuszkach palców. Osoby noszące urządzenie poruszały się po mieście, w sposób naturalny reagując na wszystkie bodźce napotkane na swojej drodze, na przykład: emocje wywołane zauważeniem na ulicy kogoś znajomego, bycie świadkiem niebezpiecznej sytuacji na przejściu dla pieszych czy też widok reklamy czy napisu na murze. Inicjatywa stworzenia map emocjonalnych miasta oprócz waloru artystycznego powiązanego z zastosowaniem nowych technologii mobilnych, stała się również obiektem obserwacji ze strony firm i wielkich koncernów, które to dostrzegły w systemie bio-mappingu szansę na uzyskanie nowych danych dotyczących reakcji konsumentów na reklamy (billboardy) i produkty (np. samochody określonych marek) pojawiające się na ulicach. Odwołań do realizacji czysto artystycznych i bardziej użytkowych z dziedziny Designu Emocjonalnego można przytoczyć jeszcze wiele, nie to jest jednak przedmiotem tej pracy. Poprzez skrajnie różne przykłady projektowania opartego na emocjach i interakcji z użytkownikiem chciałam pokazać skalę, rozmiar oraz istotę tego zjawiska wobec współczesnej kultury i na tle społeczeństwa i jego potrzeb dziś. Chciałam zwrócić uwagę na sposoby odbioru dzieła/designu, sposoby kontemplacji oraz interakcje z przedmiotem, doświadczanie go, które to czynniki determinują ostateczną jego wartość w obecnej kulturze i dla Pokolenia Y.





ilustracja 1: Sarah Wiśniewska, projekt książki „Nie-pamięć”.



ilustracja 2: Sarah Wiśniewska, projekt książki „Nie-pamięć”.



*ilustracja 3: Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001.*



*ilustracja 4: Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001.*





*ilustracja 5: Maiko Takeda, „Atmospheric Reentry” Headpiece (2013).*



*ilustracja 6 : Maiko Takeda, „Atmospheric Reentry” Headpiece (2013).*



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 15”, 95x25x10cm, (il.18).

## ROZDZIAŁ IV

### LUKSUS WSPÓŁCZESNOŚCI

#### DIAMENT CZY PAPIER - TRWAŁOŚĆ A ULOTNOŚĆ

#### (MATERIAŁY WYKONANIA KOLEKЦИИ E( )MOTION i WALORY SENSORYCZNE PRZEDMIOTU)

Bizuteria w dziejach ludzkości i w różnych kulturach, podobnie jak wszystkie inne dziedziny sztuki, stanowiła „lustro”, odbicie i wyraz uczuć związanych z najważniejszymi problemami filozoficznymi i etycznymi danego okresu. Założeniem kolekcji E( )MOTION jest bezpośrednia odpowiedź na potrzeby Pokolenia Y, a więc jej rola społeczna. Opieram ją na bezpośredniej komunikacji z odbiorcami mojej kolekcji, pogłębiając ich emocjonalny związek z obiektami emocjonalnymi poprzez zaangażowanie ich w proces twórczy. Poprzez swoje działania projektowe w procesie, rozpoznaję ich cechy pokoleniowe i nawiązuję bezpośredni kontakt z nimi, tak aby moje obiekty stały się ich przedmiotami osobistymi o zabarwieniu ich własnych emocji. W ten sposób szukam odpowiedzi na pytanie na czym polega komunikacja przez sztukę i design dziś, dla Milenialsów. W mojej kolekcji obok zawartości emocjonalnej, źródłem tej komunikacji poprzez sztukę i design, są materiały wykonania i walory dotykowe, które kształtują estetykę pokolenia oraz stanowią „lustro” ich potrzeb w sferze sensorycznej i estetycznej. Sięgając do rozważań Lwa Tołstoja o zagadnieniach sztuki, w jego rozprawie z 1898r. pt. „Co to jest sztuka”, czytamy jakie według niego powinna ona spełniać kryteria, aby oddać jej prawdziwą istotę. Jako jeden z ważniejszych czynników wymienia funkcje społeczne, jakie powinna spełniać sztuka, aby pełnić swoją misję wobec człowieka i ludzkości.<sup>30</sup> Wymienia wśród nich jak istotne jest, aby podejmowała treści i uczucia danego społeczeństwa, w danym okresie tj. właściwe ich epoce rozumienie sensu życia i szczęścia. Komunikatywność podaje jako kryterium wartości sztuki i wyjaśnia, że język prawdziwej sztuki musi być zrozumiały dla wszystkich, bo to spełnia warunek komunikowania emocji. Dalej pisze o roli integracyjnej sztuki w społeczeństwie i o tym, że ludzie dzięki sztuce wzmacniają swoje więzi tj. informują się nawzajem o doznaniach, uczuciach, ale też przeżywają to samo, łącząc się poprzez sztukę. Ma ona jego zdaniem właściwości zbliżania ludzi, przewyciężania samotności i izolacji a zarazem wzbogaca uczucia i doświadczenia emocjonalne człowieka, stając się przez to jednym z dwóch organów postępu ludzkości, obok języka. Opierając się na tej teorii ja nadałam trzy czynniki komunikatywności mojej sztuki/designu z odbiorcą – Pokoleniem Y: 1. Emocje, 2. Osobiste zaangażowanie odbiorcy w proces twórczy, oparty na ich pasji, aktywności sportowej jaką

---

<sup>30</sup> Bohdan Dziemidok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, str.42,43.

uprawiają każdego dnia, 3. Materiały wykonania i mobilność kompozycji, które nadają interakcję z przedmiotem w procesie użytkowania. W tym rozdziale chcę zająć się punktem trzecim do tych założeń w kolekcji E( )MOTION.

Dziś wobec globalnego nadmiaru „plastiku” i masowej nadprodukcji uwagę społeczeństwa przykuwają zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem oraz materiały wykonania przedmiotów codziennego użytku, w tym biżuterii, ze źródeł naturalnych lub pozyskiwanych z przyrody, w dbałości o nią. Stąd poszukiwania naukowców i materiałowców przybierają kierunek opracowywania włókien biodegradowalnych i mających swoje źródła w mikrobiologii – jak włókna z bakterii, czy w dobrach natury jak algi morskie, skórki od jabłek lub ananasy. Wytwarzane są z nich materiały służące do produkcji form ubioru, dodatków, toreb oraz obuwia czy małych form przemysłowych. W ten sposób komunikują się one z Pokoleniem Y, wychodząc naprzeciw ich oczekiwaniom i zainteresowaniom, a tym samym stają się odpowiedzią na ich potrzeby. Są to takie materiały jak: Pinatex – materiał o wyglądzie skóry naturalnej a pozyskiwany z liści ananasa, czy podobny do niego - Bio2materials wytwarzany ze skórek od jabłek lub pianka do wyrobu obuwia sportowego produkowana z alg morskich.

Często dziś wykorzystywanym materiałem, o zastosowaniu szerszym niż odzieżowy, jest Tyvek – materiał o wyglądzie papieru, a odporności na warunki atmosferyczne, wysoką temperaturę, promieniowanie UV. Doskonale nadaje się do drukowania i co najważniejsze można go w 100% poddać recyklingowi. Jest to materiał lekki, wytrzymały i wodoodporny, przypominający pognieciony papier, a który łączy w sobie zarówno cechy papieru, jak i folii, tworzywa sztucznego i podłoża tekstylnego. Obecnie jest wykorzystywany przez różne gałęzie przemysłu min. do wytwarzania ubioru, toreb, obuwia, małych form przemysłowych, wystroju wnętrz w tym do projektów lamp, poduszek oraz w budownictwie, rozpowszechniony przez firmę DuPont.

Obok tego kierunku dla komunikacji z Milenialsami - poprzez nowe technologie, istnieje masowe zjawisko nazywane „Slow life” i oparte na powrocie do rzemiosł, manufakturowych produkcji, unikatowych przedmiotów sztuki, wytwarzanych lokalnie i z pominięciem masowego przemysłu. Dla tego kierunku materiałami wykonania są naturalne włókna i tworzywa poddane procesom ekonomii cyrkularnej, czyli przetwarzania, w celu niegenerowania śmieci. Dla pokolenia Igreków, w tym nurcie, cenny staje się powrót do tych naturalnych materiałów, które towarzyszą pokoleniom kultur od wieków, a które zostały dziś zapomniane, wyparte lub zdegradowane masową produkcją i „kulturą *piktorialną*”. Na znaczeniu nabiera sam papier. W swojej czystej i tradycyjnej postaci, wobec kultury internetu, smartfona i laptopa, gdzie została zdegradowana kultura piśmiennictwa ręcznego, kaligrafii na rzecz przekazu obrazkowej informacji klawiaturowej i drukowanych książek na rzecz audiobooków, papier nabiera wartości luksusowej, wyjątkowej i cennej. Jak wyłaniają badania Pokolenia Y to co stanowi rosnąca i znacząca wartość dziś, to wartości doświadczania i emocjonalnego związku z przedmiotem, a taką rolę spełniają właśnie przedmioty unikatowe - sztuka. Z kolei materiał wykonania pod każdym względem i dla każdej funkcji użytkowej odgrywa istotną rolę w percepcji postrzegania i dla wartości przedmiotu. Obecnie to papier jako materiał delikatny, wymagający szacunku, dbałości i zaangażowania, bo podlegający



„starzeniu” się w warstwie dosłownej i przenośnej, staje się materiałem szlachetnym. Zostaje na nim ślad czasu i zapis jego upływu. Jego ulotność oraz rys czasu jaki zapisuje w procesie starzenia się stanowi o jego wartości.

Ja w swoich działaniach projektowych połączyłam te sposoby komunikacji z Milenialsami i zastosowałam w kolekcji E( )MOTION tyvek oraz różne rodzaje papieru, takie jak: tektura, karton, papier offsetowy. W procesie tworzenia kolekcji podjęłam również próby przetwarzania tego papieru w pulpę papierową i realizacji jednej z prac z wytworzonego przeze mnie papieru czerpanego. Potraktowałam to jako proces twórczy i doświadczenie otwierając moim odbiorcom możliwość wyboru, dla swojego obiektu, materiału powstałego w procesie ponownego przetwarzania. Jednak wśród moich odbiorców największe zdziwienie i szacunek budziło zastosowanie zwykłego papieru offsetowego, który znają i użytkują na co dzień w swoich zawodowych czynnościach, nie wyobrażając sobie jego innych form zastosowania. Wartość jaką dostrzegli w tym materiale, to również walory dotykowe i przyjemność jaką daje obcowanie z tym naturalnym materiałem, który w przeciwieństwie do metalu daje iluzję ciepła, a więc pobudza pozytywne skojarzenia kontaktu z przedmiotem. Metal zastosowałam jako komplementarny materiał do kolekcji i stanowiący jej wykończenie i akcenty o zawartości treściowej, jak na przykład: dla podkreślenia zakończonego etapu biegania lub wyróżnienia szczególnie ważnych dla odbiorcy momentów i tras biegu. Zastosowałam srebro, złoto i mosiądz. Cała kolekcja jest wykonana przeze mnie osobiście, za pomocą ręcznych technik obróbki materiałów. Pojedyncze kształty składające się na obiekt wycinane są ręcznie lub laserowo. Obok zastosowania wyżej wymienionych materiałów oraz zawartości emocjonalnej w obiektach, szukałam takich rozwiązań projektowych, które wzmocnią kontakt odbiorcy z przedmiotem i nadadzą interakcję z obiektem, na drodze doznań zmysłowych, w kontakcie z nim. Element, który wzmacnia i przedłuża proces dotykowy i jego walory w moich obiektach emocjonalnych, to ruchoma kompozycja. Autorsko opracowany system łączenia ze sobą poszczególnych elementów (kształtów tras biegowych), składających się na obiekt, daje możliwość ich przesuwania względem siebie (ilustracja 7). Tworzy to proces budowania swojej własnej formy obiektu poprzez dotykanie, przekształcanie i nadawanie za każdym razem nowego kształtu obiektowi. Rodzaj wykończenia krawędzi poszczególnych elementów – wyszlifowane, wypolerowane lub satynowo zmatowione, w relacji dotykowej, są przyjemne a sama możliwość kształtowania ich, w sposób powolny i precyzyjny, wydłużają czas bezpośredniego kontaktu z obiektem. Stanowią element zaskoczenia i przyjemności, bo mimo że wykonane z papieru stanowią zwartą masę formowalną, mająca przypominać czynności z dzieciństwa, kształtowania formy z modeliny czy plasteliny. Z jednej strony to wzmocniony aspekt dotykowy a z drugiej to czas skupienia na manualnej czynności, własnej satysfakcji w nadaniu formy oraz oderwania od rutynowych codziennych czynności i zatrzymania się przy obiekcie w skupieniu, na doznaniach czysto dotykowych. Dodatkowo te zewnętrzne struktury i forma z przyjaznych w dotyku materiałów ma przywoływać skojarzenie z architekturą, której elementy konstrukcji zewnętrznej komunikują i zapraszają do poznania tego co jest w środku, bogactwa, które kryje w sobie jej wnętrze. Taka sama zależność jest cechą mojej kolekcji E( )MOTION, gdzie zmysłowo odbierana jest struktura zewnętrzna – forma, konstrukcja obiektu, gdzie podobnie jak w architekturze o elementach skonstruowanych zewnętrznie, istnieje bogactwo

wewnętrzne, które w mojej biżuterii / obiektach skrywa znaczenia nadane - emocje, poezję i literaturę, historie osobiste. Zmysłowa forma zewnętrzna spełnia swoje role sensoryczne i relaksacyjne, odsyłając odbiorcę do wartości emocjonalnych, które zawarte są w środku jej struktur wewnętrznych i spełniają swoje role wspomnieniowe, refleksyjne i kontemplacyjne.

Połączenie tego co zewnętrzne – zmysłowe z tym co wewnętrzne – emocjonalne odnosi się do potrzeb Milenialsów. Z jednej strony w odpowiedzi na potrzebę doświadczania, czerpania przyjemności z użytkowania przedmiotu, a z drugiej strony ze względu na ich poszukiwanie własnej przestrzeni, do refleksji, wspomnień i wyciszenia się. Życie w środowisku hałasu i zgiełku wielkomiejskiego oraz ciągłego „szumu” informacyjnego, w otoczeniu ekranów, monitorów, billboardów, reklam i milionów „filmików” z ekranu smartfona, wywołuje potrzebę zwrotu w kierunku skupienia i wyciszenia, tak aby odnaleźć myśli i poszukać najbardziej subtelnych, jednostkowych, pierwotnych doznań zmysłowych. Zbyt dużo bodźców atakuje ich wszystkie zmysły jednocześnie, podczas każdego codziennego dnia. Na tym gruncie wyrasta współcześnie szersze zjawisko zarówno w designie jak i w sztuce, które koncentruje się na zagospodarowaniu potrzeb doświadczania odbiorcy wszystkimi zmysłami. Ja odwołuję się w swojej kolekcji E( )MOTION do zmysłu dotyku, nie eliminując wagi wzroku w odbiorze kolekcji.

Artyści i projektanci nurtu Sztuki Synestetycznej idą dziś w swoich działaniach dalej i poszukują kierunków projektowania opartych na działaniach pozawzrokowych. Sięgają po wielozmysłowe angażowanie użytkownika, zharmonizowanie całej gamy bodźców wpływających na zmysły czy skoncentrowanie odbiorcy tylko na jednym z nich, wyłączając np. doznania wzrokowe. Tym samym podkreślają rolę i potrzebę doświadczania odbiorców wszystkimi zmysłami, takimi jak: dotyk, zapach, węch, dźwięk i smak. Selekcjonując je lub komponując w sposób przemyślany w swoim projektowaniu, dostarczają użytkownikom możliwość odpoczynku i koncentracji. Tak ukształtowany nurt w sztuce i designie przyjął nazwę Synesthetic Design. To nurt projektowania, który potrafi zaangażować różne zmysły użytkownika. Za polskiego prekursora projektowania synestetycznego zastosowanego na szerszą skalę uznaje się Tomasza Augustyniaka i jego multisensoryczny zestaw mebli dziecięcych, z roku 2009. W swoim projekcie zastosował on elementy ruchome stymulujące i oddające nastrój dziecka, jak na przykład: uchwyty i kółka, którymi można przewracać, a które przypominają oczy. Projektant odniósł się do zmysłów: słuchu i dotyku przez rodzaj zestawionych ze sobą materiałów, takich jak: tworzywo sztuczne, metal i drewno oraz ich mobilność względem siebie. Jego założeniem było zwielokrotnienie bodźców działających na różne zmysły, co podparł badaniami potrzeb w procesie rozwoju dziecka. Inne realizacje, jakie można przytoczyć z zakresu projektowania synestetycznego to „Instrument miejski” projektu Jan Pfeifer (ilustracja 8, 9) nagrodzony w 2016 r. w konkursie „Make Me”, na Design Festiwalu w Łodzi. Jest to projekt balustrady w przestrzeni miasta, składa się z kompozycji pionowych, częściowo spłaszczonych rur z wypolerowanej stali i spełnia akustyczną funkcję. Poprzez dotyk kolejnych elementów wydaje dźwięki, angażując w ten sposób zmysły dotyku i słuchu odbiorców tej synestetycznej sztuki miejskiej. Przykładem z dziedziny biżuterii jest projekt MIKO absolwentek School of Form w Poznaniu - Ewy Dulcet i Martyny Świerczyńskiej, odwołujący się do zmysłu dotyku (ilustracja 10, 11). Pełni on też rolę rehabilitacyjną

dla użytkowników. Wśród obiektów biżuteryjnych - bransoletek i pierścionków znajdują się takie, które wyposażone są w ruchome elementy – kule, obracające się wokół własnej osi. Dzięki nim biżuteria przynosi relaksacyjne efekty dotykowe, masaż dłoni. Za kolejny przykład sztuki synestetycznej może posłużyć projekt lampy zapachowej „O!” Magdaleny Czapiewskiej i Karola Muraka. W tym przypadku to nastawienie odbiorcy na doświadczanie zmysłem węchu, gdyż lampa poprzez różne rodzaje zapachów, jakie uwalnia, np. kardamonu, mięty czy drzewa sandałowego, zmienia nastrój w pomieszczeniu. Oprócz typowej dla siebie funkcji tworzenia nastroju kolorem światła, lampa koncentruje inne zmysły odbiorcy.<sup>31</sup>

Powstaje dziś także wiele realizacji artystycznych opartych na dźwiękach i muzyce czy projektów komercyjnych, wyłączających jeden zmysł, tak aby skoncentrować odbiorcę na kilku innych, jak np. organizowane przez restauracje kolacje w ciemnościach, tak aby wyłączyć zmysł wzroku na rzecz węchu, dotyku i smaku, czy koncerty symfoniczne w ciemności. Analizie synestetyki dziś podlegają też inne dziedziny, jak na przykład: literatura, film czy architektura. W jednym z opracowań Zuzanny Kozłowskiej z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu pt. „Synestezja -wyzwanie dla kultury wzrokocentrycznej”, w ramach cyklu „Ogrody Nauki” z 2014 r., czytamy analizę filmu „Mulholland Drive” Davida Lyncha, jako przykład kina synestetycznego, które pokazuje jak artyści różnych dziedzin sięgają po środki wyrazu, po to, aby odejść od kultury czysto wizualnej i dać pole doświadczania innym zmysłom. Autorka w sposób wnikliwy analizuje kolejne sceny filmu, udowadniając jak cyt. *„Mulholland Drive jest filmem antykulocentrycznym, podważającym omnipotencję wzroku poprzez wyparcie percepcyjnej „mapy wizualnej”<sup>32</sup> na rzecz postrzegania propriocepcyjnego oraz synestetycznego. „Uniemożliwiając supremację wzroku, wskazuje na pozawizualne doświadczenie rzeczywistości wymykające się restrykcyjnej racjonalności (...) Film D. Lyncha przekracza wizję pozwalając widzom raczej poczuć niż zobaczyć owa dwa systemy referencji – wizualny czy pozawizualny (...)”<sup>33</sup> Dalej autorka odwołuje się do architektury i zwraca się ku synestetycznemu doświadczeniu obiektu i przestrzeni na podstawie analizy projektu Stefana Rutzingera i Kristiny Schinegger pt. „Synaesthetic Filter” (ilustracja 12, 13). Jest to elastyczna hala koncertowa – sceniczna, przenośny pawilon, który można dowolnie modelować w zależności od projektu odbywającego się w nim wydarzenia. Może on zmieniać swój kształt w trakcie trwania spektaklu, otwierając za każdym razem nowe możliwości akustyczne, cyt. *„(...) nie jest stałą formą, lecz migotliwą obecnością. Nie tworzy zamkniętej przestrzeni, do której można wkroczyć, lecz synestetyczne doświadczenie, w które się zanurzasz”<sup>34</sup> Te przekrojowo przytoczone przeze mnie przykłady nurtu synestetycznego we współczesnej kulturze, mają jedynie nakreślić skalę zjawiska, jak i wskazać na związek i wspólny kierunek działań zarówno analityków marketingowych na gruncie komercyjnym i socjologów, projektantów, artystów na gruncie kulturowym i artystycznym. Mają pokazać, że jest to kluczem dla współczesnego pokolenia, odpowiedzią na ich potrzeby. Tym samym jest to źródłem komunikacji z Milenialsami. Różnymi środkami wyrazu, przynależnymi do swoich**

<sup>31</sup> <https://www.swps.pl/nauka-i-badania/blog-naukowy/14425-synesthetic-design-nowy-nurt-projektowania/>, ostatnia aktualizacja: 24.01.2017.

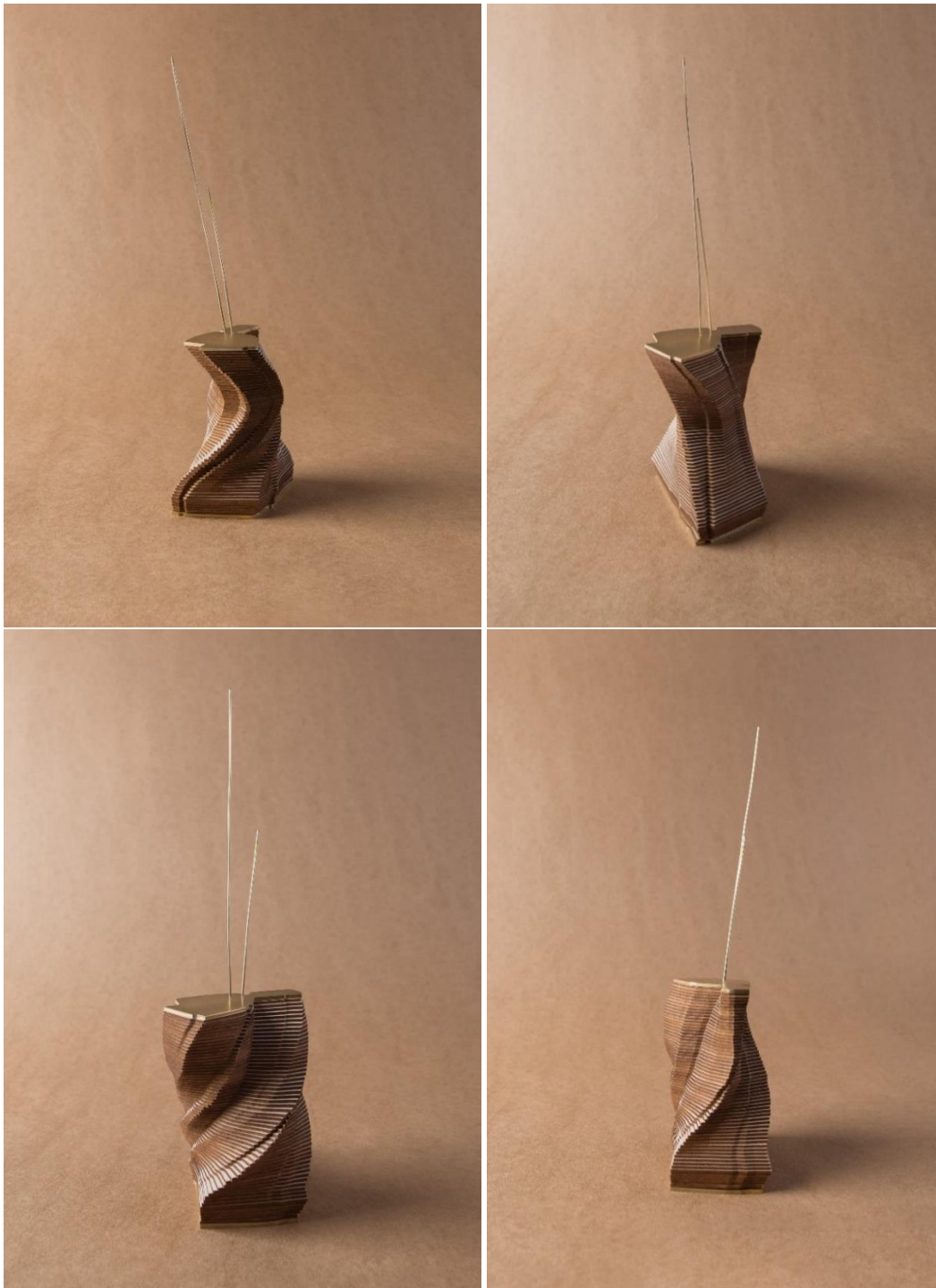
<sup>32</sup> „Ogrody nauk i sztuk” nr 2014, DOI: 10.15503/onis2014-225-231, Zuzanna Kozłowska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Synestezja – wyzwanie dla kultury wzrokocentrycznej”, s.229

<sup>33</sup> Ibidem

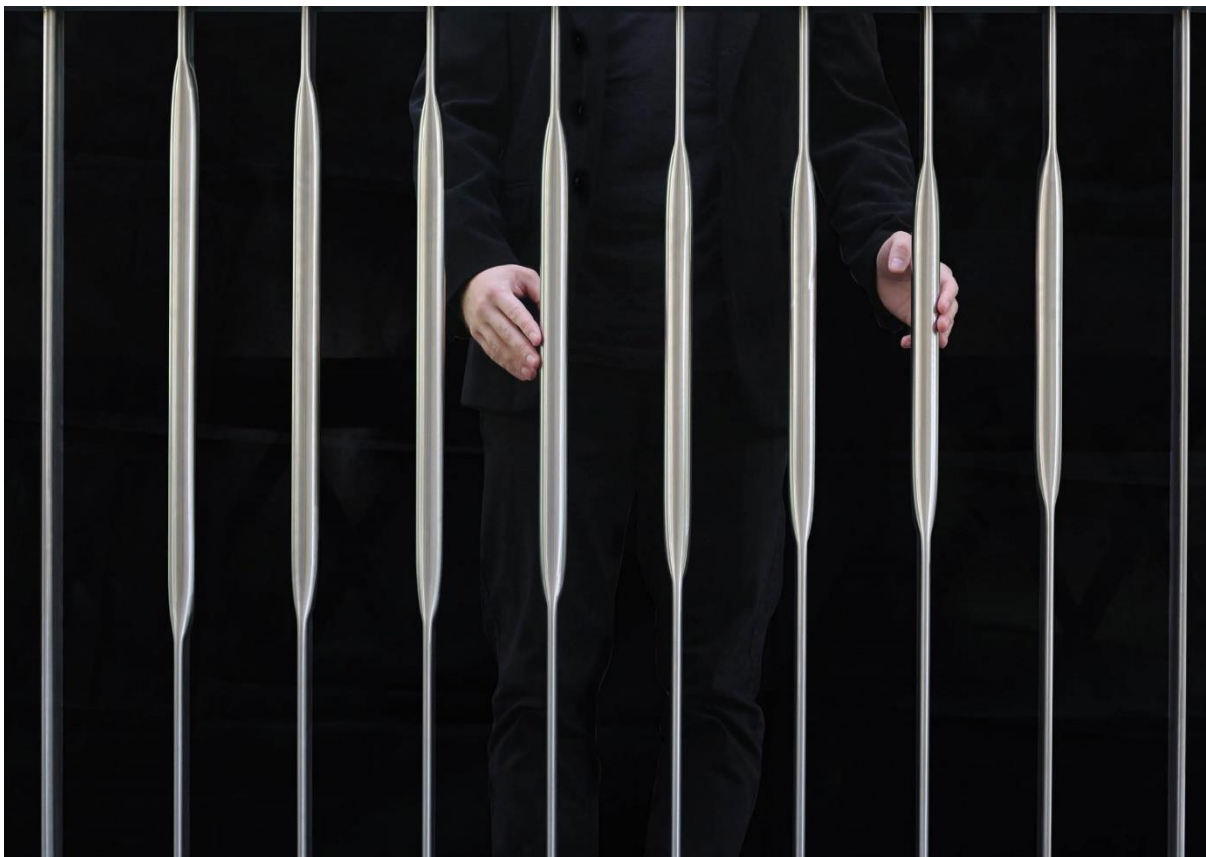
<sup>34</sup> Ibidem

dziedzin, wszyscy reagują na potrzebę doświadczania, tak aby dać upust szeroko rozumianym emocjom Pokolenia Y, w kontekście społecznym i kulturowym. Ja w swoich obiektach emocjonalnych szukam rozwiązań zarówno projektowych jak i formalnych oraz takiego użycia środków wyrazu poprzez materiały, ich wykończenie i samą formę obiektu, aby komunikować się z moim odbiorcą bezpośrednio i na drodze doznań zmysłowych, co jest istotne, jak pokazują powyższe przykłady.

#### MOBILNOŚĆ KOMPOZYCJI – PRZYKŁADOWY OBIEKT EMOCJONALNY – WIDOK W CZTERECH UJĘCIACH ZMIENNEJ KOMPOZYCJI



*ilustracja 7:* Magdalena Szadkowska, kolekcja E ( )MOTION „Obiekt emocjonalny 28”, 26x9x5cm.



*ilustracja 8: Jan Pfeifer, „Instrument Miejski” (2016).*



*ilustracja 9: Jan Pfeifer, „Instrument Miejski” (2016).*



*ilustracja 10: Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, projekt MIKO.*

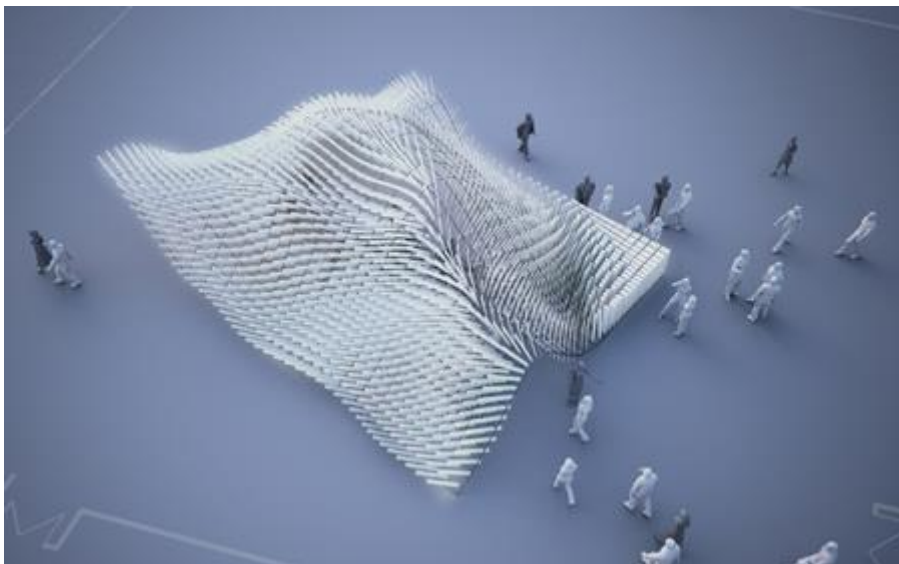


*ilustracja 11: Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, projekt MIKO.*

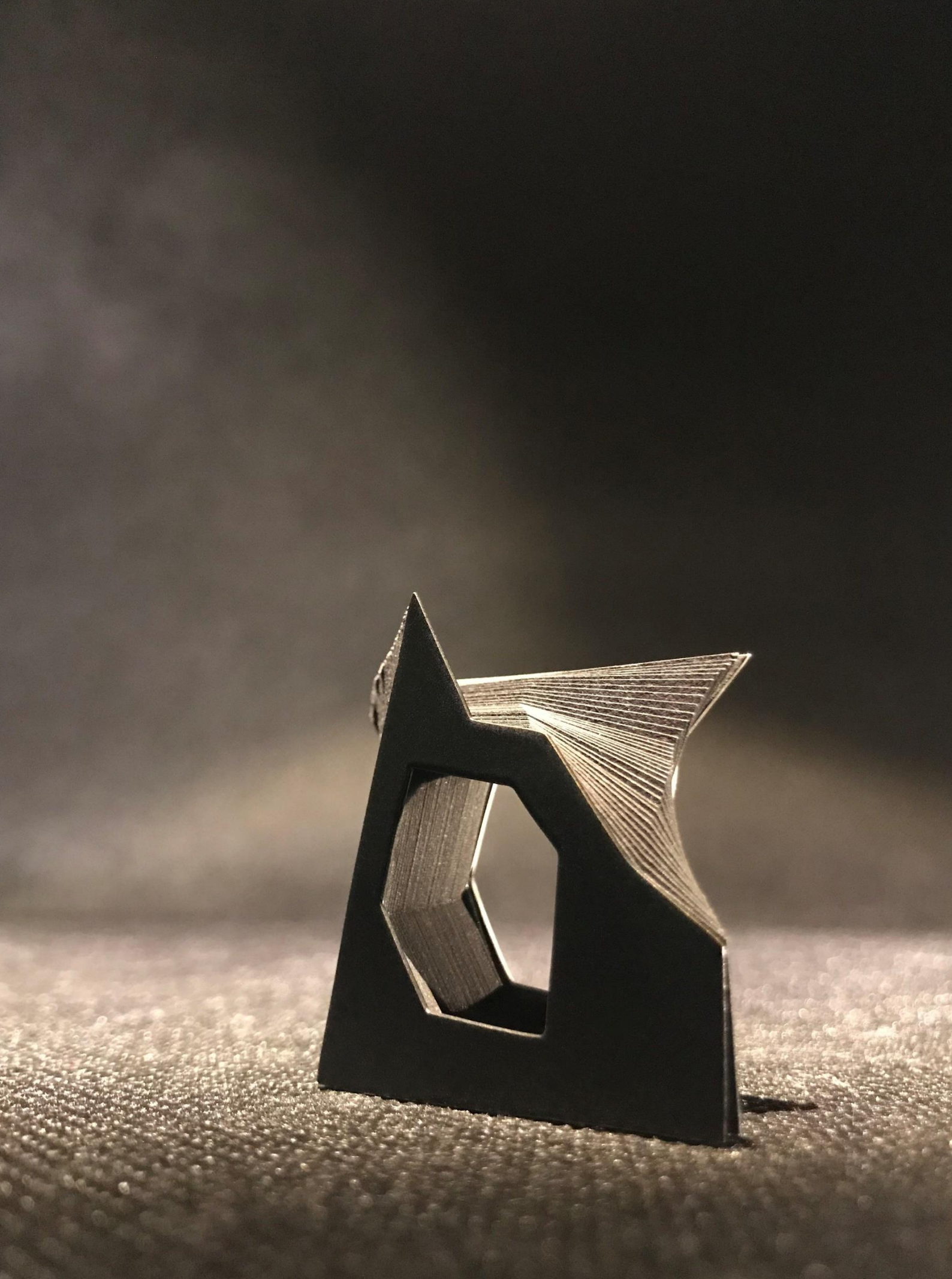




*ilustracja 12: Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaesthetic Filter”.*



*ilustracja 13: Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaesthetic Filter”.*



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 12”, obiekt-obraczka 5x4x1cm, (il.19).

## ROZDZIAŁ V

### MASOWOŚĆ A RZEMIOSŁO – POTRZEBA CZY PRZESZŁOŚĆ

(SZTUKA DEDYKOWANA / PRZEDMIOT INDYWIDUALNY – PROCES TWORZENIA KOLEKCJI E( )MOTION)

*„Milenialsi to najbardziej wpływowa i najbardziej wymagająca grupa konsumentów, z którą rynek ma obecnie do czynienia”.*<sup>35</sup> Tak czytamy w jednym z raportów analizy Pokolenia Y przeprowadzonym przez Odyseja Public Relation, Mobile Institute i Mexad. Skąd taka teza i jakie ma ona podłoże? W świecie masowej nadprodukcji i potężnego zagrożenia dla środowiska, potrzeba nabywania i gromadzenia przedmiotów, w sposób naturalny przestaje być atrakcyjna a wręcz nabiera pejoratywnego charakteru. Jak dalej czytamy w raporcie *„Żaden konsument nie był tak świadomy, dobrze poinformowany i aktywny, jak dzisiejszy Milenials. Dostęp do wielu informacji z różnych źródeł oraz udział w społecznościach daje mu wielką władzę”.*<sup>36</sup> Rynek komercyjny widzi zagrożenia dla biznesu produkcji masowej wobec wysokiej świadomości Igreków. Jest to bowiem pokolenie, które dostrzega potrzebę ograniczenia ilości produktów wokół siebie, selekcjonuje i wybiera przedmioty wartościowe dla siebie, szczególnie te powstałe w procesie zrównoważonej produkcji lub manufakturowej i rzemieślniczej pracy. Odrzucenie zbędnego nadmiaru masowych produktów wynika z faktu ich przesyconienia na rynku i rodzi potrzebę Milenialsów do sięgania po przedmioty ręcznie wytwarzane, których wartość jakości wykonania i indywidualny charakter, stawiają jako priorytet ponad ich ilość. Z jednej strony świadomość, a z drugiej strony naturalna potrzeba posiadania przedmiotu wykonanego ręcznie, gdzie widoczny jest ślad wytwarzania ręką ludzką z wykonawczą perfekcją, dbałością o każdy detal. Żyją oni w świecie wirtualnym, technologii drukarek 3D, robotyki i sztucznej inteligencji, dlatego w sposób intuicyjny poszukują unikatowości i indywidualnego charakteru w przedmiotach, którymi chcą się otaczać. To pokolenie pisma z klawiatury komputera czy smartfona, samo pozbawione styczności z czynnościami manualnymi. To pokolenie, które zaczyna doceniać i odczuwać potrzebę doświadczenia przedmiotu poprzez emocjonalny lub spersonalizowany związek z nim, o czym sami mówią. Wśród grupy moich biegaczy jedną z częstych motywacji do codziennego pokonywania samotnie dystansów jest potrzeba skupienia, koncentracji i odcięcia się od hałasu, mediów, sztucznie napędzanego tempa pracy i życia. Ta sama potrzeba determinuje wybór przedmiotów jakimi chcą się otaczać Milenialsi. Przedmiotem osobistym, refleksyjnym czy po prostu o walorach sensorycznych i ręcznym

<sup>35</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia\\_aktualizacja\\_29.04.2017](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia_aktualizacja_29.04.2017)

<sup>36</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia\\_aktualizacja\\_29.04.2017](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia_aktualizacja_29.04.2017)



wykonaniu, które dostarczą im przyjemności. Coraz częściej poszukują sztuki, której nie rozumieją, jak sami twierdzą, ale odczuwają potrzebę otaczania się nią. Na pytanie, dlaczego i skąd w nich taka potrzeba? Odpowiadają, że wybierają unikatowość i indywidualizm przedmiotu zamiast kilku czy kilkunastu przedmiotów masowej produkcji. Czasem po prostu nie wiedzą skąd ich wybór, ale doceniają bardziej przedmioty dedykowane i ręcznie wytwarzane, bo sprawiają im większą przyjemność, zaskakują ich, wzbudzają szacunek. Prawdopodobnie, po prostu są znudzeni wszechobecnym dostępem masowo produkowanego „plastiku”, który ich otacza na co dzień. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, że jest to pokolenie nostalgii za naturalnością, wiarygodnością, autentycznością i indywidualizmem produktu. W procesie tworzenia mojej kolekcji doktorskiej ta właśnie potrzeba została zrealizowana w obiektach emocjonalnych.

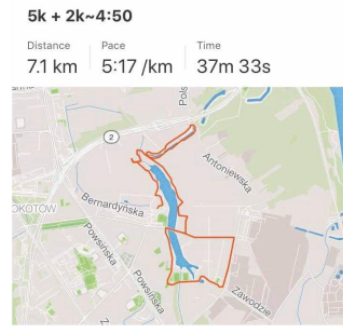
W kolekcji E( )MOTION sam proces tworzenia obiektów angażuje od samego początku odbiorcę a nawet czyni go współtwórcą dzieła i przynosi dużo satysfakcji i przyjemności biegaczom zaangażowanym w ten proces. Jak zatem wygląda ten proces budowania kolekcji? W pierwszym kroku podejmuję rozmowy z biegaczem, aby wyłonić sposoby motywowania, powody do biegania oraz jego potrzeby wynikające z uprawiania tej dziedziny sportu. Rozmawiam też o jego oczekiwaniach co do realizacji obiektu. Współpracuje bezpośrednio z każdym biegaczem, który korzysta z aplikacji do biegania Strava lub Endomondo. Obserwujemy je razem i wybieramy trasy, które z pewnych powodów są ważne dla biegacza. Często jest to wskazany przez biegacza, wybrany okres biegania, innym razem to czas przygotowania do ważnego biegu – półmaratonu lub maratonu, a niekiedy to zbiór tras stanowiących istotne momenty dla biegacza, wzrostu jego kondycji czy wyjątkowych osiągnięć treningowych. Bywają przypadki, gdzie sama chęć posiadania/współtworzenia obiektu emocjonalnego staje się mobilizacją do biegania. Jeden z biegaczy sam decyduje, który okres biegania chce upamiętnić, inny wskazuje na ważne momenty i ich zestawienie w przekroju dwóch lub trzech lat swojej historii treningów, a jeszcze inny oddaje decyzje wyboru w moje ręce, wskazując jedynie na ważny dla niego przedział czasowy. Kolejny mój odbiorca specjalnie dobiera miejskie tras w różnych lokalizacjach miasta, tak aby uzyskać maksymalną różnorodność wydeptanych przez niego samotnie „miejskich ścieżek” tj. jego indywidualnie opracowanych tras biegowych. Jedna z biegaczek poprosiła mnie o zestawienie w jednym obiekcie najdalszych dystansów, jakie w ogóle udało jej się przebiec w historii swojego biegania. Inni dzielą się ze mną na co dzień swoimi treningami przesyłając przebiegnięte trasy lub udostępniając je ze swoich aplikacji. Jako że każdy realizowany obiekt opowiada historie biegania innej osoby, to każdy z nich składa się na indywidualną treść, jaką niosą ze sobą przebiegnięte kilometry tras. W następnym etapie zapisuję obraz graficzny tras tych biegów sczytanych z aplikacji i zaczynam projektować emocjonalny obiekt oparty na nich. Najpierw wybieram konkretny zestaw tras i rysuje je przy użyciu grafiki wektorowej. Poprzez transformację tworzę kształty pośrednie pomiędzy jedną przebiegniętą trasą a kolejną i jeszcze następnymi, które składają się na zbiór kształtów tras biegacza w formie grafiki wektorowej. Finalny obiekt może stanowić kompozycję zamkniętą lub otwartą w zależności od indywidualnych potrzeb i wytycznych biegacza. Jedne prace są zamkniętą całością i opowiadają pewną skończoną historię treningów czy jednorazowych osiągnięć, a inne stają się otwartą kompozycją, do której można dobudowywać kolejne elementy tj.

kształty kolejnych tras biegowych. Kompozycje wektorowe przygotowuję w programie graficznym, w którym następnie opracowuję skalę przedmiotu oraz projektuję elementy montażowe do dalszej realizacji obiektu 3D. Na tym etapie również trwają konsultacje z biegaczem celem badania jego potrzeb i oczekiwań. W tym miejscu zapadają decyzje jaką funkcję, rozmiar i rodzaj materiału ma przyjąć końcowa realizacja obiektu emocjonalnego. Wspólnie z biegaczem omawiam jakiemu rodzajowi obiekt powstanie i w zależności od jego potrzeb, sposobów motywacji i oczekiwań, przygotowuję obiekt 3D. Poszczególne kształty transformowanych tras biegowych wycinam z metalu i papieru technikami ręcznego cięcia i laserową. Następnie poddaje je ręcznej obróbce, nadając charakter powierzchni końcowej obiektu. Kolejnym etapem jest proces montażowy dostosowany do rodzaju obiektu i opracowany według jednej zasady, która pozwala na mobilność całej kompozycji. Pojedynczy obiekt to zbiór tras biegacza ułożonych w skali czasowej, których transformowane kształty biegów są przeze mnie komponowane w formę przestrzenną. W efekcie powstaje kolekcja tożsama pod względem zasad jej realizacji, ale składająca się z obiektów unikatowych i dedykowanych jednej osobie, o różnych skalach, przeznaczeniu, z różnych materiałów wykonania, ale przede wszystkim o indywidualnej zawartości treściowej - emocjonalnej dla każdego z osobna. Przedmiotem „rzeźbienia” stają się tutaj przeżycia i emocje oraz wysiłek fizyczny towarzyszące bieganiu. Formy plastyczne, struktury przestrzenne, które powstają w tym procesie nie są natomiast tylko ich ilustracją. Są one równoległym wyszukiwaniem przeze mnie form plastycznych. Czas, choć niewidoczny, staje się kluczowym zarówno w przypadku biegania jak i kształtowania formy plastycznej. Czas rzeczywisty biegania przełożony zostaje na formę plastyczną, w której zawarte są relacje kształtów zewnętrznych i wewnętrznych oraz proporcje obiektu w stosunku do ilości warstw z jakich jest zbudowany. Te elementy stanowią przełożenie fizycznego procesu biegania na proces twórczy budowania formy i struktury, które swoją fizyczność uzyskują na nowo poprzez środki artystycznego wyrazu. Tak jak biegacze skupieni są na budowaniu swojej formy w rozumieniu kondycji czy to psychicznej czy fizycznej, tak ja odbieram te procesy formami czysto plastycznymi. Buduję kolekcję E( )MOTION w oparciu o emocje wygenerowane bieganiem, a w odniesieniu do kształtowania formy obiektu, tworzę relację do czasu i przestrzeni za pomocą środków czysto plastycznych. Kreuję w ten sposób nową sytuację - autonomiczny przedmiot artystyczny.

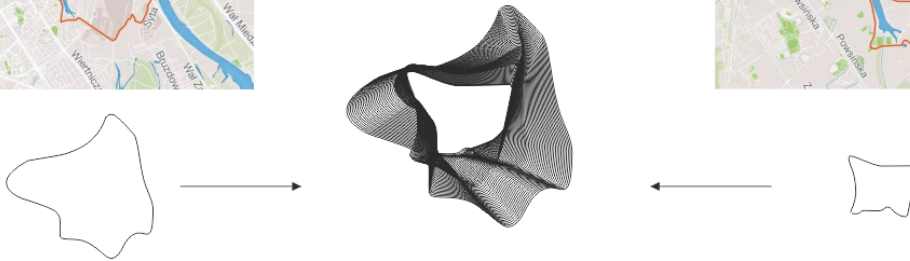
OBIEKT E( )MOTION – ETAPY POWSTANIA – POJEDYNCZY ELEMENT = KSZTAŁT TRASY BIEGACZA - PRZYKŁAD:

POJEDYNCZY ELEMENT KOMPOZYCJI = JEDNORAZOWA TRASA BIEGACZA ( dzień 1)

POJEDYNCZY ELEMENT KOMPOZYCJI = JEDNORAZOWA TRASA BIEGACZA ( dzień 2)



Zapis 2D - transformacja tras



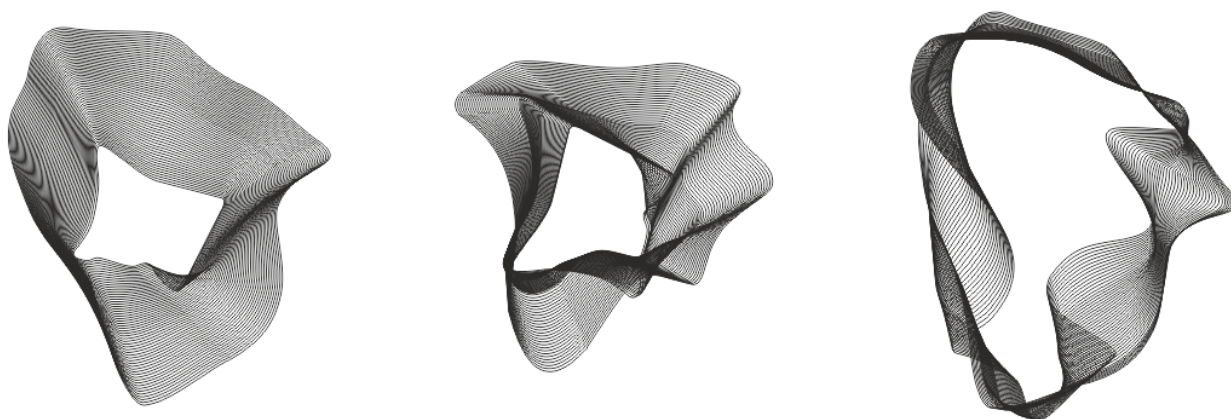
Transformacja kształtów tras biegacza - przykładowy odcinek czasu



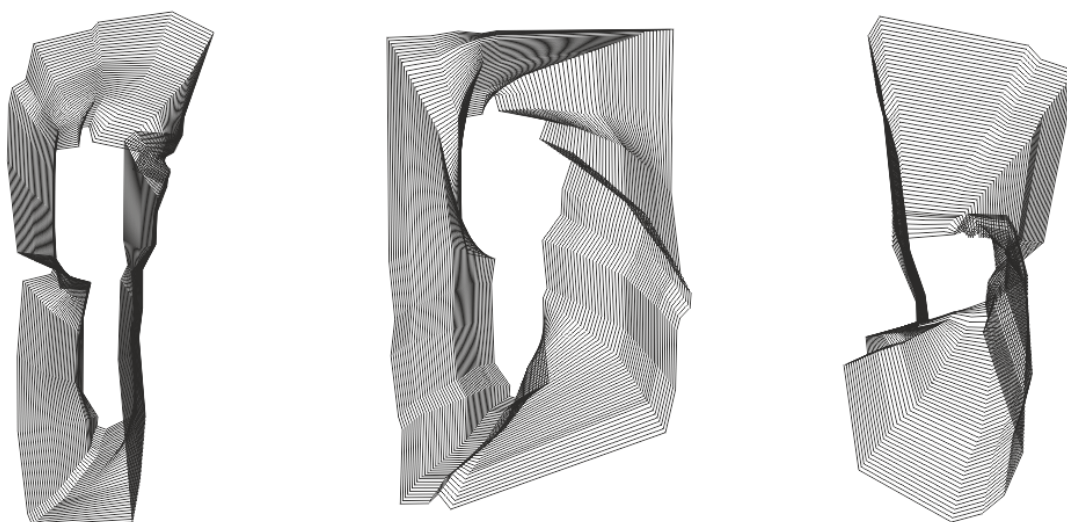
Magdalena Szadkowska, fragment projektu z realizacji kolekcji E( )MOTION: „Obiekt emocjonalny 24”, (il.56).



OBIEKT E( )MOTION – ETAPY POWSTANIA – OBRAZ GRAFICZNY PROJEKTU =  
TRANSFORMACJA TRAS POMIĘDZY DWOMA BIEGAMI – PRZYKŁADY:



Magdalena Szadkowska, projekt z realizacji kolekcji E( )MOTION: „Obiekt emocjonalny 24”, (il.57).



Magdalena Szadkowska, projekt z realizacji kolekcji E( )MOTION: „Obiekt emocjonalny 16”, (il.58).

OBIEKT E( )MOTION – ETAPY POWSTANIA – REALIZACJA OBIEKTU PRZESTRZENNEGO –  
PRZYKŁADY:



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 24”, 20x20x4cm, (il.20)



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 16”, 10x4x4,5cm, (il.21).

## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

Kolekcja obiektów i naszyjników dedykowana **Biegaczce 1** (zawodowo trenerka tenisa ziemnego i snowboardu, absolwentka wydziału matematyki politechniki - rocznik 1994). Cechą wspólną dla wszystkich realizacji jest zamknięta kompozycja, skierowana do wnętrza, zarówno w działaniach projektowych jak i pod względem zawartości emocjonalnej. Ma to związek z intymnym i osobistym charakterem biegów odbiorcy, dla którego jest to wyraz pasji, relaksu i czerpania przyjemności z biegania. Biegaczka swoją dobrą kondycję buduje w oparciu o sporty wykonywane zawodowo, a bieganie traktuje towarzysko, rekreacyjnie i wyłącznie dla przyjemności.

Obiekt odnosi się do zamkniętego dwuletniego cyklu biegania i podsumowuje go. Realizacje naszyjników składają się na kolekcję biżuterii i talizmanów. Wyodrębnione są z wybranych tras dwuletniego okresu biegania (obiekt 1). Stanowią historie osobiste i wspomnienia szczególnie istotne dla niej w aspektach prywatnych. Kompozycje i kolorystyka są odpowiedzią na emocje zamknięte w ich kształtach wewnętrznych.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 1, 2, 3, 4, 5.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 1”, 13x13x6cm, (il.22).

## OBIEKT EMOCJONALNY 1 - OPIS

Obiekt do wewnątrz. Realizacja będąca podsumowaniem dwuletniego okresu biegania odbiorcy. Wewnętrzne struktury obiektu są zapisem najważniejszych tras biegania z tego okresu. Są to najdalsze dystanse, jakie biegaczka pokonała w czasie swojej najbardziej wzmożonej aktywności w tej dziedzinie. Zawartość emocjonalna zapisana jest we wnętrzu obiektu. Przeznaczenie – obiekt kontemplacji, upamiętnienie całego procesu aktywności biegaczki, podsumowanie i gloryfikacja osiągnięć. Funkcja statuetki i nagrody osobistej za dokonania własne w tej dziedzinie aktywności sportowej, która dla odbiorcy jest czystą pasją. Obiekt składa się ze 150 warstw, które połączone ze sobą, budują relację do czasu i przestrzeni zarówno tych rzeczywistych dwuletnich biegów jak i formy plastycznej, która przybiera postać autonomicznego obiektu artystycznego.

Praca zrealizowana z papieru oraz mosiądzu.

Techniki wykonania: cięcie laserem, ręczna obróbka krawędzi i powierzchni metalu, metoda proszkowa czernienia metalu oraz technika własna łączenia elementów w kompozycję przestrzenną z nadaną funkcją transformowania kształtów wewnętrznych. Satynowa powierzchnia metalu.





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 2”, naszyjnik 24x19x2cm, obiekt 6,5x6,5x2cm, (il.23, il.24).



## OBIEKT EMOCJONALNY 2 - OPIS

Podwójna funkcja: obiekt jako przedmiot osobisty, rodzaj talizmanu oraz zawieszka do naszyjnika – biżuteria okazjonalna. Zapis wybranych przez biegaczkę, jej ulubionych tras wskazanych przez nią jako symbol dobrej passy, sukcesów (wspomnienie dobrej kondycji i rekordowych wyników treningowych). Na kompozycję wewnętrzną składają się transformacje z kształtów trzech tras biegowych i one stanowią o zawartości osobistej dla odbiorcy. Wykonane z papieru i oprawione w srebro. Wypolerowana powierzchnia metalu w formie soczewki nadaje głębię, refleksy oraz odbicia i iluzję ruchu kompozycji z papieru, zamkniętej w jej wnętrzu. Wypolerowane srebro tworzy lustro, które odbija kształty transformowanych tras biegów, a więc stanowi lustro emocji, dumy i satysfakcji. Kompozycja jest statyczna i zamknięta.

Praca zrealizowana z papieru i srebra.

Elementy z papieru cięte są techniką laserową a metal jest wycinany i wykańczany ręcznymi technikami obróbki, w tym: polerowanie, matowienie powierzchni. Obręcz wraz z zapięciem – srebro. Front zawieszki to srebro matowe, a spód to soczewka o wypolerowanej powierzchni metalu. Środkowe warstwy wykonane są z czarnego papieru.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 3”, naszyjnik, 18x34x2cm, (il.25).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 3”, 6,5x6,5x1,5cm, (il.26).

### OBIEKT EMOCJONALNY 3 - OPIS

Podwójna funkcja: obiekt jako przedmiot osobisty, rodzaj talizmanu oraz zawieszka do naszyjnika – biżuteria okazjonalna. Analogicznie do obiektu 2 jest to zapis wyjątkowych i wybranych przez biegaczkę tras. Jest to historia dwóch tras, przebiegniętych wraz ze swoją przyjaciółką, zaproszoną do wspólnego biegu. Na kompozycję wewnętrzną składają się transformacje z kształtów dwóch tras biegowych, które stanowią o zawartości osobistej dla odbiorcy.

Kompozycja jest zamknięta w czarnym kole pokazując w swym wnętrzu subtelne refleksy i zarysy kształtów transformowanych tras. Założeniem kompozycji zamkniętej jest skierowanie kierunków, a przez to emocji do wnętrza obiektu. Kolorystyka podyktowana jest grą subtelnych odcieni czerni i oddaje intymny, osobisty charakter obiektu.

Praca zrealizowana z papieru i mosiądzu.

Elementy z papieru cięte są techniką laserową, a metal jest wycinany i wykańczany ręcznymi technikami obróbki i poddany czernieniu metodą proszkową. Obręcz wraz z zapięciem – mosiądz czerniony metodą proszkową. Satynowe powierzchnie metalu.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 4”, naszyjnik 19x25x2cm, (il.27).

Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 5”, naszyjnik 19x25x2cm, (il.28).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt Emocjonalny 4 i 5”, 5,5x5,5x2cm, (il.29).

#### OBIEKT EMOCJONALNY 4, 5 - OPIS

Obiekt 4 i Obiekt 5 to realizacje o podwójnej funkcji: obiekt jako przedmiot osobisty, rodzaj talizmanu oraz zawieszka do naszyjnika – biżuteria. Prace są zapisem emocji podczas wakacyjnych biegów biegaczki. Mają charakter intymny, wspomnieniowy i sentymentalny. Są symbolem relaksu i regeneracji, energii czerpanej ze słońca. Wyrazem radości z biegania, czystej pasji i pamiętnikiem emocji. Transformacja wewnętrznych kształtów jest ich zapisem. Kolorystyka obiektu utrzymana w bieli i złocie nawiązuje do zawartości emocjonalnej obiektów. Wypolerowana soczewka, w obiekcie nr 4, stanowi lustro dla kształtów wewnętrznych i poprzez tak uzyskaną głębię i odbite refleksy światła wydobywa nasycone ciepłym światłem krawędzie pojedynczych elementów obiektu. Jest pamiątką i osobistym talizmanem dobrej energii na co dzień. Kompozycja stała i zamknięta. Obiekt może być przedmiotem samodzielnym, zawieszka do biżuterii okazjonalnej lub naszyjnika codziennego na łańcuszku. W ten sposób uzyskana jest wielofunkcyjność obiektu.

Prace są zrealizowane z tyneku i złota. Elementy z tyneku cięte są techniką laserową a metal jest wycinany i wykańczany ręcznymi technikami obróbki, w tym: polerowanie, matowienie powierzchni. Obręcz wraz z zapięciem – złoto. Fronty zawieszek - satynowa powierzchnia.

## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

Kolekcja obiektów /obrączek dedykowana **Biegaczowi 2** (menadżer produktu jednej z największych sieci polskich korporacji w dziedzinie wnątrarskiej - rocznik 1993).

Obiekty współtworzone z odbiorcą to kolekcja obrazująca historię procesu treningowego biegacza, rozłożonego w latach 2017-2019. Wszystkie realizacje są obiektami/małą formą rzeźbiarską, a jednocześnie biżuterią o funkcji obrączek. Bieganie dla niego jest sposobem budowania swojej kondycji i sylwetki. Konsekwentne i regularne biegi każdego tygodnia wsparte są podporządkowanym pod tą aktywność trybem życia. Odbiorca specjalnie dobiera miejskie trasy w różnych lokalizacjach, tak aby zarejestrować różnorodność wydeptanych przez niego samotnie „miejskich ścieżek” tj. jego indywidualnie opracowanych tras biegowych. Biegacz traktuje treningi również jako formę budowania relacji w społeczności internetowej biegaczy. Aktywność fizyczna powiązana jest z budowaniem kondycji zarówno fizycznej jak i psychicznej, a czas spędzony na bieganiu stanowi strefę jego przestrzeni osobistej, oderwania od pracy zawodowej w korporacji na stanowisku zarządzającym, a zatem o podwyższonej odpowiedzialności i zwielokrotnionej ilości sytuacji stresowych.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14.





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 6”, obiekt- obrączka 3,5x3x1,5cm, (il.30).



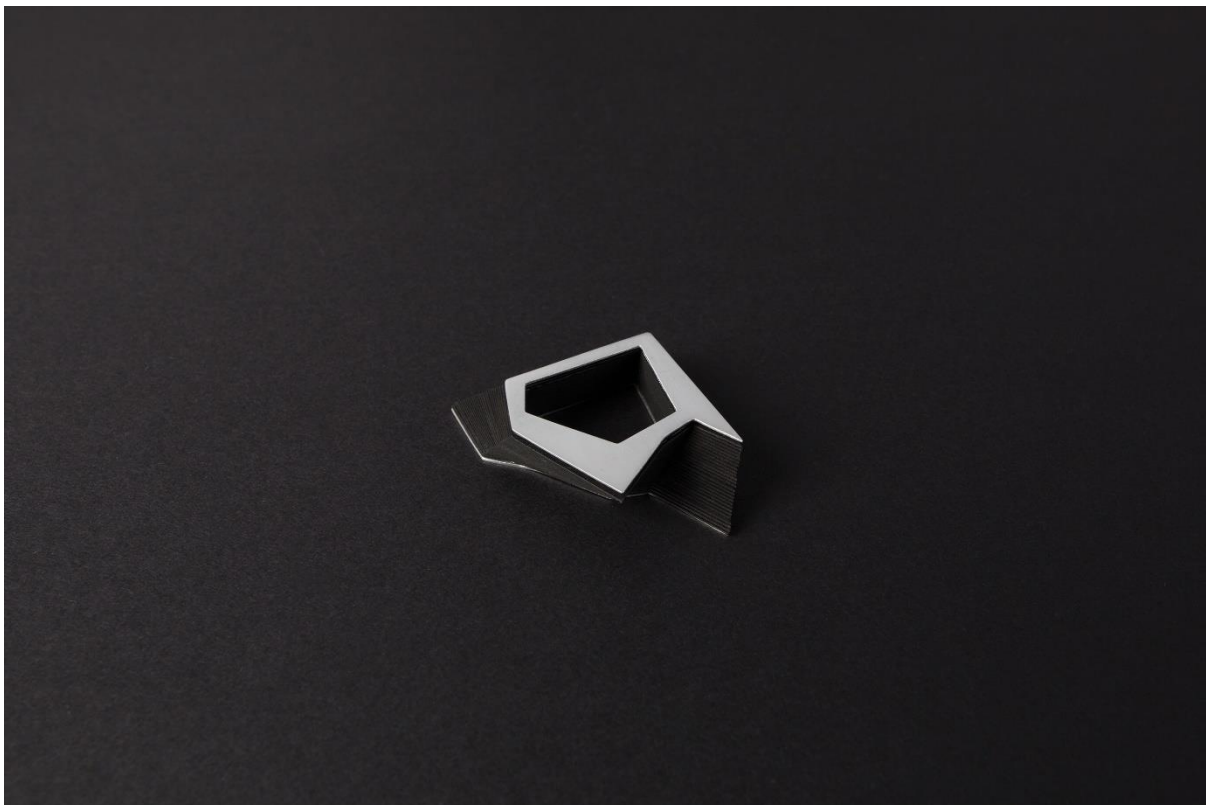
Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 7,8, obiekty – obrączki 3,5x3x0,7cm., 4x3x1cm, (il.31).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 9”, obiekt-obręczka 4x4x1cm, (il.32).



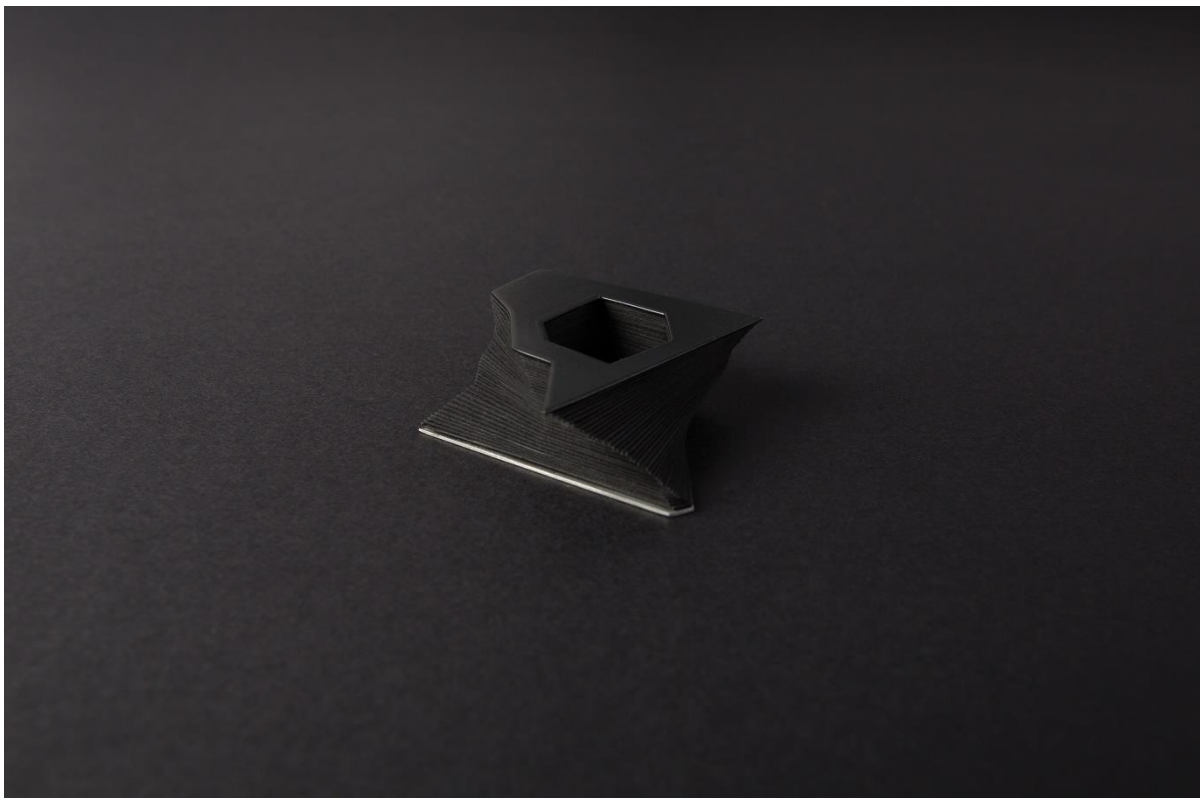
Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 10”, obiekt- obręczka 8x5x2cm, (il.33).



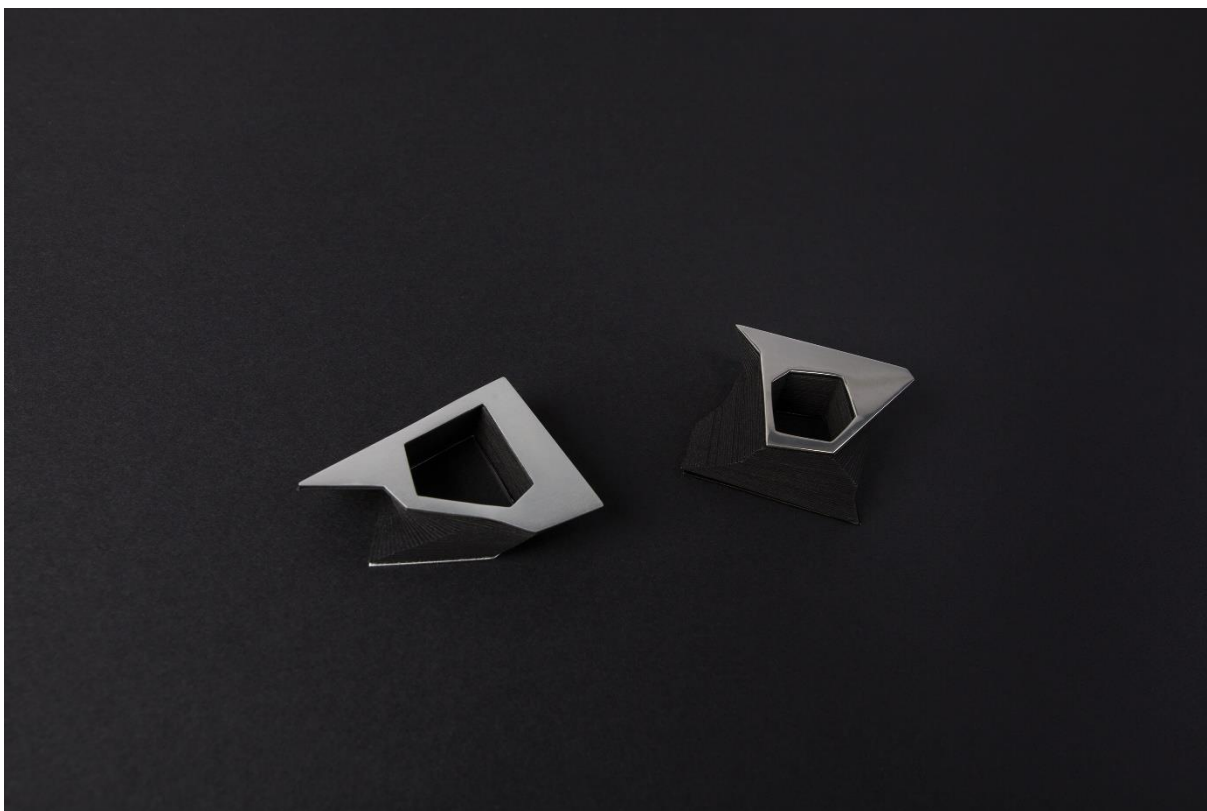
Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 11”, obiekt-obręczka 5x4x1cm, (il.34).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 11”, obiekt-obręczka 5x4x1cm, (il.35).



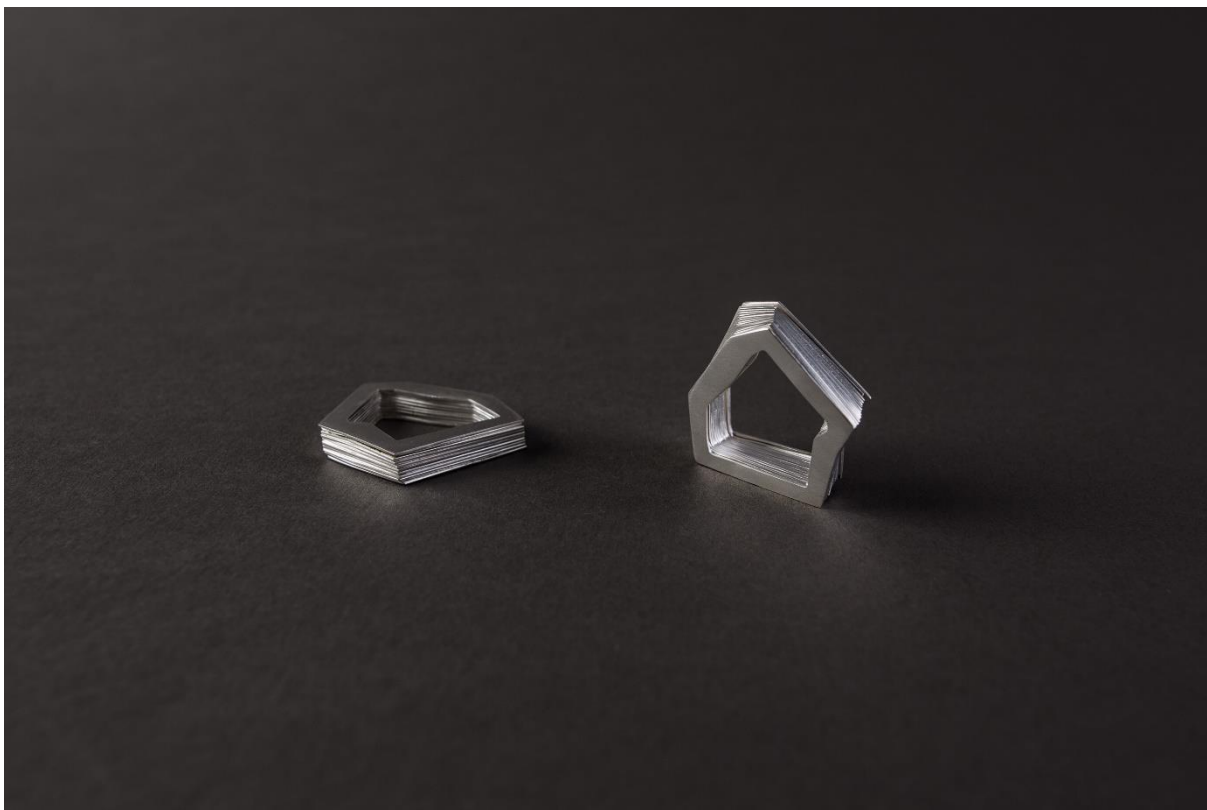
Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 12”, obiekt-obrączka 5x4x1cm, (il.36).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 11, 12”, obiekty-obrączki 5x4x1cm, (il.37).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 13”, obiekt-obrączka 2,5x3x1cm, (il.38).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 14”, obiekt-obrączka 3x3x0,5cm, (il.39).

## OBIEKTY EMOCJONALNE 6 – 14 - OPIS

Obiekty powstałe w oparciu o ciągłą i bezpośrednią współpracę biegacza ze mną, polegającą na monitorowaniu treningów w cyklach cotygodniowych. Każdy obiekt odnosi się do tygodniowych tras biegania, a wszystkie razem tworzą obraz całościowy budowania kondycji, są obrazem jego aktywności. Historia cyklicznych biegów wyrażona jest kompozycją zewnętrznymi i wewnętrznymi transformacji kształtów. Ma oddać zaangażowanie i złożony, wielowarstwowy proces budowania formy. Kolekcja jest obrazem długofalowego procesu budowania własnej formy w sensie podwójnym – sylwetki biegacza i obiektów. Każdy z obiektów jest biżuterią i przyjmuje funkcję obrączki. Każdy pojedynczy obiekt stanowi zawartość emocji jednostkowych, a w zestawieniu ilustrują pasję biegacza, jego wytrwałość, konsekwencję i zaangażowanie przez lata treningów. Obiekty/ obrączki przyjmują funkcję refleksyjno – motywującą. Mobilność kompozycji pozwala na zmianę formy obiektu podczas użytkowania, co ma szczególne znaczenie przy funkcji obrączek. Wartością dodaną jest ciągła interakcja z obiektem, możliwość kształtowania, przesuwania względem siebie elementów kompozycji. Jako takie obrączki stanowią przedmiot relaksu, „odstresowania” wobec codziennych napięć.

Reakcja odbiorcy na zrealizowane obiekty to spontaniczna radość i zaskoczenie, cyt. „Mega ....jak biegałem to tak ładnie nie wyglądało.”

Materiały wykonania: papier, srebro, złoto.

Elementy z papieru cięte są techniką laserową a metal wycinany jest i wykańczany ręcznymi technikami obróbki. Technika własna łączenia elementów w kompozycję przestrzenną, z nadaną funkcją transformowania kształtów wewnętrznych i zewnętrznych. Zestawienia satynowych i polerowanych na głęboki połysk powierzchni metali.

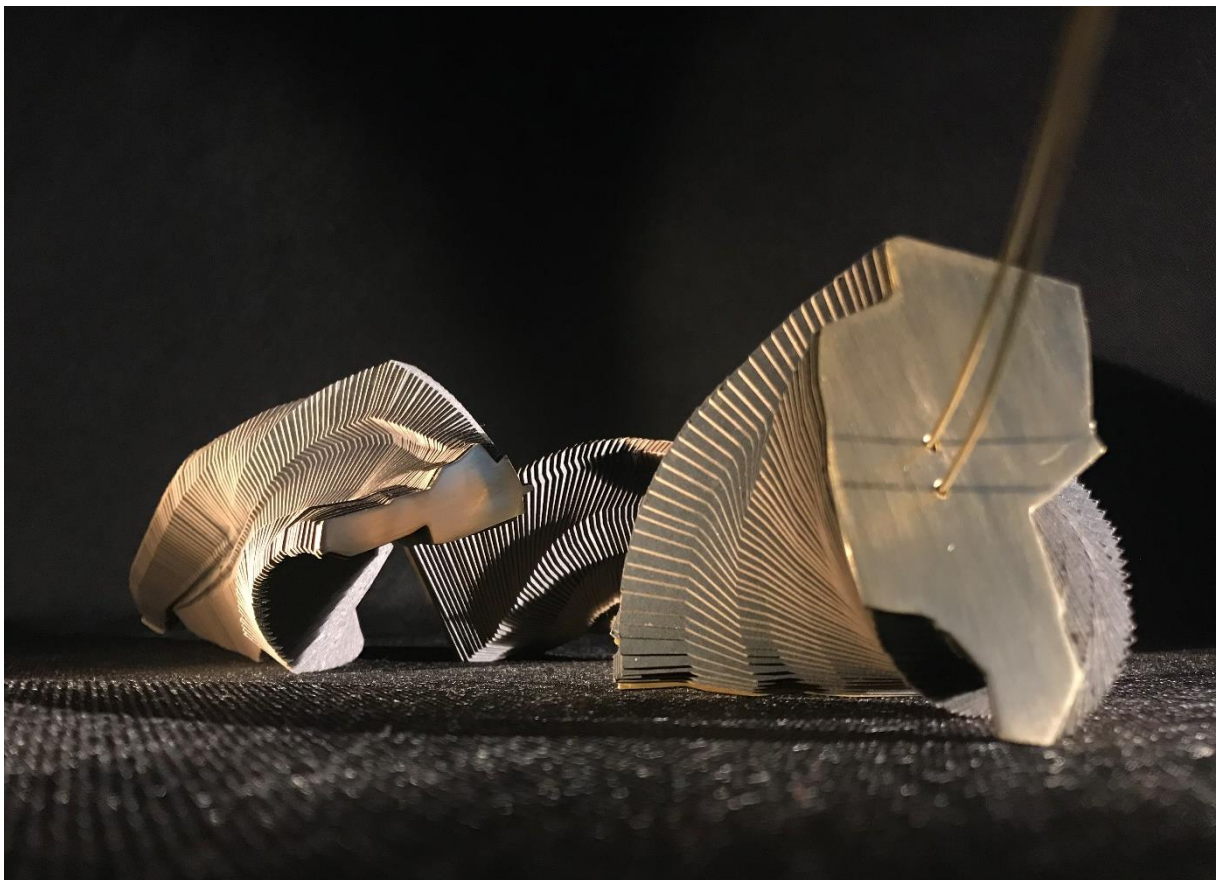
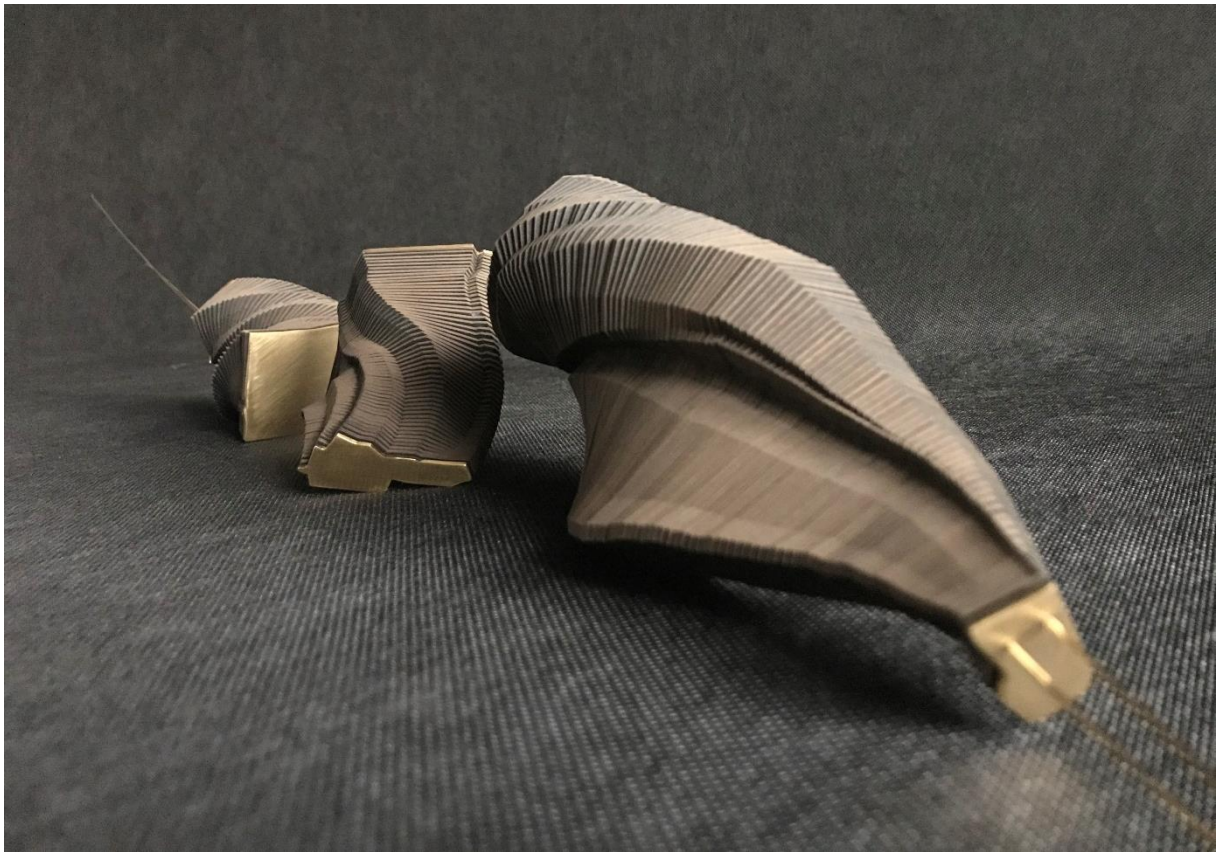


## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

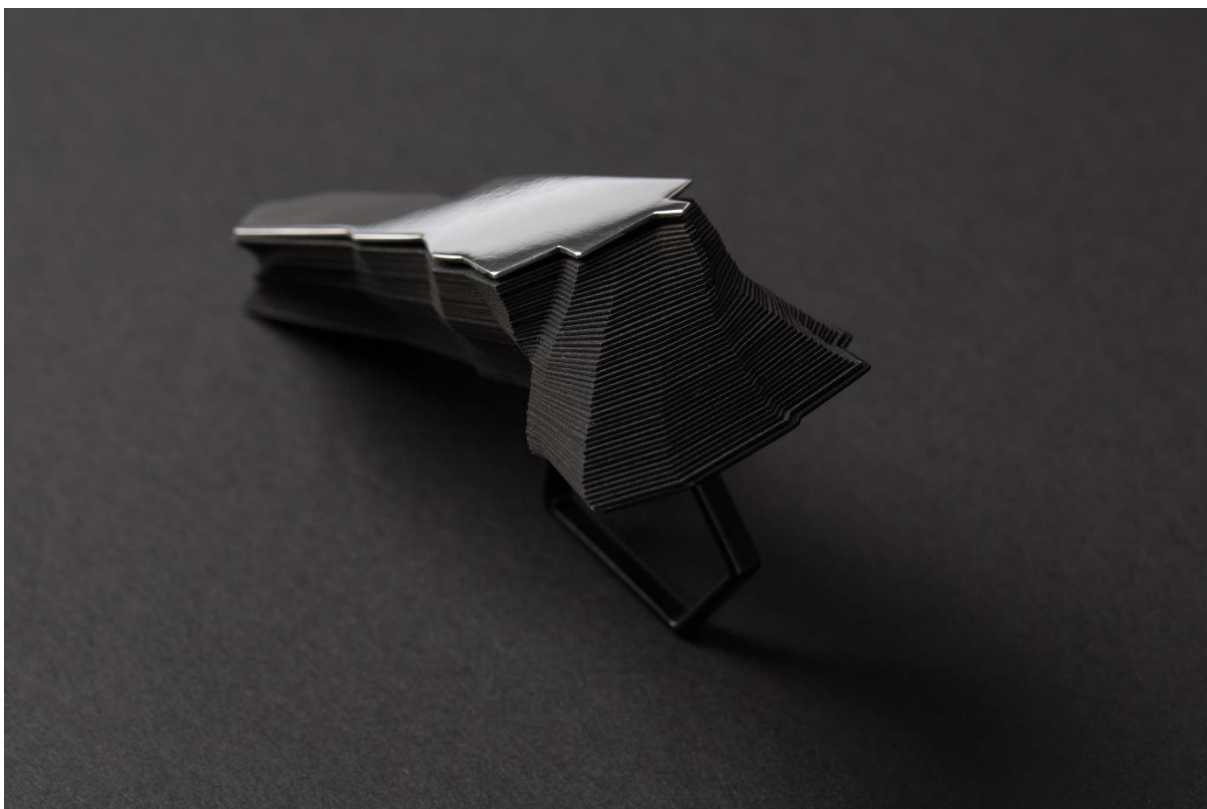
Obiekt / rzeźba i pierścioneł to realizacje powstałe we współpracy z **Biegaczem 3** (dr hab. medycyny i zawodowo ordynator szpitala, właściciel prywatnego gabinetu oraz nauczyciel akademicki - rocznik 1980).

Odbiorca wykonuje zawód psychiatry, mieszka w otoczeniu zieleni na przedmieściach Łodzi. Szybkie tempo życia związane z wielością wykonywanych czynności zawodowych oraz ich obciążającym psychikę charakterem były przyczyną jego poszukiwań aktywności sportowej, która w sposób nieograniczający, relaksujący przyniesie mu chwile odreagowania. Traktuje bieganie w sposób rekreacyjny jako czas prywatny, spontaniczny i spędzony w otoczeniu przyrody. Realizacje obiektów mają oddać tę wolność i otwartość w podejściu do jego swobodnej aktywności fizycznej, a ich wielowarstwowość odnosi się do emocji uwalnianych podczas biegania. Zarówno bieganie jak i obiekty emocjonalne mają dostarczyć poczucia oczyszczenia, wyciszenia, odprężenia, relaksu, kontemplacji oraz ukierunkować myśli dla uzyskania stanu spokoju wewnętrznego i równowagi.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 15, 16.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 15”, 95x25x10cm, (il.40, il.41).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 16”, 10x4x4,5cm, (il.42).

#### OBIEKT EMOCJONALNY 15 i 16 - OPIS

Obiekt do wnętrza 15/ miniatura rzeźby do ogrodu odbiorcy. Kompozycja zbudowana jest z trzech oddzielnych elementów, które korespondują ze sobą, przenikają się w przestrzeni. Cała kompozycja jest mobilna i ma charakter otwarty. Jest procesem otwartym kształtowania formy obiektu, tak samo jak specyfika biegów odbiorcy. Jest zapisem emocji mobilizowania się do biegania, zmiennej kondycji, zróżnicowanych czasów biegania i odległości pokonywanych kilometrów. To otwarta i wolna od narzuconego rygoru treningowego forma uprawiania tej aktywności fizycznej przez biegacza, która przekłada się na kompozycje obiektu – otwartą i całkowicie zmienną. Jest wyrazem spontanicznych treningów, których przypadkowość i niezaplanowany charakter mają odzwierciedlenie w obiekcie, którego ciągły proces budowania od nowa ma rejestrować te same emocje i doświadczenia biegacza. Obiekt kontemplacji, refleksji.

„Obiekt emocjonalny 16” stanowi wyraz tych samych doświadczeń treningowych biegacza i ujęty jest w formę rzeźbiarskiego sygnetu, mającego symbolizować osobistą pieczęć. Elementem dominującym w kompozycji jest umieszczony na froncie, wycięty ze srebra, kształt trasy z wypolerowaną na lustro powierzchnią. To kształt pierwszej trasy w historii jego biegania i lustro najistotniejszych emocji, które stanowiły o decyzji podjęcia kolejnych biegów. Element ten jest przewodnim dla obu prac. W „obiekcie emocjonalnym 15” stanowi centrum, środek i łącznik kompozycji.

Materiały wykonania : obiekt nr 15 tektura 1,5 mm, mosiądz, obiekt nr 16 papier, srebro.  
Technika wykonania obiektów: cięcie laserem, ręczna obróbka powierzchni (mat, połysk).

## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

Obiekty i piny - projekt realizowany z **Biegaczem 4** (rzeźbiarz i wykładowca artystycznej uczelni wyższej - rocznik 1983).

Odbiorca zawodowo i z pasji zajmuje się na co dzień budowaniem formy, kształtowaniem materii w sferze działań rzeźbiarskich oraz w odniesieniu do budowania własnej formy w rozumieniu sylwetki tj. cyklicznym bieganiem. Realizacje obiektów emocjonalnych są ich wyrazem. Dotyczą okresu jednego roku treningów (rok 2018), który to czas był wznowieniem uprawiania tej dziedziny sportu, celem odbudowy formy i odzyskania dobrej kondycji po pięcioletnim okresie przerwy w uprawianiu tej dziedziny aktywności. Obiekty stanowią wyraz refleksji czym był dla niego ten czas treningów, jaką przebył drogę od pierwszego biegu do ostatniego, jaką rozpiętość czasową i dynamikę miał ten proces odbudowy formy. Stają się lustrem jego emocji, zaangażowania i wytrwałości w postanowieniu powrotu do kondycji biegania w maratonach. Stanowią formę pamiątnika, kalendarza biegacza i przyjmują rolę motywacyjno – refleksyjną.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 17, 18, 19, 20.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Objekt emocjonalny 17”, 8x10x5cm, (il.43).





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 18, 19”, piny 7,5x4,5x1cm, 5x3x1cm, (il.44).

#### OBIEKT EMOCJONALNY 17, 18,19,20 – OPIS

Obiekt emocjonalny 17 i 20 to małe formy rzeźbiarskie w postaci biżuterii do wnętrza. Kompozycje zewnętrznych kształtów składających się na formę obiektów ilustrują proces odbudowywania kondycji i sylwetki biegacza. Ich dynamika, zwarty i harmonijny układ kształtów od najmniejszego elementu poprzez ich całą złożoność aż do największego, stanowią lustro doświadczeń i emocji tego procesu treningowego. Od czego zaczynał i jaka była wówczas jego kondycja fizyczna oraz psychiczna, czym był dla niego ten czas odbudowy formy, jaką przeszedł drogę doskonalenia ciała i umysłu. Obiekty przypominają o postawionych na początku celach i mają stanowić wsparcie i motywację w wytrwałości ich realizacji. Mobilny charakter kompozycji podlega ciągłemu kształtowaniu formy obiektu podobnie jak cel i charakter biegania. Obiekt przyjmuje rolę statuetki, ma przynosić satysfakcję i motywować do dalszych treningów. Obiekty emocjonalne 18 i 19 mają funkcję użytkową biżuterii tj. pinców i stanowią symbol pierwszej i ostatniej trasy tego procesu odbudowy kondycji. Zróżnicowane wykończeniem powierzchni srebra: satyna i lustrzany połysk. Przyjmują rolę talizmanu, przedmiotu osobistego, który ma towarzyszyć biegaczowi na co dzień jako element stylizacji – osobisty talizman sukcesu i powodzenia. Kompozycja zamknięta i mobilna.

Materiały wykonania: papier, srebro, tektura gładka 1 mm, mosiądz.

Technika wykonania: cięcie laserem papieru oraz ręczne cięcie metalu i obróbka powierzchni ( satynowy mat/połysk), autorski projekt i realizacja własna kompozycji mobilnej obiektów.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 20”, 25x7x8cm, (il.45, il.46).

## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

Obiekt, brosza, naszyjnik - projekt realizowany z **Biegaczem 5** (grafik freelancer - rocznik 1986). Cały projekt współpracy realizowany w oparciu o przygotowania biegacza do maratonu.

Współpraca przy realizacji obiektów z biegaczem miała charakter ciągłego zaczytywania tras codziennych biegów odbiorcy z aplikacji do biegania. Proces treningów - konsekwentny, jednostajny, mozolny i długotrwały przekłada się na charakter realizacji obiektów emocjonalnych oraz wpisuje w całość trybu życia biegacza. Zawodowo jako freelancer samodzielnie opracowuje grafik dnia swojej pracy podobnie jak harmonogram treningów przygotowujących do maratonu. Jako rysownik i grafik na co dzień zajmuje się tatuowaniem i tworzeniem storyboard'ów filmowych, co podobnie jak proces treningów ma przebieg cykliczny, wymagający cierpliwości, koncentracji i konsekwencji. Obiekty emocjonalne oddają charakter nie tylko tego jednorazowego choć długotrwałego przygotowania do ważnego biegu, ale też trybu życia odbiorcy. Są źródłem emocji i doświadczeń biegacza w jego życiu prywatnym, zawodowym i treningowym. Przyjmują rolę trofeum, mają przynieść dumę i satysfakcję oraz wspomagać odbiorcę w dążeniu do realizacji celu głównego tj. przebiegnięcia maratonu.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 21, 22, 23.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 21”, 18x6x4cm, (il.47).

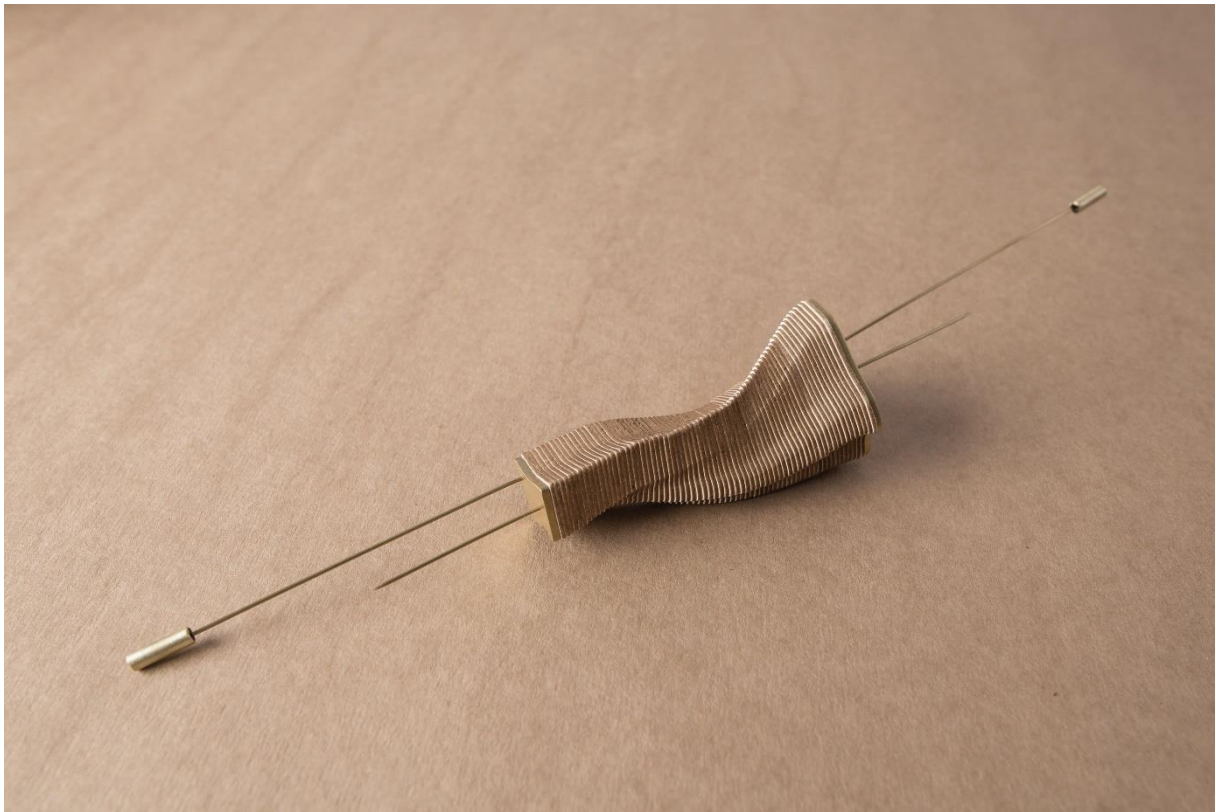
## OBIEKT EMOCJONALNY 21 – OPIS

Obiekt do wewnątrz, rola statuetki. Forma strukturalna zewnętrzna obiektu oddaje charakter przygotowań biegacza do biegu w maratonie. Jej harmonijny i monumentalny charakter podkreśla wagę wydarzenia dla procesu treningowego odbiorcy. Stanowi uhonorowanie za wytrwałość i trud procesu przygotowań do przełomowego, bo pierwszego w życiu przebiegnięcia maratonu. Kompozycja jest zamknięta i symbolizuje jeden wyodrębniony etap biegania podyktowany specyfiką przygotowań do tak długiego biegu i związanego z nim obciążenia organizmu. Funkcja refleksyjno – gloryfikacyjna obiektu. Mobilna kompozycja ma na celu interakcję z przedmiotem. Odbiorca związany z dziedzinami artystycznymi zawodowo ma możliwość, poprzez kształtowanie osobiście kompozycji obiektu, nadawania jej swojej własnej formy w odpowiedzi na cel jaki sobie stawia - przebiegnięcie maratonu, a tym samym doskonalenie i kształtowanie swojej formy fizycznej - sylwetki oraz psychicznej – przewyższania granic i ograniczeń swojej fizyczności. Kompozycja zamknięta i mobilna.

Materiały wykonania: tektura gładka 1 mm, mosiądz.

Technika wykonania: cięcie laserem, ręczna obróbka powierzchni, autorski projekt montażu obiektu z nadaną funkcją transformacji kompozycji. Satynowa powierzchnia metali.





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 22”, brosza 30x4x4,5cm, (il.48).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 23”, naszyjnik 24x21x4cm, (il.49).

## OBIEKT EMOCJONALNY 22 i 23 - OPIS

Obiekty to biżuteria w postaci broszy (22) i naszyjnika (23). Zapis dwóch etapów przygotowań do maratonu – początkowego i końcowego. Przedmioty osobiste, które biegacz dedykuje swojej partnerce jako wyraz wsparcia i wspólnej drogi w najtrudniejszych momentach treningów. Obiekty mają przypominać odbiorcy o chwilach zwątpienia, ale też wsparcia, więzi i charakterze zbliżania w relacjach osobistych, podczas przygotowań do maratonu. Możliwość przesuwania poszczególnych elementów kompozycji pozwala na nanoszenie notatek, zapisywanie czasów i kilometrów treningów wewnątrz obiektów. Zewnętrzna strukturalna forma to zapis kształtów tras, które w swoim wnętrzu kryją osobiste treści dla biegacza. Charakter pamiętnika biegacza z przygotowań do maratonu. Kompozycja otwarta.

Materiały wykonania: tektura gładka 1 mm, mosiądz złocony.

Technika wykonania: cięcie laserem, ręczne wykonanie elementów metalowych kompozycji oraz ręczne wykończenie powierzchni. Satynowa powierzchnia metali.

## DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA I OPIS PRAC Z KOLEKCJI E( )MOTION

Naszyjniki i brosza - projekt realizowany z **Biegaczką 6** (menadżerka marketingu w branży budowlanej - rocznik 1984).

Kolekcja biżuterii biegaczki to odpowiedź na jej przemianę osobistą i zmianę trybu życia. Bieganie w jej życiu to odkrywanie nowych relacji, element autokreacji w oparciu o nowe wyzwania zawodowe i potrzebę zmiany wizerunku. Naszyjniki oraz brosza stanowią element tej osobistej – fizycznej i mentalnej przemiany. Uwzględniają potrzebę codziennych oraz okazjonalnych stylizacji dopasowanych do jej trybu życia. Samo budowanie obiektów emocjonalnych, w postaci biżuterii osobistej, stało się dla niej mobilizacją do biegania. Powstała biżuteria jest elementem motywacyjnym, jak i sposobem komunikacji ze społecznością biegaczy. Realizacje stanowią zapis kilku miesięcy biegów, który to proces był etapem jej uczuciowych, emocjonalnych rozliczeń z przeszłością i okresem wewnętrznej przemiany.

Realizacje: Obiekt emocjonalny 24, 25, 26, 27.



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 24”, naszyjnik 20x20x4cm, (il.50).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 25”, brosza 17x12x2cm, (il.51).





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 24”, naszyjnik 20x20x4cm, (il.52).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 25”, brosza 17x12x2cm, (il.53).





Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 26”, naszyjnik 30x3x2,5cm, (il.54).



Magdalena Szadkowska, kolekcja E( )MOTION „Obiekt emocjonalny 27”, naszyjnik 42x4x1,5cm, (il.55).

## OBIEKT EMOCJONALNY 24, 25, 26, 27 - OPIS

Bizuteria emocjonalna jest wyrazem osobistych potrzeb biegaczki zarówno na gruncie wsparcia i motywacji w procesie treningowym jak i budowania jej wizerunku na tle społeczności zawodowej oraz biegowej. Organiczne kształty oraz symetryczne, subtelne i harmonijne formy obiektów oddają charakter jej treningów. Symbolizują nowy dla niej rytm spokojnego, zrównoważonego trybu życia. Przyjmują rolę talizmanu tych przemian, bo mają o nich przypominać i stać się gwarantem balansu pomiędzy życiem prywatnym a zawodowym, przemiany wewnętrznej jaka dokonywała się podczas treningów. Z drugiej strony mają stać się wyrazem autokreacji i nowego wizerunku, pretekstem do dyskusji, współdzielenia opinii i doświadczeń o podłożu emocjonalnym. Ich kolorystyka oraz proporcje w doborze kształtów tras biegów są artystyczną kreacją w odpowiedzi na potrzeby estetyczne biegaczki i jej zrównoważone, pozytywne i otwarte podejście do relacji w nowym środowisku. Konwencja fotograficzna o zmiennych gradacjach tła, od jasnej szarości do czerni, pokazuje natomiast zróżnicowaną drogę w procesach dochodzenia do osobistych przemian zarówno w warstwie fizycznej jak i psychicznej biegaczki.

Materiał wykonania: papier, mosiądz czerniony, srebro przetopione ze starej i uszkodzonej biżuterii biegaczki, łańcuszki – srebro i złoto, drut i struna - srebro.

Technika wykonania: cięcie laserem, ręczne wykonanie elementów metalowych kompozycji oraz ręczne wykończenie powierzchni, czernienie metodą proszkową. Satynowe powierzchnie metali.

## PODSUMOWANIE

*„Potęgą ludzkiego umysłu jest umiejętność marzenia, wyobraźni oraz planowania przyszłości”.*

Donald Norman

Żyjemy w czasach przesytu dóbr materialnych, nadmiernej konsumpcji, rewolucji nauki i przemysłu - robotyki i sztucznej inteligencji. Żyjemy w chmurze - globalnie i wirtualnie. Przytłoczeni skalą masowej produkcji oraz wzrastającego tempa życia poszukujemy wartości w doświadczaniu, sferze osobistej i relacjach - więziach międzyludzkich. Poszukujemy przestrzeni osobistej oraz przedmiotów indywidualnych. Poszukujemy odpowiedzi na nasze potrzeby osobiste i lokalne a nie globalne i masowe. Potrzebujemy dystansu, refleksji, zatrzymania się, skupienia i czerpania przyjemności. Potrzebujemy uwagi.

Moja kolekcja doktorska jest zgłębianiem wiedzy o ludziach, społeczeństwie, w którym żyję.

Jest badaniem kondycji Pokolenia Y przez pryzmat ich potrzeb na poziomie emocjonalnym.

Jest poszukiwaniem sposobu wzbudzenia potrzeby obcowania ze sztuką dziś.

Moje obiekty, sztuka, biżuteria mają stać się „lustrem” potrzeb współczesnego Pokolenia.

Mają prowokować rozmowy, wywoływać emocje, refleksje osobiste.

Wobec tak postawionych celów mojej kolekcji doktorskiej E()MOTION, jest ona analizą potrzeb współczesnego pokolenia w kontekście społecznym i kulturowym, projektem artystycznym i badawczym, pracą w procesie. Każde ogniwo kolekcji poczynawszy od dialogu i współpracy z grupą docelową – przedstawicielami Pokolenia Y tj. grupą biegaczy, poprzez kolejne etapy projektowe i realizację obiektów, aż po jej odbiór i nadanie określonego znaczenia dla mojego odbiorcy, to czynniki, które badają otaczającą nas rzeczywistość, rozpoznają i poszukują źródeł zainteresowań pokolenia, a w końcu stanowią bezpośrednią odpowiedź na ich potrzeby i wpisują się w ich codzienność. W tym celu przyjęłam formę indywidualnej współpracy z każdym z odbiorców, a realizacje obiektów emocjonalnych dedykowane każdemu z nich stanowią wyraz ich osobistych emocji, historii i doświadczeń. Te z kolei składają się na całościowy obraz wspólnych cech i potrzeb Pokolenia Y, spośród

których na drodze budowania kolekcji wyłoniłam najistotniejsze obszary potrzeb moich odbiorców. Są nimi: 1. Potrzeba generowania przestrzeni osobistej, sfery intymnej/emocjonalnej w odpowiedzi na „Kult ciała – w poszukiwaniu równowagi życiowej i terapii dla umysłu” 2. Potrzeba posiadania powiązana z potrzebą doświadczania – przedmiot osobisty, indywidualny, spersonalizowany, unikatowy, sentymalny. 3. Potrzeba więzi, relacji, integracji - współdzielenia emocji i doświadczeń. Moja współpraca z przedstawicielami Pokolenia Y wyodrębniła grupę ich cech wspólnych takich jak: emocjonalizm, wartość doświadczania ponad wartość posiadania, aktywność, wolność, otwartość na świat, nastawienie na czerpanie przyjemności, przestrzeń własną, kreację i więzi międzyludzkie. Kult ciała i chęć posiadania idealnej sylwetki okazał się celem wtórnym w procesie treningowym biegaczy. Wszyscy oni poprzez tak wyrażoną aktywność sportową spełniają swoje potrzeby osobiste, które dotyczą sfery umysłu i poszukiwania równowagi życiowej, balansu pomiędzy zawodowymi obowiązkami a prywatnymi potrzebami.

Mojemu badaniu podlegało również wyłonienie podejścia ludzi Pokolenia Y do sfery materialnej, posiadania oraz miejsca sztuki w ich życiu. Okazuje się, że nastąpiło przewartościowanie w tym obszarze. Oznacza to, że ludzie nie związani z zawodami artystycznymi a ze światem komercyjnym, skupieni dotychczas na konsumpcji, odrzucają ten model życia. Poszukują przedmiotów indywidualnych, osobistych w swoim otoczeniu. Wyrażają zainteresowanie i z ciekawością wchodzi w projekt budowania swojej własnej formy artystycznej, wynikającej z ich własnych emocji, doświadczeń i przeżyć. Wypełnia to lukę ich osobistych potrzeb emocjonalnych. Wskazali na materiały wykonania mniej szlachetne, takie jak papier, którego niestandardowe wykorzystanie zainspirowało ich i skłoniło do refleksji. Wyraźny i namacalny stał się fakt nostalgii i powrotu do rzeczy o zabarwieniu sentymalnym, pamiątkowym, spersonalizowanym. Z jednej strony kierowany potrzebą negacji masowości produktów a z drugiej strony potrzebą komunikacji z innymi, budowania więzi i relacji, środkiem wypowiedzi własnej i autokreacji na tle grupy/społeczności. W tym miejscu moje obiekty emocjonalne przyjmują funkcję społeczną, bo mają prowokować rozmowy, generować refleksje i pobudzać do dyskusji. Jest to projekt otwarty i ten etap poddany zostanie dalszej analizie po upublicznieniu mojej kolekcji. Dla grupy biegaczy i bezpośrednich odbiorców mojej kolekcji będzie to czas jej użytkowania, wstawiania zdjęć na portalach społecznościowych, a więc ten docelowy czas współdzielenia opinii, doświadczeń i emocji z nimi związanych. Z drugiej strony upublicznienie kolekcji dla pozostałych odbiorców będzie dla mnie kolejnym elementem badania i sprawdzeniem w jaki sposób kolekcja E( )MOTION pobudzi wyobraźnię, refleksje i skojarzenia osobiste pozostałych odbiorców, niezwiązanych z projektem. Mam nadzieję, że dostarczy momentu zatrzymania, kontemplacji i sprowokuje dalsze rozmowy. W tym celu forma obiektów budowana była w dwóch warstwach. Jako projektant rozpoznałam potrzeby odbiorcy i odpowiedziałam na nie w sposób bezpośredni, kształtując formę tak aby nadać wartość osobistą przedmiotu dla każdego indywidualnie. Jako artysta nadałam strukturę zewnętrzną obiektów o walorach czysto estetycznych i zmysłowych, która podobnie jak w architekturze, zawiera wewnętrzne struktury o zawartości refleksyjnej, emocjonalnej i kontemplacyjnej. Zmysłowo odbierana jest struktura zewnętrzna – forma, konstrukcja obiektu a w jej wnętrzu istnieje bogactwo struktur, które w mojej biżuterii / obiektach skrywa znaczenia nadane - emocje, poezję i literaturę,

historie osobiste. Poprzez spersonalizowany proces tworzenia kolekcji E( )MOTION znalazłam takie środki wypowiedzi artystycznej, które bezpośrednio komunikują odbiorcę z obiektem i budują z nim relację emocjonalną. Obiekty emocjonalne jakie tworzę nie są jednak tylko ilustracją badań socjologicznych ale są one równoległym wyszukiwaniem form plastycznych. Elementy kompozycji stanowią przełożenie procesu z fizyczności biegania na proces twórczy budowania formy i struktury, które swoją fizyczność uzyskują na nowo poprzez środki artystycznego wyrazu. Czas rzeczywisty biegania przełożony zostaje na formę plastyczną, w której zawarte są relacje kształtów zewnętrznych i wewnętrznych oraz proporcje obiektu w stosunku do ilości warstw z jakich jest zbudowany. Warstwy z jakich składają się moje obiekty emocjonalne wskazują również na ich podobieństwo do kompozycji muzycznych, literackich, poetyckich. Wszystkie one posługują się elementami, przynależnymi do swoich dziedzin, które ułożone według pewnej harmonii lub innego klucza kompozycyjnego, w relacji do czasu i przestrzeni tworzą utwór, dzieło. W obiektach E( )MOTION odnajduję wspólną terminologię i konstrukcję dzieł, dla dziedzin: sztuki, designu, literatury, muzyki. Stosunek do czasu, przestrzeni, harmonijne struktury, wartości estetyczne są ich wspólnym mianownikiem, a wypowiedź artystyczna odbywa się za pomocą podobnych środków wyrazu. Pokrewieństwo pomiędzy dziedzinami dotyczy również rodzaju ich przekazu, zawartości i sposobu oddziaływania na odbiorcę. Projekt kolekcji E( )MOTION oparłam o emocjonalny aspekt sztuki, designu, architektury, muzyki i biżuterii, co z jednej strony jest, wyłonioną w trakcie moich badań, potrzebą Pokolenia Y, a z drugiej strony domeną tych dziedzin.

## BIBLIOGRAFIA

1. „Ogrody nauk i sztuk” nr 2014 (4), DOI: 10.15503/onis2014-225-231, Zuzanna Kozłowska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Synestezja – wyzwanie dla kultury wzrokocentrycznej”, 2014.
2. Przegląd Filozoficzny – Nowa Seria, R. 21: 2012, Nr 3 (83), Filozofia umysłu i kognitywistyka, Andrzej Dąbrowski, „Wpływ emocji na poznanie”.
3. Kultura i Edukacja 2012, nr 4 (90), ISSN 1230–266X, Aleksandra Jasielska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Komunikaty-relacje”, „Estetyka codzienności. Analiza wzornictwa emocjonalnego”.
4. Władysław Tatarkiewicz, „Droga przez estetykę”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1972r.
5. Rudolf Arnheim, „Sztuka i percepcja wzrokowa”, Ekspresja, Wydawnictwo Officyna, Łódź 2004.
6. Bohdan Dziemidok, „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
7. Lew Tołstoj, „Co to jest sztuka”, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1980.
8. S. Langer, „Problems of Art.”, Published by Scribner, New York 1957.
9. Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015.
10. „Projektowanie Doświadczeń”, Igor Gałązkiewicz, Wydawnictwo Słowa i Myśli, 2019.
11. Idee- Poglądy- Interpretacje, „Co to jest Design. Sens pytania, znaczenie odpowiedzi”, Janusz Krupiński, WASP.
12. „Sapiens. Od zwierząt do bogów”, Yuval Noah Harari, przekład Justyn Hunia, Wydawnictwo Literackie, Warszawa 2014.



## STRONY WWW

1. [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia aktualizacja: 29.04.2017.](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia%20aktualizacja%3A%2029.04.2017.)
2. Witold Wrzesień: Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży, [https://www.researchgate.net/publication/329167346\\_Czy\\_pokoleniowosc\\_nam\\_sie\\_nie\\_przydarzy](https://www.researchgate.net/publication/329167346_Czy_pokoleniowosc_nam_sie_nie_przydarzy), ostatnia aktualizacja: 01.2007.
3. <https://www.rp.pl/Plus-Minus/311099941-Pokolenie-Y-Jak-milenialsi-naprawiaja-swiat.html/>, ostatnia aktualizacja: 09.11.2017.
4. <https://www.slideshare.net/PolaHonorata/psychologia-emocji-i-motywacji-1-2/>, ostatnia aktualizacja: 08.2019.
5. [https://www.biostat.com.pl/badania-marketingowe.php?gclid=EAlalQobChMI2\\_eurNj25glVwYSyCh0HtwmVEAAYASAAEgJ7UPD\\_BwE](https://www.biostat.com.pl/badania-marketingowe.php?gclid=EAlalQobChMI2_eurNj25glVwYSyCh0HtwmVEAAYASAAEgJ7UPD_BwE), dostęp: 10.10.2019.
6. <https://marketerplus.pl/teksty/artykuly/insighty-konsumenckie-marketer-wola-eureka/>, ostatnia aktualizacja: 08.08.2014.
7. <https://mobileinstitute.eu/>, dostęp: 11.10.2019.
8. <https://rytmy.pl/pinatex-czyli-skora-lisci-ananasa/>, ostatnia aktualizacja: 11.10.2016.
9. <https://www.bluelife.pl/ultra-nowe-wodoodporne-obuwie-zrobione-z-alg/>, dostęp: 07.11.2019.
10. <https://www.dupont.pl/brands/tyvek.html>, dostęp: 07.11.2019.
11. <https://tryc.pl/2015/04/tyvek-material-przyszlosci/>, dostęp: 07.11.2019.
12. <http://www.artdress.com.pl/tyvek-ubrania-z-papieru/>, ostatnia aktualizacja: 28.11.2016.
13. <https://www.whitemad.pl/stworzyl-w-100-biodegradowalny-material-powstal-z-morskich-glonow/>, dostęp: 08.11.2019.
14. <https://bio2materials.com/technologie/>, dostęp: 08.11.2019.
15. <https://kukbuk.pl/artykuly/do-czego-sluzy-skorka-z-jablka/>, dostęp: 09.11.2019.

16. <https://www.swps.pl/nauka-i-badania/blog-naukowy/14425-synesthetic-design-nowy-nurt-projektowania/>, ostatnia aktualizacja: 24.01.2017.
17. <https://www.poradnikzdrowie.pl/psychologia/emocje/emocje-czym-sa-i-jak-na-nas-wplywaja-rodzaje-emocji-aa-eqAG-SKMP-yegr.html>, ostatnia aktualizacja: 17.01.2019
18. <https://www.slideshare.net/PolaHonorata/psychologia-emocji-i-motywacji-1-2/>, ostatnia aktualizacja: 24.01.2014.
19. <https://symetria.pl/blog/artykuly/wykorzystywanie-emocji-w-tworzeniu-produktow-2/>, ostatnia aktualizacja: 26.01.2011.
20. <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>, ostatnia aktualizacja: 23.01.2018.
21. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/emotional-design>, ostatnia aktualizacja: 24.12.2017.
22. <https://decomanka.blogspot.com/2018/11/emocjonalny-design.html>, ostatnia aktualizacja: 03.11.2018.
23. [www.zwierciadlo.pl/lifestyle/na-czym-polega-projektowanie-synestetyczne](http://www.zwierciadlo.pl/lifestyle/na-czym-polega-projektowanie-synestetyczne), aktualizacja: 29.01.2017., wywiad z dr Karol Murlak, wykładowcą School of Form.
24. TEDS TALKS – Donald Norman – „O 3 sposobach uszczęśliwiania poprzez design”  
[https://www.ted.com/talks/don\\_norman\\_on\\_design\\_and\\_emotion?language=pl](https://www.ted.com/talks/don_norman_on_design_and_emotion?language=pl),  
Dostęp: 21.11.2019.
25. „Projektowanie dla zmysłów. Rozmowa z Agatą Kiedrowicz”,  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.beataleszczynska.pl/2017/09/projektowanie-dla-zmyslow-rozmowa-z.html>, ostatnia aktualizacja: 07.09.2017.
26. "Emotional Cartography - Technologies of the Self", Christian Nold, dostęp: 22.11.2019.
27. <http://www.maikotakeda.com>, dostęp: 22.11.2019.
28. <https://www.dezeen.com/2013/06/01/atmospheric-reentry-by-maiko-takeda/>  
publikacja 01.07.2013 (dostęp:22.11.2019) .
29. <https://www.dezeen.com/2009/01/18/synaesthetic-filter-by-stefan-rutzingerkristina-schinegger/> ostatnia aktualizacja: 18.01.2009.
30. <https://www.wgsn.com/en/> (dostęp: 14.09.2019).

## SPIS ILUSTRACJI

1. Ilustracja 1, 2  
Sarah Wiśniewska, projekt książki „Nie-pamięć”.  
Źródło: <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>,  
dostęp: 06.12.2019.
2. Ilustracja 3, 4  
Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001: 450 x 500 x 400 akryl, stal nierdzewna, ciecz  
mieszana.  
Źródło: <https://decomanka.blogspot.com/2018/11/emocjonalny-design.html>, dostęp:  
06.12.2019.
3. Ilustracja 5  
Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).  
Źródło: <http://www.viapoetica.com/maiko-takeda/>, dostęp: 06.12.2019.
4. Ilustracja 6  
Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).  
Źródło: [https://artsandculture.google.com/exhibit/maiko-takeda-  
%C2%A0dematerialising-fashion/LAJS9QemFaibJQ](https://artsandculture.google.com/exhibit/maiko-takeda-%C2%A0dematerialising-fashion/LAJS9QemFaibJQ), dostęp: 06.12.2019.
5. Ilustracja 7  
Magdalena Szadkowska, „Obiekt emocjonalny 28” z kolekcji E( )MOTION, 26x9x5cm.  
Źródło: katalog własny, fotograf: Anna Domańska, aranżacja: Magdalena Szadkowska.
6. Ilustracja 8, 9  
Jan Pfeifer, „Instrument Miejski” (2016).  
Źródło: [http://www.bryla.pl/bryla/7,90857,20835689,jan-pfeifer-zwyciezca-make-  
me-projekt-niezwyklego-instrumentu.html?i=1](http://www.bryla.pl/bryla/7,90857,20835689,jan-pfeifer-zwyciezca-make-me-projekt-niezwyklego-instrumentu.html?i=1), dostęp: 11.12.2019.
7. Ilustracja 10, 11  
Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, projekt MIKO.  
Źródło: [https://www.swps.pl/strefa-designu/blog/536-fashion/19893-bizuteria-ktora-  
lagodzi-bol](https://www.swps.pl/strefa-designu/blog/536-fashion/19893-bizuteria-ktora-lagodzi-bol), dostęp: 11.12.2019.

8. Ilustracja 12, 13

Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaesthetic Filter”.

Źródło: <https://www.dezeen.com/2009/01/18/synaesthetic-filter-by-stefan-rutzinger-kristina-schinegger/>, dostęp: 11.12.2019.

9. Ilustracje 14-55

Kolekcja „E( )MOTION – Obiekty emocjonalne” Magdalena Szadkowska.

Źródło: katalog własny, sesja zdjęciowa: fotograf: Anna Domańska, Jarosław Borek, aranżacja: Magdalena Szadkowska.

10. Ilustracje 56, 57, 58

Źródło: własne materiały graficzne, fragmenty procesu projektowego kolekcji E( )MOTION.

The Strzemiński Academy of Fine Arts in Łódź.

Doctoral dissertation:

E( )MOTION – EMOTIONAL OBJECTS TO THE SOCIAL NEEDS OF THE Y GENERATION.

Adviser: Professor Andrzej Boss

Jewelry Design Department

Authoress: Magdalena Szadkowska, MA

Łódź, 16.04.2020



TABLE OF CONTENTS:

Introduction.....	98
Chapter I - Value of experience or material lifestyle. Subtitle: Who is the Y Generation and which their needs the E( )MOTION objects meet. ....	102
Chapter II – Society on the run - what does it mean stopping it? Subtitle: The role of emotions and emotional processes in the E( )MOTION collection.....	109
Chapter III – Emotionalism in art and design. Subtitle: Emotional art's theories and contemporary emotional design context.....	116
Chapter IV – Contemporary luxury . Diamond or paper - permanence or transience. Subtitle: E( )MOTION collection's materials and sensory qualities of the objects.....	130
Chapter V – Industry and craft - present need or the past. Subtitle: Individual design – E( )MOTION collection making proces. ....	140
Photo documentation and description of works of the E( )MOTION collection .....	146
Summary.....	179
Bibliography .....	182
The list of illustrations.....	185



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 1”, 13x13x6cm, (il.14).

## INTRODUCTION

*"Trends are not mini skirts or puff sleeves, but wider social changes that express human emotions and needs. Design can (and must) explore, sense and overtake them. "*

Li Edelkoort

The collection of emotional objects I created is work in progress an open process. It is observation, experience and direct cooperation with a selected group of people of the Y Generation. The reason of my collection is to recognize their needs, aspirations and interests and to transform them into the art. The creative process is building relationships between the recipient and an emotional object. Each object in the collection is a personal item co-created with the recipient. The collection is a constantly research of knowledge about people, the society in which I live, so that my objects, art, jewelry can become their "mirror", and direct response to their needs. This is a search for the answer to the need to coexist together with art today.

The title "E( )MOTION" - emotions and movement is the thesis and quintessence of the needs and sources of interest of the Y Generation, which is the subject of the analysis of my doctoral dissertation. This is a word's hybrid that combines two words and directly responds to the main assumptions of the collection. The first is to evoke emotions, what is become from English word "emotion". The second element of the collection is transformation, a movement in the literal sense of the English word "motion" that refers to a cooperation project with a group of runners of my choice as a community - representatives of the Y Generation and the design process based on the transformation of the graphic image of their runs and mobility of the composition. In a figurative sense, I used the word movement derived from Latin - "motus" - in the sense of motivation, development, curiosity and discovering a new one, following the new generation and its needs. These two keywords contain the characteristics of modern society and are the starting point for analyzing the points that shape mass culture today and at the same time are a response to the individual needs of each of us, creating same time a picture of reality.

Movement, physical activity and body worship are the strongest and most popular area of interest for the Y Generation's people, regardless of their professional and social status profile. The physical activity itself is inseparably accompanied by the sphere of emotions, which most often is a means of stimulating any form of movement. Playing sports today is not only an addition to life, but its content, because it fulfills the need for relaxation not only for the body, but also for the mind. This is a springboard from everyday life, a sphere of emotional therapy, it's stopping and reflecting point in a world of ever-increasing pursuit and ever-increasing pace of life. It is available to everyone on a daily basis and fills the most important

and basic needs - concentration, reflection, emotions, adrenaline, relaxation. I defined this social phenomenon as "Body cult - in search of life balance and therapy for the mind." Next to all others sports, today, running is the most popular, common and available form of everyday activity of the Y Generation.

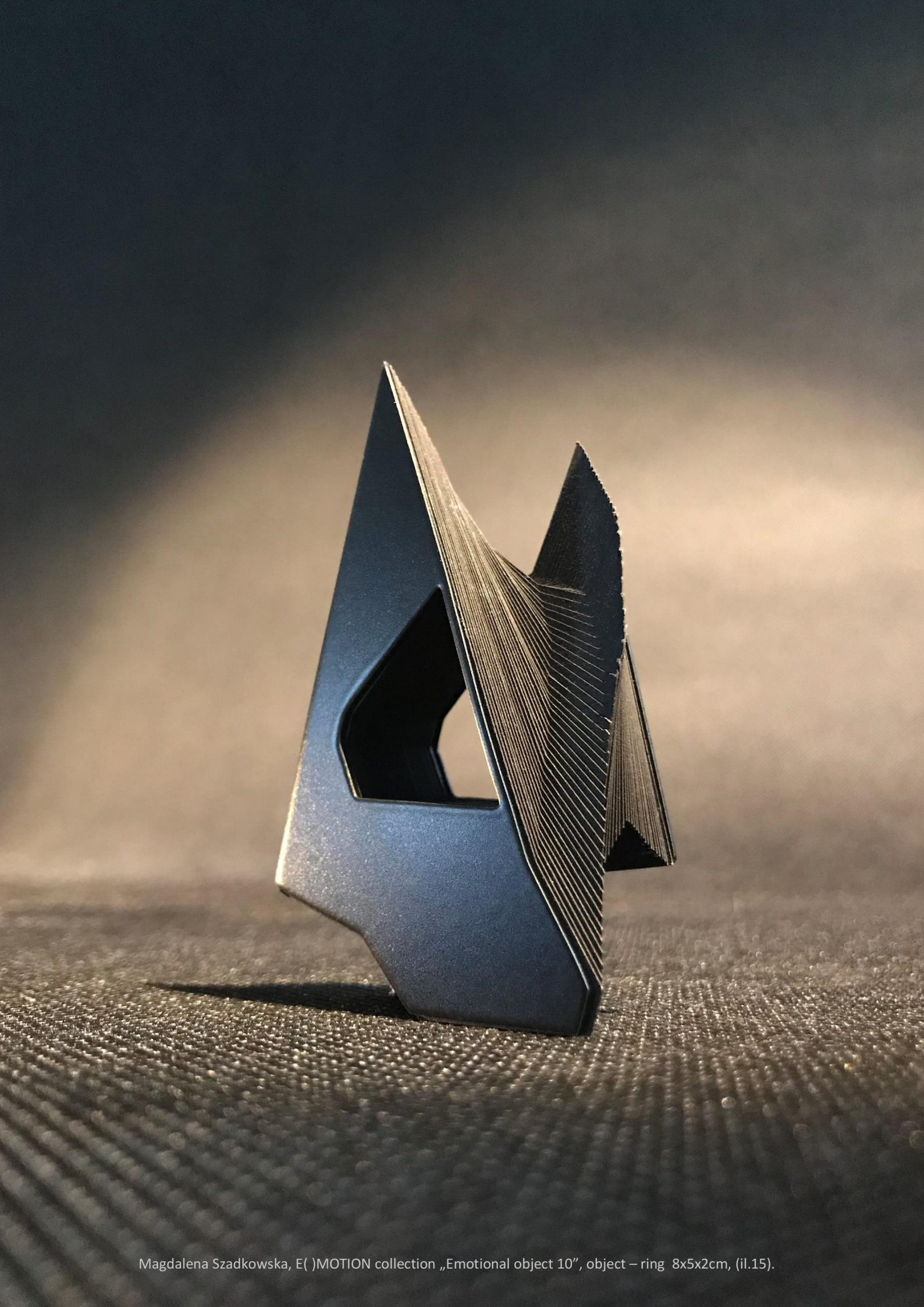
And for the needs of my research work, the Y Generation, I chose a group of people from various professional and social groups who run regardless of their daily life and become the recipients and co-creators of my emotional objects collection. By lonely covering kilometers of routes, they not only improve their physical condition, but also come into the sphere of mind training. They are looking for a break from everyday life and balance for their own mind. Others compete, celebrate their successes and running adventures in social media and build their image against the background of this currently wide social group. Their motivations, challenges, guidelines and reasons to run are the subject of my analysis and they become the key of the search of a wider area of the features of the modern generation. On the other hand, marathons are a history of body cult and a tradition rooted in culture since ancient Greece. This is Plato's philosophy, body worship expressed in ancient sculpture and the history of the marathon cultivated to this day and even special celebrated today. The emotional nature of my collection largely grows out of the emotions generated by this sporting activity and body worship. And as such, it means participation in the life of my recipient.

However, its main task, apart from the research layer, is to generate the recipient's emotions at every stage - from its creation to final use. There are three emotional layers of the E( )MOTION collection: 1. Source of its origin - emotions accompanying the runnings, which constitute its content, 2. The process of creating objects - with the direct participation of the recipient / runner, 3. Target use within the meaning of the function that has a purely emotional character. My collection skip the classic understanding of the usable layer, with standart divide into fields of art and design and their destiny. It includes both small sculptural forms, an interior object and jewelry in terms of its classic form of a wedding ring, brooch or necklace, but this is not its intended use. Its use for the recipient is an emotional connection with the process of its creation and the object itself and its use. This is the own story of the person for whom it is dedicated and about which it tells. It's like the old art of a portrait or the old tailoring profession made-to-order translated to the language of contemporary art, in which emotion, own history plays an important role and which, as a result, directly responds to the needs of the modern generation. Through the E( )MOTION collection I tell the unique one story of a person and illustrate it with the language of art. By introducing the user to the creation process, I give him emotional connection to the object and at the same time introduce the recipient, often not connected with the world of art, for use this. The essence of the E( )MOTION collection is that it tells about us, about our lives, that it directly concerns us and our everyday experiences, which is why its task is to generate emotions.

The next chapters of my work are an analysis of the individual features of the Y Generation, which includes: Who are the people of Generation Y and what are their features and needs, what target group did I choose from the entire generation for my doctoral collection and why, how does my collection respond to the needs of my recipient and

Y Generation, what is the role of emotions for the Y Generation and art, what is communication through art / design and how does it shape the aesthetics today of the generation. I based the above-mentioned issues on marketing research on the features of Y Generation and my cooperation with a selected group of people from this generation whom I made co-creators of my collection. Based on them, I will present what design solutions I used to realize the E( )MOTION collection and how the creation process responds to the needs of my recipient. I place the collection in the stream of emotional design, whose roots in the theory of art and the characteristics of contemporary design activities I will provide later in my theoretical work and a description of the process of its creation and the emotional and personal functions assigned to for the recipients of the E( )MOTION collection.





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 10”, object – ring 8x5x2cm, (il.15).

## CHAPTER I

### VALUE OF EXPERIENCE OR MATERIAL LIFESTYLE

#### (WHO IS THE Y GENERATION AND WHICH THEIR NEEDS THE E( )MOTION OBJECTS MEET)

Contemporary priorities set by Y Generation have their source in the features of this generation. The analysis of these social phenomena is currently taking place on many levels and indicates the directions and values that shape our reality today. Marketing experts, such as media houses, PR agencies, and business consulting companies, undertake detailed studies of this topic. For them, Y Generation is the widest group of consumers on the commercial market and knowledge of their attitudes and needs ensures market success. In my research on the basis of my doctoral dissertation, I support and refer to these analytical reports so that I can comprehensively get to know my recipient and respond to his needs through my artistic activities. Before I come to the answer to the question on what needs of Y Generation my emotional objects E( )MOTION answer, I will show some of the most important features of this generation, which emerge from researches companies like: research company Mobile Institute, Odyssey Public Relation, media house Mexad, Kantar Public, consulting companies - PwC, Deloitte.

There is many kind of methodology of these market. They are based on reports of sociologists, marketing strategy directors and are preceded by various types of survey systems, field and focus studies - consumer insights, systems of responsive electronic survey forms. The latter allows respondents, in this case, people from Y Generation, to respond on any device with access to the network (smartphone, tablet, laptop, desktop), so that the study can be communicated in many ways, for example: in the form of links in emailing, social media, leaflets and internet banners as well as text messages. these kinds of collected data, adequate to the media used by Y Generation, gives the possibility of comparing multiple sources of obtaining information and their collective analysis. Turning to the conclusions gathered from the above-mentioned sources, I will start by presenting this social group. So who are the people of Y Generation, also known as "Igreki" or "Milenialsi". The Polish Y Generation is a diverse group that can be divided into two subgroups: older, born in 1980-1990 and younger, to whom persons born between 1990 and 2000 belong.<sup>37</sup>Creator of "*Theory of Generations*" William Strauss and Neil Howe, take the birth dates of people from Generation Y for the years 1982-2004.<sup>38</sup>However, according to sociologist Dr. Hab. Witold Wrzeźnia from the Adam

---

<sup>37</sup> [https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie\\_Y](https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie_Y)

<sup>38</sup> [https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie\\_Y](https://pl.wikipedia.org/wiki/Pokolenie_Y) Lifecourse Associates: Generations, [www.lifecourse.com](http://www.lifecourse.com) [2018-12-31] (ang.).

Mickiewicz University in Poznań, Millennials are a generation of people born between 1984 and 1997.<sup>39</sup>

According to research, most of the features and behaviors of both these groups indicate similarities and connect these two subgroups. However, there are also features that divide them. This is due to the fact that the older representatives of Y Generation show some features connecting them with the previous X Generation, while the young Millennials are already an announcement of the next Z Generation, which is to be their continuation. Despite this division into older and younger, studies show how strong the set of common features for both. And this is decides that overall this generation separates itself from its predecessors and shapes the image of the present and even the future. According to research, most of the features and behaviors of both these groups indicate similarities and connect these two subgroups. However, there are also features that divide them. This is due to the fact that the older representatives of Y Generation show some features connecting them with the previous X Generation, while the young Millennials are already an announcement of the next Z Generation, which is to be their continuation. Despite this division into older and younger, studies show how strong the set of common features for both. And this is decides that overall this generation separates itself from its predecessors and shapes the image of the present and even the future. According to all sources, the most important behavior of Millenials there are: they are a digital socjety, which affects their subsequent features, such as: living in a "global village" without any barriers and restrictions, which in turn generates a sense of freedom, confidence, activity and openness to the world. All studies unanimously confirm that this is a generation of people for whom quality of life and life experiences become more important than the desire to have material things. They are convinced that everything depends on them, as a result of which they are constantly looking for new challenges and satisfaction with what they do. Their life challenges are varied, but as a priority most of them talked about: family happiness, social relationships, hobbies, passions or simply the need for free time, which they rank higher than career and earnings. They pay special attention to relationships and human relationships, focus on pleasures. They create a relaxed lifestyle model, it means they devote more time to relaxed forms of life than over the professional activity, whether in the form of spending time together in cafes, pubs, cooking together, or playing group or individual sports. That's way they bringing them relaxation, pleasure and their own space to live. And this is the most important for them. they are not afraid of changes and not afraid to take risks. Millennials are extremely confident, trust their skills and believe that the world belongs to them. They are mobile and not attached to one place, all in the spirit of looking for their own space and fulfillment. That is why they choose a lifestyle based on experience rather than it not concentrated for the material life. They are looking for a recipe for themselves and place for life, based on completely different values than people of the X Generation. And these values become more important beyond material priorities. It is customary to say that it is the world of digital media that strengthens their egocentrism, but on the other hand opens them to the world, innovation and global problems of the world. Spark & Honey Agency report "Meet Generation Z" lists all the egocentric qualities of Millenials wchih are shows how these

---

<sup>39</sup> [https://www.researchgate.net/publication/329167346\\_Czy\\_pokoleniowosc\\_nam\\_sie\\_nie\\_przydarzy](https://www.researchgate.net/publication/329167346_Czy_pokoleniowosc_nam_sie_nie_przydarzy), the last update: 01.2007., str.135.



attitudes will gain double strength in the next Generation Z. We read in it: *"Zetka are to be absolutely selfish, narcissistic, focused only on own needs. And they expect more from their surroundings than "Igreki"*. On the other hand, money or career are not the essence of life for them and even they have a very high sense of mission and changing the world for the better. It is connected with their involvement in social and economic problems of the world and care for the environment. They are highly aware of threats and processes globally affecting our future, because they constantly live in a network with access to the information about global changes and problems around the world. And that's why their consumer choices, or approach to the material sphere of life, are dominated by the values of experience. They consciously reject materialism and the accumulation of things, which is directly related to the issues of collective responsibility for the environment in the face of threats facing this and the next generation, which live Millennials online and offline. The first Polish research of Y Generation from 2017, carried out by the Public Relation Odyssey in collaboration with the research company Mobile Institute and the Mexad media house, summarizes and lists the priorities of Polish Igréków in turn: first, "living in the cloud", where the network is primarily a community for Millennials, a source of bond, entertainment, relaxation, advice, inspiration and social commitment. Secondly, friendship and relationships with people, and thirdly it is a sport where a whole generation, as research shows, is active. The research shows that they attach much greater importance than previous generations to friendship. They indicated friends as 92 percent from their as a priority of Millennials (compared to 85% of X Generation indications). The whole Y Generation is active: as much as 32.5 percent younger of Millennials say they exercise at least twice a week, among older of Millennials this group accounts for 26 percent of the total. For comparison, among representatives of X Generation it is 23.5 percent. Fourthly, the city as a place of work, entertainment, relaxation and bonding, and fifthly this is music. As much as 34 percent senior of Millennials spend their free time to meeting friends and acquaintances in the city.<sup>40</sup> These are the data from the first Polish millennium research from 2017, and the following years, according to research, show a continuous increase and massiveness of these phenomena for this generation in Poland.

Based on the above-mentioned characteristics of Y Generation, it can be seen that experiencing, active, cultivating emotional values and deriving pleasure and satisfaction from life are areas of interest, passion and needs of this generation. The expression and response to this thesis of the whole generation is the community of runners selected from among the Igręks. For them, practicing this field of sport is "Body cult - in search of life balance and therapy for the mind." It is a community of people for whom the means to meet all of the above-mentioned needs, including above all finding their own space for reflection, satisfaction, pleasure, building relationships in a group and a source of motivation, is taking care of their own physical and mental condition, through daily running and sharing this passion in local and global community groups - online social media. The space for practicing this field of activity is the city in which my recipient lives and functions. The fast pace of life of Generation Y causes the search for such forms of non-professional activities or forms of spending free time that are available to them at any time of the day and in any place, which allows them to match their daily rhythm. In addition, they run in groups building and

---

<sup>40</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia\\_aktualizacja\\_29.04.2017](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia_aktualizacja_29.04.2017)

developing their relationships with other runners or listen to music during lonely runs. The nature of this sport activity directly corresponds to the characteristics of Y Generation, indicated by marketing research, that's why I chose this community as the target group of my collection.

I have established direct cooperation with several people born in this age group and gathered around this passion. In addition to marketing data lists that show the popularity of sports for Generation Y, I chose this group also because it is the most cross-sectional representation of the generation in terms of occupations and social status. The group of runners whom I invited to cooperate include: dr. hab. medicine and professionally head of the hospital (born in 1980), tennis and snowboard trainer, graduate of the Faculty of Mathematics at the Polytechnic (born in 1994), sculptor and lecturer at an artistic university (born in 1983), product manager of one of the largest networks of Polish corporations in the field of interior design (born in 1980) 1993), marketing manager in the construction industry (born in 1984) and graphic designer freelancer (born in 1986). The division into life status, occupation and gender is not important for this community. They share a common passion, challenges, motivations and a common way of spending free time.

Working with each of the project's participants through interviews, conversations, presence in their web applications, I have selected one common function for my E( )MOTION objects, which is interaction with the object through emotions. It also responds to one of the main features of Y Generation - the need to experience. That's why I referred to the design process in an individual and personalized way. I create each object in cooperation with a runner for whom the object is dedicated. Each object is a graphic transformation and visualization of its own running routes and responds to its individual and individual need. The collection, showing a cross-section of the needs of individual runners, become a total picture of the needs of my target group, which is the representation of people of Y Generation. That's way, emotional objects E( )MOTION are personal and dedicated objects for a specific person and depending on individual challenges, needs and scale of practice runner's, they takes a different scale, type of material and other function in the emotional and functional layer. Their role is strictly tailored to the specific user and directed to his emotions created during running.

In result there is a division into two groups of E( )MOTION objects. . The first of these are objects for the interior, small sculptural forms that take the role of a trophy, statuettes and are to be a reward, commemoration and honored for kilometers of running or to show off their other achievements. It is "interior jewelry" and as such is a record of the kilometers traveled and routes of the runner. The aesthetics of the object stimulates the recipient's imagination and eliminates the negative memories of pain resulting from physical effort and sacrifices that accompany the runner's training process. On the other hand, it illustrates the intensity of the recipient's physical activity or its decline, which drives him to act, supports his further physical activities. It is a kind of "statuette" - a reward for past hardship, pain, fatigue, perseverance in get the point, which is why it motivates. The object is "growing", new arrangements of elements appear along with new runner routes. They are more dynamic or static depending on the dynamics of physical activity. On the one hand, it plays the role of

a "cup" just like athletes fill their shelves with statuettes, like a "home altar" from achievements. Everyone gets the chance to build their own object to training achievements. This is the process of "Building Your Form" in relation to the figure and the object. For some, it is a desire to show off their achievements on forums, funpages and social media. For these recipients, the very purpose of running also has a more social context, building relationships, because they run in training groups. In this way, they create a kind of spending time together in the urban space. They transfer their achievements and their documentation to the network - on Instagram, Facebook or snapchat where they continue this activity as "likes" and comments on their runs. Through objects that result from their running routes, they can write down and show their training progress, in the form of photos of an artistic object. In this context, the E( )MOTION object becomes an excuse for discussion, sharing opinions and training experiences in the online community. Is an extension of existing emotions while running and creating new emotions, based on the online discussion group of runners.

The second group of emotional objects from the E( )MOTION collection meets the same needs of my audience. It is jewelry in the form of brooches, necklaces, pendants, pins. It has a different character of emotional relationship with the recipient, which is dictated by its utilitarian function. Jewelry as a design field is directly related to the human body and clothing. It is an element of stylization, but also a personal object that we can carry with us all the time or put on occasionally. As a personal item, E( )MOTION jewelry takes on the first memories - as a "souvenir", secondly a magical object as a modern talisman and after the content is informative as part of the image, stylization and self-creation against the background of the runner community. The latter is for the Igrrek's generation to create an image on the web, which is based on documenting their daily, most frequently performed and repeated activities, sharing them with group participants, "liking" or commenting on photos of others, and by "hashing" to reach and gain new fans of their "funpage". For a group of my recipients, this is the moment when they will use their E( )MOTION jewelry, styling it with clothing in everyday or occasional situations. And then in social media they can insert a "selfie" or instastory relation in stylization with the participation of E( )MOTION jewelry so that it will become part of their activity outside of sport and will create their image.

The main carrier of emotion E( )MOTION jewelry is its memories, commemorative, symbolic and magical. As a personal item, it is a kind of talisman of good luck, dedication, pleasure, adrenaline, to bring happiness and success in further training. This personal item is an expression of the individual achievements of the runner training, reminds of them and becomes a guarantee of further success or perseverance to achieve the challenge. The same emotional relationship with the subject has its origins in the history and even prehistory of cultures and humanity. Talismans from prehistoric times showed and told stories of cultures and the most important cult objects, superstitions, beliefs, religions or themes of everyday life that were particularly important, valuable, which were cared for and solicited in a given area and for a given historical period. In its definition, the talisman is talismán from Spanish, tilsam or tilasm from Arabic, which means "magic image with mystical signs against spells". It is an object with magical effects attributed to it, often small in size, intended to bring its owner



happiness or protect against misfortunes. Talismans are sometimes identified with amulets, which usually only have protective functions.<sup>41</sup>

I referred to the role of a talisman for my E( )MOTION jewelry, because of such a need created by my recipients. During the implementation of the collection, conversations and searching for an answer to the question what this emotional content in the object is for them, one of the needs was to have an item that will be a symbol of good luck and will bring them luck. It will also become their individual, unique and personal object, unlike other talismans available today. They noticed and appreciated the value of a personalized, hand-made object, which, designed and implemented based on their own experience, emotions is already an emotional value in itself, and the personal dimension makes this object magical for them. As a result, the emotional relationship with the object is the basis in the process of creating and using E( )MOTION jewelry. The diversity of the collection is related to the individual needs of the user / recipient. Through my objects I build a relationship with my recipient and I aim to support him in the layer of emotions and reflection on their training achievements, through emotional objects E( )MOTION, which become his lifestyle expression. The idea and concept of the collection are the same (built on the basis of the same principles), and each individual emotional object is a unique one and personalized to their own emotions generated by the running process by each individually from a group of runners.

---

<sup>41</sup> hasło „talizman” w: Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych Władysława Kopalińskiego



Magdalena Szadkowska, collection E( )MOTION „Emotional object 15”, 35x25x10cm, (il.16).

## CHAPTER II

### SOCIETY ON THE RUN – WHAT DOES IT MEAN STOPPING IT?

#### (THE ROLE OF EMOTIONS AND EMOTIONAL PROCESSES IN THE E( )MOTION COLLECTION)

Title Emotions and the needs to the Y Generation to experience and unmateriality, as indicated by the above sociological and marketing research, are their main generational features that translate into all layers of their lives. The most important in my collection is the answer to the need to experience by generating emotions. Therefore, the key for my theoretical considerations and project activities is the issue of what emotions are, what are their types and how they relate to the sphere of training of my runners. What is the title emotion in relation to the definition of the word, emotional processes while running and my E( )MOTION objects that made emotion the main function. Expressing emotions, communicating and evoking them at the recipient allows you to understand and design so that objects what surrounds us is not only a form, structure, matter or function, but can be also to reach the recipient directly, excite or silence him, it means its should bring him pleasure or irritability, engaging him to feel through art / design. This is a way of communicating art / design with the recipient. The starting point for such an approach to design is to recognize these emotions and their processes, their types, sources, factors that cause or eliminate them, and the contexts in which they exist.

There are a lot of theories of emotions and they are based on research based on various fields such as: psychology of emotions, child psychology, philosophy of cognition, medicine and art. Starting from ancient Greece and Aristotle, by Charles Darwin "On the Expression of Feelings in Man and Animals" by Immanuel Kant and David Hume, to the emotionalist theories of Eugene Veron, Władysław Tatarkiewicz, Leo Tolstoy, Curt John Ducasse or Susanne K. Langer. The word emotion comes from Latin. *emovere* - in motion and means a state of significant mental agitation, conscious or unconscious strong, relatively impermanent, violent feelings (affective states) of strong coloring and clear valuation (of a positive or negative arousal), preceded by an event and directed for example: anger, emotion, jitters. It happens that a given action simultaneously evokes positive and negative emotions.<sup>42</sup> Emotions are a conscious mental process that is the body's response to stimuli. However, we feel them independently, because it is information that our important needs are or are not being met. And referring to basic examples from life, we have to deal with emotion when, for example, watching our child's drawing we can feel pride and joy, and when, for example, our favorite vase is broken, we can feel anger, sadness, frustration. So emotions appear under the

---

<sup>42</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Emocja>

influence of what we experience in relation to the world around us. And the ability to embody, express or communicate its, including talking about them, determines the environmental, family and social factors in which we grow up. There are three basic sources of emotions: firstly, the main source of emotions are all stimuli received by our senses such as: the heat of the sun, the smell of flowers, a breeze, touching something. Secondly, objects or situations that have not previously aroused any feelings such as for example contact with the lake is emotionally indifferent in the fall, but during summer heat it is a source of pleasure or for someone else view of the same lake can be anxiety, if it once drowned. The third source of emotions are needs where the pursuit of satisfying them can affect emotions. When the need seems to be met, there is joy, excitement, pride, while when the need collides with the blockade, it causes sadness, regret, fear or anger.

Faced with such defined emotions and their sources, my emotional objects consist of them in three layers: 1. Source of its creation - emotions accompanying running alone, which constitute its content, 2. The process of creating objects - with the direct participation of the recipient / runner, 3. Target use within the meaning of the traditional function, which is to be emotional. Referring to the sources of emotions of runners and objects E( )MOTION are first of all sensory stimuli that my runners experience while running, such as: a pleasant spring wind or autumn downpour, a pleasant full sun in the middle of winter or a burning and hot sun in the middle of summer, are the smells of the seasons and nature in the parks where they run or the suffocating smell of smog on city streets. In relation to the object itself, these are tactile stimuli that my recipients perceive in contact with the material of the object's implementation, its shape, once pleasant, round, with phallic, rounded and smoothed edges, and at other times geometric, angular, with sharp angles and with a polished and sharpened surface. They all respond to the first stimuli my runners perceive while running. Secondly, reaching for the sources of emotions, E( )MOTION objects that are created for external recipients can remain indifferent and for my runners constitute the whole spectrum of experiences and impressions, because they remind about their running moments and situations, stimuli associated with them. And thirdly, the fact that they practice this field of sport which is running is the pursuit of satisfying their needs such as: taking care of their own condition or getting rid of unnecessary kilograms while running or also establishing contacts and relationships with other runners in joint training or overcoming barriers to their own physical opportunities in winning marathons. Long and arduous workouts once evoke negative emotions. And successes and covering more and more distances in a shorter time evoke positive emotions at other times. The record of running route shapes, their complexity, similarity of shapes and sizes as well as their diversity illustrate this process and symbolically illustrate and monitor the stages at which my runners are in their training achievements. They inform them if they are approaching to meet their needs or not.

Referring to the definition of emotions, running for my runners is also a way to get rid of those negative, fleeting emotions that accompanied them during everyday life, for example at work or in a group of friends or family caused by unpleasant impulses from the environment. Running is a time for them to stop on their own thoughts, focus, reflect and look for the sources of those negative emotions that they experienced during the day or week. Physical effort spread over the course of the route it runs is a way to overcome everyday

fleeting bad emotions, it is a summary of the day and this is a time to focus only on their physicality and emotions. For morning runners, it is a way to gather positive emotions for the rest of the day. On the other hand, this cyclical and seemingly monotonous and arduous practice of running is a form of analyzing your own everyday emotions, searching for their sources, and finding the positive ones. The running time alone calms down the previously accumulated impulsive emotional reactions and by just recognizing their source they give a sense of relaxation, reflection and purification. Pain associated with physical effort puts the mind off and focus only on your physicality. The running process itself in this case refers to the need to detach from everyday matters, calm down, concentrate and achieve a state of balance and peace, in which it resembles meditation practices characteristic of Eastern culture. My emotional objects extend this time of "stopping", detachment from everyday life and focusing on positive emotions and reflection, by contemplating the E( )MOTION object, which is the object of associations, memories related to a specific stage, episode or running event that they cause. Contact with the object evokes in the imagination images associated with emotions during specific runs or gives a comprehensive summary of the stage of their own training achievements, so that the E( )MOTION object in itself also responds to the same need as running such as indulging in reflection, mute, stopping and staying alone with your thoughts and emotions. On the other hand, an object can arouse anxiety and negative emotions when it reminds of a failure or unsatisfied result of training. And the runner realizes what was a block in the pursuit of the need that he set for himself. And the object starts to take on a motivational role.

Motivation goes beyond the definition of emotion and the object occupies an equivalent place next to it in the classification of the broader concept of the emotional process. Emotional processes, as the dictionary says, are mental processes that give the subject's knowledge and activities quality and determine the significance of objects, phenomena, other people as well as his own person being the source of emotions.<sup>43</sup> Due to the multitude of concepts that relate to emotional states, most researchers agree on the classification of emotional processes into: 1. Feelings, 2. Affects, 3. Emotions, 4. Motivations, 5. Attitudes, 6. Moods, 7. Sentiments, 8. Passions. We feel the emotions that I discussed earlier independently of myself. They are neutral and are our reaction to what happened. They are the expression of sadness or the expression of our joy. Feelings, in turn, arise over time, in a much more complicated way than emotions. We can control them by changing our way of thinking. Feelings are an interpretation of emotions made on the basis of cultural patterns and experiences encoded in human memory, and an assessment of the situation dictated by them. The moment we recognize, realize and interpret the emerging emotion, we give it a specific meaning based on knowledge of the cultural connotations relevant to that feeling, and then it becomes a feeling. Sometimes the concept of feeling is used to describe both emotion, mood and sentiment, which results from the multitude of concepts of affective states and overlapping them. Higher feelings are also distinguished, including moral feelings - ethical, aesthetic or intellectual. Affects are often used as a synonym of emotions and these are feelings that arise most often under the influence of strong external stimuli, especially

---

<sup>43</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Emocja>

those acting suddenly such as: anger, anger, despair, joy, fear. And they have a clear physiological component and a character that limits the rationality of action. Moods are feelings of a calm course, less intensity and longer duration such as: nostalgia, longing, loneliness. Sentiments refer to enduring likes or dislikes. Passions are feelings that are more persistent and intense, directed towards interest in something, for example: zeal, passion. Passion, in turn, although today refers in the colloquial sense primarily to the sensual-sexual sphere, but on a philosophical and psychological basis it has a meaning closer to passion. Passions are defined as permanent tendencies to experience different moods and affects in relation to specific goals of human aspirations. Passions have a great stimulating power, concentrate direct thoughts, perceptions, memory and other mental processes.<sup>44</sup>

In this context, passion and passion are emotional processes that form the basis and link connecting a group of my recipients, because they justify practicing this field of sport which is running. There is their passion for this type of sport that is a lifestyle. It is a form of constantly supplying or calming emotions beyond professional, individual, personal life and a source of establishing and maintaining relationships with people from groups of runners locally or globally in the network and sharing with them their running experiences, successes, difficulties and ways to overcome them. Important for my runners are also the reasons of running and these in turn most often relate to the emotional process which is mood. They are then associated with nostalgia for freedom and lack of restrictions, loneliness in the case of group running and building relationships within this community, longing for a beautiful figure or prolonged mood of sadness caused, for example, by lack of acceptance. Another reason is to achieve a persistent mood of joy by working on good physical condition and well-being on the way of doing this sport. My emotional objects illustrate this passion and are a kind of visual, spatial and expressed through artistic means of expression communication of the recipient with the object itself and with other runners.

In the running process and for my emotional objects, the most important role, apart from "pure" emotion, which I discussed above, is also motivation. And as one of the emotional processes motivation is from Latin "motivus", which means movable or "motus" – movement.<sup>45</sup> This term means the state of readiness to take a specific action, a set of mental and physiological processes aroused by the need and determining the basis of behaviors and their changes. It is an internal human condition with an attribute dimension. The essence here are motivational processes, which consist of a set of individual motifs and direct the performance of certain activities so that they lead to the intended results. If a person is aware of the result of activities performed, then this result is called the challenge. Motivations have a special ability to push life towards the future, and motivational processes include: energy stimulation, goal-oriented effort, selective attention to stimuli - increasing sensitivity to important stimuli, organizing reactions into an integrated pattern, continuing activities until conditions that it was initiated by no change, emotional arousal - positive or negative depending on whether the intentions were realized or not.<sup>46</sup> Motivations are divided into

---

<sup>44</sup> Ibidem

<sup>45</sup> <http://www.slownik-online.pl/kopalinski/8ADB032322899755C12565DF0037B1DF.php>

<sup>46</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Motywacja>



external and internal. In my analysis, I refer to internal motivation, which is activated when a person goes to meet their needs. And as such it is a "tendency to take and continue action because of its content." A feature that defines internal motivation is curiosity, motivating factors are the results of mutual comparison of stimuli reaching the individual currently or encoded in memory structures such as ambiguity, indistinctness, novelty, complexity, strangeness, incompatibility.<sup>47</sup> Negative and positive motivation are also distinguished. In the case of my runners, there is a positive motivation, which is associated with the pursuit of something, which is the stronger the closer the road to the announced reward is. Positive motivation enables people to achieve a better level of satisfaction of needs than before.

To analyze the role of motivation in the training process of my runners, I drew attention to important points: what are running motivations, what their traits can be defined and what is the announced reward for them. Running goals are intertwined with the passions of my runners, expressed through this form of daily physical activities. They are very different, but the most typical are: striving to achieve a slim and athletic figure, reaching the limits of their physical and mental endurance and checking them or simply taking care of good physical condition, the need for acceptance in a group, relationships which is focused around common challenges and aspirations, both in the running process and outside it, through social media. The challenge in itself is sometimes to run a specific marathon or collect a few marathons and reduce running time in subsequent ones. Sometimes the challenge is obtaining statuettes, medals and awards for yourself or to show off its to others. One of the strong emerging challenge of running is to achieve a state of reflection, detachment from the fast and intense lifestyle in the corporation and stop on yourself, your own emotions in everyday life and enjoy life in isolation from everyday duties. The challenge here is to gain your own space, calm down, a state of contemplation. Therefore, several main features can be given to these motivations: freedom, activity, openness, newness, courage and determination, perseverance, self-confidence, and on the other hand closeness, pleasure, relaxation and fulfillment. It's search and curiosity, overcoming your limitations, the limits of your own physicality and psyche. Referring to the very definition of internal motivations, it is like a detailed description of it, starting with curiosity checking the limits of one's physicality and getting to know oneself in the psychic sphere, through all the complexity of running processes, such as their novelty, strangeness, complexity, ambiguity. This is a description of how daily workouts provide physical pain, are a test of endurance and perseverance, devoting time and on the other hand a source of bond, relaxation, rest, peace, calmness and finally satisfaction, fulfillment and pleasure. Running is an activity that is a sport discipline or pure recreation. This is a way to create a lifestyle, because it requires adjusting the appropriate nutrition and diet mode, planning the day's schedule in relation to training, appropriate muscle exercises, developing running routes in relation to the number of kilometers. It is saving running routes in applications, analyzing them, sharing them in the runners' online community and commenting on their achievements in the network - bragging about them, motivating and building relationships in a group of people with the same passion. This is the complexity and ambiguity of this field of sport activity. Motivation features of my runners are a transformation of

---

<sup>47</sup> W. Szewczuk (red.) Słownik psychologiczny, Warszawa 1985, Wiedza Powszechna, hasło motywacja.

generational qualities of Millennials. Similarly, in my objects, a graphic record of runners' routes is transformed into spatial objects that contain and present the needs, emotions and motivations that accompanied them during running.

My intention in the E( )MOTION collection was to include these features of generation Y in my objects, symbolically. This is my artistic statement going beyond the scope of traditional jewelry or statuettes / sculptures and expressed in my own techniques of building composition, based on materials beyond jewelry and sculptural, to illustrate and catch the spirit of the Igrak's generation. On the one hand, it is freedom, novelty and openness in the process of creating and leaving between the fields of art and design. On the other hand, it is closeness, pleasure and relaxation, contemplation that my objects should give to runners in an individual, direct, personalized way, in contact with the object, co-created with their participation. The E( )MOTION collection is next to the main prize of runners - the implementation of their real sportive motivations, a stage in between, this is supporting them and additionally motivating them to meet these appropriate challenges. And as such this is the form of an object - statuettes, awards for achievements already made and persistence in the process of implementing them and a kind of souvenir, talisman, personal item as a symbol of their own successes.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection, „Emotional object 9”, object – ring 4x4x1cm, (il.17).

## CHAPTER III

### EMOTIONALISM IN ART AND DESIGN

#### (EMOTIONAL ART'S THEORIES AND CONTEMPORARY EMOTIONAL DESIGN CONTEXT)

In the E( )MOTION collection, I analyze issues related to the feelings and emotions of my recipients and involves them directly in the design process in order to strengthen their emotional relationship with the work. In theories of emotionalism in art, various relationships with emotions were sought, be it the creator himself or emotions in the objects, characters and objects depicted in the work, or affect the recipient in an emotional way by the reception of the work. Expressing emotions, communicating and evoking them at the recipient allows you to understand and design so that what surrounds us is not just a form, structure, matter or utility function. It allows reaching the recipient directly, engaging him to feel through art and design. The theoretical foundation for such a theory is to draw attention to designers and artists of the Emotional Design trend and the sources of their creativity in the theory of emotionalist art and expression in art as areas of theoretical, design and artistic activity, the essence of which is to focus on emotional processes. To give ground and set my artistic activities in the context of emotional art and design, I will cite several theories and theorists of art historians relevant to this trend, as well as contemporary activities of the Emotional Design trend.

This cross-sectional analysis of the issue of emotionalism in art and design is intended to show how important the issue was and is for art and to communicate through it with the recipient, both in context to history and the present. It shows how one of the important elements of communication between art and design is emotion. The first developed and systematized theory of emotionalist art was created in the late nineteenth century, in 1878, by Eugene Veron in the book "L'esthetique." In it he presented his general definition of art.<sup>48</sup> Emotionalism in art theory is defined as seeing the essence of art in expressing, embodying and communicating emotional experiences. And emotionalist theories are those that interpret art theory in this way. Emotional theories are most often contrasted with formalist and intellectual theories, and expressionist theories are closest to them. And the latter overlap with emotionalist theories, bringing art in the most general terms to the expression of emotions. The first theoretical treatise defining the emotionalist art of Eugen Veron, although general and unspecified, however, gave rise to and inspired other theorists. In his concept,

---

<sup>48</sup> Bohdan Dziemidok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, str.37

Veron defined art as an external manifestation of emotions that can be achieved by expressively organized lines, forms and colors, or by rhythmically ordered gestures, sounds or words. And the final measure of the value of a work of art is the strength of the emotions manifested by that work. In this way he perceived art as a peculiar language of emotions.

Władysław Tatarkiewicz in his theoretical treatise "Road through aesthetics" defines expression in the broad sense of the word as "any participation of a feeling in a phenomenon"<sup>49</sup>, which means for art that any emotional art directed by feelings and acting on feelings, evoking feelings and appealing to them is expressive. Among the analysis of many varieties of expression that we find in this treatise, for the context of my analysis, the expression of the work is important, in the definition of which the author distinguishes the triple expression of the work. . First of all, it is the expression of feelings understood as a work which is the expression of the artist's experience, where through the work the recipient contacts the creator himself. Secondly, it is showing feelings, which has a special place in figurative art and where the recipient has presented the experiences of the characters contained in it, for example the person portrayed. Thirdly, and key to contemporary views and contemporary art is to arouse and evoke the feelings of the recipient, where in addition to expressing the artist's experience and presenting feelings in the work, the point in how this work evokes feelings and affects the recipient becomes important. And in this sense of work expression, it assumes the function of evocation as: evoking feelings. And this kind of art is considered emotional art. The one that stays with the function of expressing the artist's feelings and presenting the feelings is an expressive art about the function of expression. Both of them together form the emotive function, which is contrasted with the symbolic function of the work understood as informative.<sup>50</sup> Tatarkiewicz further translates expressions in a broader sense as the one that "should speak to feelings" and which "promotes dreams." Cites examples of the first mime of our time Marcel Marceau. He also quotes Aleksander Rafałowski quoting 'expression is a strong clash' or Henryk Stażewski quoting "expression is sharpness of the action of a form".<sup>51</sup> They all pay attention to what is the key in art, and therefore the most important thing is that the work strongly works, hits and then has expression. It is not important, however, which expression makes up this final point, whether this work expresses the feelings of the artist or presents the feelings of others. It is important that the work of art as a whole "strongly hits" or evokes emotions in the recipient.

More radical theory of expression is given by Rudolf Arnheim in the theoretical treatise "Visual Art and Perception"<sup>52</sup> by entering into a direct polemic with the theory of Wł. Tatarkiewicz. According to Arnheim, expression is the dynamic features of shapes, objects, colors and events, which are an inherent aspect of all visual sensations. Which, in his opinion, means that the direct and widespread presence of dynamics contributes to the direct expression of objects. And since they have expression in themselves, they are an expression of feelings, which means that it is impossible to separate the aesthetic value from the expressive value as common features of each subject. In his opinion, every object has dynamic features whether it is, for example: a digit, chair or Byzantine tile. And the description of the subject is not only a measurement of the size, shape and wavelength of the speed. And this is due to the fact that dynamic properties are structural, that is, we experience them both with the sense of sight, hearing, touch and muscular sensations. They also express the nature and

---

<sup>49</sup> Władysław Tatarkiewicz, „Droga przez estetykę”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1972r., s.134.

<sup>50</sup> Ibidem, s. 127-128

<sup>51</sup> Ibidem, s. 134-135

<sup>52</sup> Rudolf Arnheim, „Sztuka i percepcja wzrokowa”, Ekspresja, Wydawnictwo Officyna, Łódź 2004, s.469-486.



behavior of the human mind inscribed in a given culture, community and environment in which it lives. Structural properties are not only what we can capture with our senses, but also an image of meanings, cultural content, and values dictated by society. Arnheim further refers to the words of prof. Joseph Weizenbaum: *"Metaphors and analogies, by juxtaposing different contexts together, lead to new ways of looking."*<sup>53</sup> Arnheim in his theory of expression is a supporter of perception of all senses of the world through the expression that each object or event has, which in particular applies to art and artists. According to his theory, the impact of art and its expression are contained in the expression and transmission of emotions, moods, which, in addition to shape, form and directions, are the same and equivalent property, a constituent element of every object / event.

Another interesting and significant for contemporary theoreticians of emotionalism, especially in American terms, is the dissertation from 1898 entitled "What is art" by Lew Tołstoj. Interesting, because of its extremely utopian theory of art contained in it, which is why it was classified by art historians as a dissertation on the borderline of a personal artistic manifesto and a moralist's treatise. Despite this, it is treated as one of the classic texts for theoretical discussion. Lew Tołstoj defined and analyzed the theory of art, which the most important feature was the expression of emotions. What is key to his theory of art are feelings and "emotional contagiousness" as the only features that distinguish real art from imitative, and the degree of this "contagiousness" is the only criterion for a work of art. At the same time, the most important thing for him is the fact that the recipient integrates so much with the artist that his work becomes his own. Due to the content of emotions and feelings that this piece contains and which the recipient identifies with, that is, according to Tołstoj's theory, "infects" them, the distinction between the recipient and the artist disappears in the recipient's mind. The work becomes an expression of shared feelings and emotions of the artist and the recipient. These feelings are not subject to evaluation. Tołstoj treats every emotional experience as essential for art, be it fleeting moods, emotional colors, sensual impressions or permanent aesthetic feelings, human passions or deep permanent feelings. He doesn't prefer, hierarchy or distinguish any of his feelings. Each of them is important for the emotional and spiritual development of man and society. According to Tołstoj, art is a means of communication and development of humanity in the field of emotions. Art is *"a human activity in which one person consciously transmits the feelings he experiences through others through certain external signs"*.<sup>54</sup> Just as the transmission of thoughts takes place by means of words and symbols expressing these thoughts, so the communication of feelings takes place through art and consists in "infecting" feelings. The subject of art are human feelings and art is such an organized expression of the feeling previously experienced by the artist to "infect" the same feeling of the recipient, giving him the opportunity to experience this feeling himself, which he may not have previously experienced. *"According to Tolstoy, emotional contagiousness is the only feature that distinguishes real art from imitative, and the degree of this "contagiousness" is the only criterion for the value of a work of art."*<sup>55</sup> In this form, Lew

---

<sup>53</sup> Ibidem, s.470

<sup>54</sup> Lew Tołstoj „Co to jest sztuka”, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1980, s.83-91

<sup>55</sup> Bohdan Dziemidok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s.41



Tołstoj's theory was considered to be extreme and utopian, but it gave the foundation for subsequent theoretical dissertations on the subject of the art of emotion in American aesthetics.

Continuator of the thoughts of Veron and Tołstoj, professor of philosophy at the University of Washington and Brown University, Curt John Ducasse in 1929 in "The Philosophy of Art" synthetically presented his theory of art and aesthetic phenomena, referring to the issues raised by his predecessors. He agreed with them about the fact that art is a language of feelings. He believed that Tołstoj's theory was wrong, that art is a direct form of communicating the artist's own feelings and communicating them. And he was closer to Veron with the essence of art in the expression of feelings. In his opinion, art as a conscious and purposeful activity, is a response to the emotional need of each person, which the author calls the special need of our nature. A work of art is an object that is intended to evoke the recipient's feeling that the artist intends to present in it. They do not have to be the artist's own experiences and it is not about "infecting" them, as in Tołstoj's theory, but about their objectivization in the work. According to Ducasse, the essence of art is objectification of feelings in art and contemplation. He does not reject the theory that art can also express thoughts, but this is not a challenge for art in his opinion. Using the wording, contemplation explains what it is and at the same time rejects the Tołstoj theory of empathy in the perception of art. The essence of contemplation, according to Ducasse, is not perceiving the whole object, but extracting the emotional value of the work. It emphasizes the role of feelings in aesthetic contemplation and creates the concept of empathy, which is in opposition to Tołstoj empathy. Empathy consists in aesthetic reading or capturing feelings from a work, where the recipient "does not infect" the artist's own feelings and does not incorporate their own feelings by empathizing with the contemplated work, but only "reads" contained and objectified feelings. He further explains that these objectified feelings in the creative process or reading them through contemplation are not real feelings. The creative process is not about discharging your own feelings or experiencing these feelings by the artist during creation, but about thoughtful expression of specific feelings in an objective manner. Which means that the artist, when creating a work, for example, to express sadness does not have to or should not be sad, or a musical composition that objectifies sadness is supposed to cause the perception of this sadness to be received by his illusion, and not to actually sadden him. Ducasse distinguished between real and imagined feelings, and he called contemplation the recipient's reading of these feelings contained in the work as imaginary and receiving their emotional significance. Ducasse considers a work of art as a direct symbol of aesthetic feeling, and the reception of a work of art as a reading of its emotional significance.<sup>56</sup>

Susanne K. Langer developed and expanded this emotionalist theory of art toward the symbolic-emotionalist theory of her art theory. She referred her first theory to music in "Philosophy in a New Key" from 1942, and the second she translated into the field of art in "Problems of Art." from 1957. In it she presents her definition of art, quote: *"a work of art is an expressive form intended for sensual or imaginary perception, and what it expresses is human feeling"*.<sup>57</sup> Langer put forward the thesis that art expresses the "ideas of feelings" and

---

<sup>56</sup> Ibidem, s.44-47

<sup>57</sup> S. Langer, „Problems of Art.“, Published by Scribner, New York 1957, s.15.

not the real feelings of the creator and recipient. According to her, the essence of art is symbolic expression of feelings. Feelings are an integral element of the structure of the work and determine its importance, while they are expressed in the work in a symbolic way. Symbol, Langer understands as all means of expression that can be used to conceptualize and abstractly depict feelings. And the feelings contained in the work are "ideas of feelings" because the artist expresses them by creating symbolic forms to present general human feelings. K. Langer attributes to the artist the ability to intuitively capture symbolic forms of feelings, which he may have never experienced before, but has the ability to find and express them in the work, in the form of perceptible expressive forms. Langer treats the word itself very widely as everything subject to the feeling of "everything that can be felt." They are: fleeting emotions, moods, sensual sensations as well as the most complex emotions, intellectual tensions and lasting feelings, passions. In "Problems of Art" Langer defines art as a field that expresses human feelings and is an expressive form intended for sensual or intuitive perception. In "Philosophy in a New Key," she addresses the same issue to music and explains that music expresses and presents the composer's knowledge of human feelings. It is a logical expression of feelings in general, because it is a form of expressing and presenting emotions, moods, tensions and mental relaxation, but these are not specific individual experiences of individual people, but they show in a general way the nature of feelings. Music is knowledge about what happens with feelings, presents "passing game of content", reflects the dynamics and "morphology of feeling".<sup>58</sup> Similarly, art and music are the language of feelings and express the composer / artist's knowledge of human feelings. Contemplation of the work, according to Langer, is a process in which the recipient recognizes what is an emotional meaning in the work and on this path makes contact with the work itself, and not like Tolstoj with the artist through the work. This recognition is an act of intuitive, direct recognition and capture of the symbolic forms of feeling and their meanings contained in the work. It has no intellectual character or anything to do with the artist's or the recipient's real feeling when perceiving the work. Looking across the theories of Tolstoj's moralistic emotionalism, Ducasse's expressionist emotionalism and Langer's symbolic emotionalism, what they share is the thesis that art in all its links - the creative process, the work of art and the reception of the work - is related to feelings. And one of the functions of art is certainly to meet the emotional needs of human.

In the creative process I directly involve recipients who, through cooperation with me, will familiarize me with their everyday emotions and the passion that accompanies him. I objectify these experiences and present them in my emotional objects in a symbolic and conceptual way, which in turn could be referred to the theory of Suzanne Langer. Further comparing my creative activities to the E( )MOTION collection to its symbolic-emotional theory, I base on social research, dialogue and direct cooperation with my recipient in the process of creating the concept of the object. Designing and implementation of objects are already my personal objectification of these runners' experiences and conceptual and abstract presentation of the topic. The experiences contained in the objects do not concern general ideas only specific people and their everyday emotions, impressions, sensations, motivations while playing sports, recreation or indulging in their passion. So I can relate to these art theories in their fragments, without identifying myself with any of them as a whole. My key to building the E( )MOTION collection was searching for the emotions of my recipients and

---

<sup>58</sup> Bohdan Dziemidok „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s.49.

building personal objects of their feelings, experiences resulting from their activity, their passion. In this way, I communicate through my art with Y Generation, introduce an element of art to their everyday life and involve them directly. In turn, for the reception of the work and contemplation I leave the space open and I do not limit it only to the group of runners to whom the collection is dedicated and in cooperation with which it was created. I leave space for interpretation of my emotional objects, which as abstract structural forms, can be an area for each recipient to reflect, associate and contemplate.

My collection connects two fields: design and art. Given by me the key of its function - emotional which means stimulating emotions, their generation, reflection. One of the modern theories that connects and indicates the relationship of art and design is the analysis of professor dr hab. Janusz Krupiński "What is design?". The author of the theoretical dissertation in the search for the definition of design, quotes Marx - "*with each met the needs of man new are born*", Scheler - "*Yesterday's luxury is becoming a necessity today*" and Ostrega Y Gasset, who emphasizes that man is not about existence for prosperity - "*for being good*". And he gives an example of a Buddhist monk, where his "*pursuit of prosperity*" consists in inner life, not in shaping the environment, conquering matter.<sup>59</sup> Searching for a definition of design, Krupiński asks about the quality of life, how it is perceived and felt, because in his opinion design is the subjectivity of the object. Design refers to the relationship between an object and a person. The object of these properties does not have in isolation from the relationship with man, for example: the chair is comfortable when the user ascertains this fact. Design captures an object in relation to man as a subject. He perceives the object as it seems to be, which is why it distinguishes the essence of subjectivity in design perception. The author believes that at its elementary level design captures the sensational, perceptive material qualities of an object such as lightness, softness, warmth of the object seen, even if it is actually heavy, hard and cold. And in this field he combines design with art. He believes that design has an emotional impact, because the elementary relationship between an object and a human being as a subject consists of perception and is sensual. It is an aesthetic relation related to sensual perception and reception of an object. In the process of design reception, he is distinguished by synesthesia and esthesia. The first one is perception such as: touching and touching, looking and seeing, listening and hearing. The latter is sensation, sensitivity and feeling. Together, these two elements make up the design perception, which includes everything from tactile or visual sensory qualities to kinetic sensations (including emotions) accompanying the use of the object, or it is just experiencing imaginatively just seeing it. And this is the process of the object emerging in sensuality, in sensual perception, which in turn makes up the object's sensuality. In this process, the way the object is experienced is important, which the author calls the "object esthesis" or the emergence of the sensual form of the object. According to him, design is both objective and subjective forms of the object, form as appearance, as shape and form as arrangement, as being. This consists of the act of perceiving design in aspects of its subjectivity, sensuality, aesthetics, as well as form and image. And in this area, design is similar to art, because it is not only a picture of a real object, but a picture of meanings, cultural content, values, a picture of the meaning of understanding life and being human. Ultimately, he defines design as an image of man, and design objects as cultural objects, as it is cultural processes and relationships that emerge from the prevailing way of understanding design. This design theory, which combines issues from the fields of art

---

<sup>59</sup> Idee- Poglądy- Interpretacje, „Co to jest Design. Sens pytania, znaczenie odpowiedzi”, Janusz Krupiński, WASP, s.37.

and design, and points to the role of sensuality and emotion and the essence of the subjective itself in the perception of an object, reflects the spirit of the present and directly provides the theoretical foundation for the research of Generation Y.

This design theory connecting issues from the fields of art and design and pointing to the role of sensuality and emotion and the essence of subjectivity in the reception of an object, reflects the spirit of the modern age and directly forms the theoretical foundation for the research of Generation Y and my collection E( )MOTION. Just like in the study of prof. dr hab. Janusz Krupiński, and for my project activities the most important factors are; emotions, sensuality of design and methods of reception and contact with them. In relation to the E( )MOTION collection, this issue of contemplation connects these two links and takes on a double form for me. On the one hand, it is highly personalized, as each object is dedicated to a specific runner and arises from his training achievements. The emotional perception of the work will therefore be different for the person who is the co-creator of the work, and completely different for the other recipients. In the process of receiving the work, different emotions generate my emotional objects for a group of runners - co-creators of the project, and different emotions for other recipients. For the first it is more associations, motivations, recalling memories of running and kilometers of routes covered, or finally pride in overcoming the barriers of one's own body, joy of own achievements and the opportunity to show off to others. In this context, they can be regarded as their personal "souvenirs" and although they take the abstract form of the object, but for each specific runner who participated in their formation, they "draw" the shapes of their trainings, staggered over time and telling about their effort and struggling with our own weaknesses. As Donald Norman writes in his book "Design and emotions. Why we love or hate everyday things" quotation " *Emotions reflect our private experiences, associations and memories (...) Memories reflect life experiences, remind us of family, friends, experiences and achievements. In addition, they strengthen how we perceive ourselves. Our image of ourselves plays a greater role in life than we would like to admit. (...) The way we dress and behave, material things we possess, jewelry, watches, cars, homes, everything is a public expression of our personality. (...) the concept of personality is deeply rooted at a reflective level of brain perception and largely depends on cultural norms. (...) It is cultures that impose us on different situations.*" <sup>60</sup> For the second recipients of my collection - the external ones, it is tactile stimuli, aesthetic values and a mobile composition that gives the recipient interaction with the object, decide on the purely contemplative nature of the work's reception or sensual, reflective or relaxing reception, where the process of interpretation is completely open and unlimited by abstract sculptural forms of objects. There is a space of own interpretations and associations or the pleasure of touching and shaping the mobile composition again. In this layer, I consider contemplation broadly as a field to stop, detach, delve into my own thoughts as a result of visual, tactile, aesthetic and sensual stimuli received by communing with an object / collection of emotional objects. And above all in response to the next need of Y Generation - the need to find your own asylum in modern times, stop in the world of continuous running. The emotional design trend extensively and thoroughly addresses the issue of emotional reception of objects surrounding us and designing them in such a way that they affect the recipient through emotions.

---

<sup>60</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.51-58.

One of the field of the contemporary trend of emotional art today is synesthetic design, based on the perception of the work through all senses next to sight. However, the mainstream of this design field, which is the basis of this direction is "Emotional Design". This is designing for user emotions. The term propagated by Donald Norman and referring to how positive experiences make products evaluated as better and perceived as easier to use. Design trend that deals with the topic of product design, whose task is to evoke appropriate emotions so as to provide a positive user experience. The emotions caused by the product can strongly influence the perception of it by users. Donald Norman thinks that pleasant things work better for the user. And he is looking for beauty, emotions and pleasure in using design. Emotional Design treats emotions more widely and uses both positive and negative ones in various areas of its range. One example is the creation of computer games, which often is designing virtual reality to evoke fear or anger of the user. Emotions, which play a key role in human ability to understand and explore the world, are at the root of the theory of this design trend. Positive experiences stimulate our curiosity, while negative ones protect us from repeating mistakes. According to Donald Norman's theory, people create emotional connections with objects on three levels: instinctive, behavioral and reflective. The instinctive level is the primary level of processing and is about the automatic experience of the subject, which is related to biology. It is a level analyzing stimuli and making immediate decisions, for example: run. It focuses on the appearance of the object and its physical characteristics. Refers to our first reactions when we meet a product. He mainly deals with surface aesthetics and the perceived quality of the appearance and touch. Here we check what internal or biological reactions tell us about the object. This instinctive experience of the object is subconscious and we are not aware of it. The second behavioral level is a sense of control, which consists of usability, understanding, functionality and feelings, while the appearance of the object is not very important, as is rational thinking. Behavioral emotional design refers to the usability of the product, our assessment of how well it performs the desired functions and how easily we can learn to use it. Design at this level communicates, plays the same role as emotions. Norman refers here to examples: the Japanese knife design Global, which is sharp and well balanced so that it gives a sense of control over the cutting or a high-class sports car, which the user, when turning, also feels that he has control over it. Emotions relate to action and they are about communication and action. The third level, reflective, also called superego or contemplative, is receiving the object through the most complex feelings, emotions and cognition, and consciousness appears at this level of perception. It is here that we experience the full action of thoughts and emotions. The reflective level focuses on memories, challenges, image and concerns the message, culture, product significance. Design at this level is emotional design refers to our ability to predict the impact of a product on our lives after using it, for example: how we feel when we do not hold it or what values we attach to the product in retrospect. It takes into account long-lasting relationships, feelings of satisfaction from owning, showing and using an object. It works much longer than other levels of perception and on the path of reflection, through which we remember the past and contemplate the future. At this level there is a sense of identity of the recipient, where between him and the object there is an interaction such as: a sense of pride or shame in the possession and use of the object. Norman refers here to examples of projects: an eco-friendly car, an exclusive watch or an example of a rusty amusement park, showing through it that at this level of reception, it is primarily about the collision of emotions embedded in the cultural layer. *"Attractiveness is a phenomenon of the original level - the reaction concerns only the superficial appearance of the object. Beauty results from the reflective level. Beauty is below the surface, it is a conscious reflection and*

*experience. It is influenced by knowledge, culture and science. Superficially unattractive objects can give pleasure. Non-rhythmic music, for example, can be beautiful. Ugly art too."*<sup>61</sup> According to Donald Norman's theory, the designer should take care of human cognitive skills at each of these levels - evoke appropriate emotions to satisfy all elements of experience in the perception of the designed object. According to him, good design is beautiful, functional and reflective.

The main topic of emotional design issues is how emotions play a key role in human ability to understand the world and how they teach new things. Norman explains that emotion is action, being safe in the world. Cognition is about understanding the world and the emotions of interpreting it, and the product should evoke emotions when the user interacts with it. It is important that the recipient connects to the subject at a personal level and interprets it as designed for his individual needs. In this context, in turn, emotional design is divided into other areas of design for human needs, further satisfying emotions in a narrow and focused way. These related branches are social or empathic design. Artistic Director of the School of Form of the SWPS University, dr Agnieszka Jacobson-Cielecka in the article entitled "Can design be empathic?" shows he does and points to his growing role today. The basis for such thinking in design is emotion and the priority of the user, quotation: *"Empathic sympathetic or compassionate design refers not to the economy and industry, but to the emotions and needs of people who find themselves in specific life situations. (...) Empathic projects are those that move our emotions. They make us look at every day and basic problems that are often invisible."*<sup>62</sup> Donald Norman, discussing his theory of emotional design, refers to examples of commercial products or utility design icons such as: Juicy Salif fruit juicer by Philippe Starck in the special gold-plated edition, about which the designer himself writes: *"not suitable for squeezing lemons; is to provoke conversations"*<sup>63</sup> or BMW model - Mini Cooper, whose review in the New York Times was: *"Whatever we think about the dynamic characteristics of MINI Cooper, which range from very good to very weak, it must be honestly admitted that no vehicle in recent years has caused so many smiles (SWAN 2002)."*<sup>64</sup> There are many more examples that Norman mentions and analyzes, author of the presentation "3 Ways good design makes you happy", to show how design through action should make people happy.

Packaging designed by Japanese designer Naoto Fukasawa is also an example of raising positive user emotions. They refer to the primary emotions of satisfaction associated with finding food. Designing with emotions in mind is design that takes into account the basic human needs. Satisfying such needs is the reason for inducing a positive emotional response. Other examples of emotion-based design can be found in engaged, social or empathic designs that attempt to sensitize people to the problems of a certain social group. For example, they are: a design of bedding for sick children in the hospitals of Jo Szczępańska or the project of the book "Not-Memory" by Sarah Wiśniewska, thanks to which readers can understand what the breakdown of life of people suffering from Alzheimer's disease is (illustration: 1, 2).

---

<sup>61</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.92

<sup>62</sup> <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>, 23.01.2018

<sup>63</sup> Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015, s.118

<sup>64</sup> Ibidem, s.11



Still other examples of Emotional Design are realizations based on pure experience, feeling and emotional interaction with the subject, such as: Chair-seat designed by Korean designer - Hyun-Gi Kim, which is made of hundreds of flexible tubes and containers, filled with blood-colored red fluid (illustration: 3, 4). When interacting with the user, the chair can evoke various emotional states, in some fear, disgust or resentment, while in others the fascination or admiration for the force of life and death. This concept attempts to experience the birth of life by constantly circulating blood in the bloodstream of the furniture, felt when sitting down, just like it does in the human body. Designs of "Athmospheric Reentry" 2013, stage objects / jewelry for Bjork - Maiko Takeda, which are inspired by "head in the clouds" (illustration: 5, 6). These projects evoke the emotions of immersing in the cloud through its ethereal and vibrating form, the use of light and conductive materials, and the way they are positioned on the figure. They provide the singer with the impression of isolation and immersion in the privacy zone, an atmosphere of focus and detachment, as well as interact with her and provide a stage setting for the character of the singer's music and concerts.

Yet another variation of Emotional Design is Design Thinking, where the context of using empathy in the design process is referred to as "entering the skin of the user" (emotional and cognitive empathy), so that you can recognize the needs at the user's emotional level. This design trend is based on a deep understanding of the user's needs and problems, recognition of hidden and intuitive factors that affect human choices and behaviors, and motivations. For this purpose, tools such as empathy maps, ethnographic interviews, user observations, exploratory surveys with a thorough analysis of the environment are used. An example of a Design Thinking project is the Christian Nold project "Emotional Cartography - Technologies of the Self". It concerns the emotional dimension of mobile communication in urban space. Also known as Bio Mapping, it involves building emotional maps of urban space, where people involved in the project moving around the urban space were equipped with special sets consisting of GPS readers and sensors. They made it possible to measure the user's emotions in real time, based on an analysis of the skin-galvanic reaction on the fingertips. People wearing the device moved around the city, naturally responding to all stimuli encountered on their way, for example: emotions caused by noticing a friend on the street, being a witness to a dangerous situation at a pedestrian crossing, or seeing an advertisement or an inscription on the wall. The initiative to create the city's emotional maps, in addition to the artistic value associated with the use of new mobile technologies, has also become the object of observation on the part of companies and large corporations, which saw in the bio-mapping system the chance to obtain new data on consumer responses to advertisements (billboards) and products (for example, cars of certain brands) appearing on the streets. There are still many references to purely artistic and more utilitarian realizations in the field of Emotional Design, which is not the subject of this work. Through extremely different examples of design based on emotions and user interaction, I wanted to show the scale, size and essence of this phenomenon in relation to contemporary culture and against the background of society and its needs today. I also wanted to pay attention to the huge role of reception of the work / design, contemplation, and finally interaction with it, experiencing it, which components determine its final value in current culture and for Y Generation.

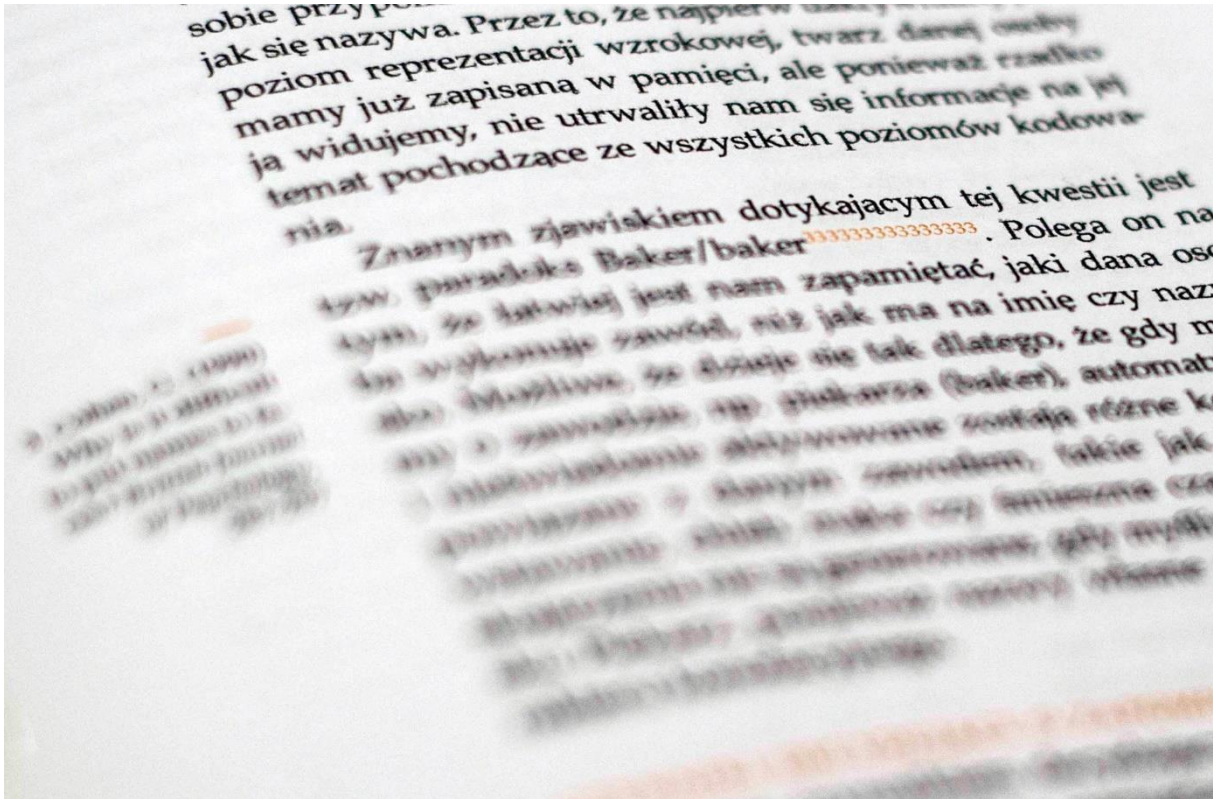


illustration 1: Sarah Wiśniewska, project of the book "Non-memory".



illustration 2: Sarah Wiśniewska, project of the book "Non-memory".



*illustration 3: Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001.*



*illustartion 4: Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001.*





*illustration 5: Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).*



*illustration 6 : Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).*



Magdalena Szadkowska, collection E( )MOTION „Emotional object 15”, 55x25x10cm, (il.18).

## CHAPTER IV

### CONTEMPORARY LUXURY

#### DIAMOND OR PAPER – PERMANENCE OR TRANSIENCE

##### (E( )MOTION COLLECTION'S MATERIALS AND SENSORY QUALITIES OF THE OBJECTS)

Jewelry in the history of humanity and in different cultures, like all other arts, was a "mirror", a reflection and expression of feelings related to the most important philosophical and ethical problems of a given period. The assumption of my E( )MOTION collection is a direct response to the needs of Y Generation, and thus its social role. I base it on direct communication with the recipients of my collection, deepening their emotional relationship with emotional objects by engaging them in the creative process. Through my design activities in the process, I recognize their generational features and make direct contact with them so that my objects become their personal objects with the nature of their own emotions. In this way, I am looking for an answer to the question of what communication through art and design is today for Millennials. In my collection, next to emotional content, the source of this communication, through art and design, are materials of manufacture and tactile values that shape the aesthetics of the generation and are a "mirror" of their needs in the sensory and aesthetic sphere. Reaching into Lew Tołstoj's reflections on the issues of art in his dissertation of 1898. under the title "What is art" we read there which criteria art should meet to give back her true essence. As one of the most important elements, he mentions social functions that art should fulfill as a mission to man and humanity. He lists among them how important it is for it to take on the content and feelings of a given society in a given period, that is, an adequate understanding of the meaning of life and happiness in a given era. Communicability as another criterion for the value of art and explains that the language of real art must be understandable to everyone, because it meets the condition of communicating emotions. He further writes about the role of integrative art in society and about the fact that people strengthen their bonds through art. They inform each other about sensations and feelings, but they also experience the same, connecting through art. In his opinion, the art has the properties of bringing people together, overcoming loneliness and isolation, and at the same time enriches human feelings and emotional experiences, and it becomes one of the two organs of human progress, next to language. Based on this theory, I gave three elements of communication between my art / design and the recipient – Y Generation: 1. Emotions contained in the objects, 2. The recipient's personal involvement in the creative process, based on their passion, sport activity practiced by everyone of the day, 3. Materials of performance and mobility of the composition, giving the character of interaction with the object in the process of use. In this chapter I want to address the third point to these assumptions in the E( )MOTION collection. Today, due to the global excess of "plastic" and mass overproduction, public attention is drawn to issues related to sustainable development and materials for making everyday items, including jewelry, from natural sources or sourced



from nature, in the care of it. The search for scientists and material scientists takes the direction of developing biodegradable fibers that have their sources in microbiology - such as fibers from bacteria or natural resources such as marine algae, apple peels or pineapples. They are used to manufacture materials for the production of clothing, accessories, bags and footwear, and small industrial forms. In this way they communicate with Y Generation to meet their expectations and interests, and thus become a response to their needs. These are such materials as: Pinatex - a material with the appearance of natural leather and obtained from pineapple leaves, or similar - Bio2materials made from apple skins or, for example, foam for the production of sports footwear produced from marine algae. One of the materials with a wider application than clothing is Tyvek - a material with the appearance of paper and resistance to weather conditions, high temperature, UV radiation. It is perfect for printing and most importantly it can be 100% recycled. It is a lightweight, durable and waterproof material, reminiscent of crumpled paper, and which combines both the characteristics of paper and foil, plastic and textile substrate. Currently, it is used by various industries, including for the manufacture of clothing, bags, footwear, small industrial forms, interior design including lamps, pillows and in construction, distributed by DuPont.

In addition to this direction for communication with millennials - through new technologies, there is a mass phenomenon called "Slow life" and based on a return to crafts, manufactories, unique art objects, locally produced and bypassing mass industry. For this direction, the materials of manufacture are natural fibers and plastics subjected to circular economy processes, in order not to generate garbage. For the I generation in this trend, it is valuable to return to those natural materials that have accompanied generations of cultures for centuries, and which have been forgotten, denied or degraded by mass production and "pictorial culture" today. Paper is becoming more and more important. In its pure and traditional form, towards the culture of the Internet, smartphone and laptop, where the culture of handwriting, calligraphy has been degraded for the transmission of picture keyboard information and printed books for audiobooks, the paper acquires a luxurious, unique value. As the research of Y Generation emerges, what constitutes growing and significant value today is the values of experiencing and emotional connection with the object, and this is the role of unique objects - art. In turn, the material in every respect and for each utility function plays a significant role in the perception and value of the object. Currently, paper as a delicate material, requiring respect, care and commitment, because it is subject to "aging" in the literal and portable layer, becomes a noble material. A trace of time and its passage remain on it. Its volatility and the feature of the time it records in the aging process are of value. I connected these two directions in my design activities and used in the E ( ) MOTION tyvek collection and traditional paper forms such as: cardboard, offset paper. In the process of creating the collection, I made attempts to process this paper into paper pulp and to carry out one of the works from handmade paper produced by me. I treated it as a creative process and experience, an attempt at processing. I opened the possibility for my recipients to choose for their object the material created in the process of reprocessing. However, among my recipients the biggest surprise and respect aroused the use of ordinary offset paper, which they know and use in their professional activities every day, not imagining its other forms of use. The value that my recipients saw in this material is also the tactile qualities and pleasure that comes from communing with this natural material, which, unlike metal, gives the illusion of heat, and thus stimulates positive associations of contact with the object. I used metal as a complementary material to the collection. It provides its finish and accents

with content such as, for example: to emphasize the completed stage of running or to highlight the moments and routes of the run that are particularly important for the recipient. I used silver, gold and brass. Individual shapes that make up the object are cut out manually or with a laser. In both cases, this is my manual work individually in relation to the indicated directions and needs of the recipient. In addition to the use of the above-mentioned materials and emotional content in objects, I was looking for design solutions that would strengthen the contact of the recipient with the object and give interaction with the object, through sensory sensations in contact with it. The element that strengthens and prolongs the touch process and its values in my emotional objects is a moving composition. The proprietary system of joining together individual layers (shapes of running routes) that make up the object, gives them the ability to move them relative to each other (Illustration 7). This creates the process of building your own form of the object by touching, transforming and giving a new shape to the object each time. The type of edge finishing of individual elements - polished or satin matted in tactile confrontation are pleasant, and the very possibility of shaping them, in a slow and precise manner, with design resistance to each other, extends the time of direct contact with the object. They are an element of surprise and pleasure, because despite the fact that made of paper they are a compact formable mass, designed to resemble childhood activities of shaping forms of modeling clay or plasticine. On the one hand, it is an enhanced aspect of touch and on the other it is a time to focus on manual activity, own satisfaction in giving form and detachment from routine daily activities and stopping at the object in focus, on purely tactile sensations. On the other hand, these external structures and form of materials that are touch-friendly are meant to evoke associations with architecture whose elements of external construction communicate and invite you to discover what is inside, the richness that hides inside. The same relationship is a feature of my E( )MOTION collection, where the external structure is sensually perceived - the form, construction of the object and, as in architecture with externally constructed elements, there is internal wealth that in my jewelry / objects hides the meanings given - emotions, poetry and literature, personal stories. The sensual external form fulfills its sensory and relaxing roles, sending the recipient to the emotional values that are contained inside its internal structures and fulfill their memories, reflective and contemplative roles. The combination of the external - sensual and the internal - emotional, refers to the needs of Millennials. On the one hand, in response to the need to experience and enjoy using the object, and on the other, because of their search for their own space, to reflect, remember and calm down. Living in an environment of noise and hustle and bustle of the city and continuous "noise" of information, surrounded by screens, monitors, billboards, advertisements and millions of "movies" from the smartphone screen, evokes the need to turn towards focus and calm down, so as to find thoughts and look for the most subtle, individual, primary sensations. Too many stimuli attack all their senses at the same time every day. And on this ground a wider phenomenon arises, both in design, interior design and in art today, which focuses on developing the needs of experiencing the recipient with all senses. In my E( )MOTION collection I refer to one of them - the sense of touch, without eliminating the importance of sight in the collection's reception.

Artists and designers of the Synesthetic Art trend are continuing their activities today and are looking for design directions based on non-visual activities. They reach for multi-sensory user involvement, harmonization of the whole range of stimuli affecting the senses or focusing the recipient on only one of them excluding visual sensations. They emphasize the role and the need to experience the recipients with all senses such as touch, smell, sound and

taste. By choosing them or composing them in a thoughtful way in their design, they provide users with the opportunity to relax and concentrate. This trend in art and design took the name Synesthetic Design. By definition, it is a design trend that can engage different user senses. Tomasz Augustyniak and his multisensory children's furniture set from 2009 are considered to be the Polish precursor of synesthetic design used on a larger scale. In his design he used moving elements stimulating and reflecting the child's mood, such as: handles and wheels that can be turned over and resemble eyes. The designer referred to the senses of hearing and touch through the type of materials combined (also in a mobile way) such as: plastic, metal and wood. He wanted to multiply stimuli acting on different senses, which he supported by examining the needs in the process of child development. Other implementations that can be cited in the field of synesthetic design are the "Urban Instrument" of the Jan Peifer project (Illustration 1) awarded in 2016 in the "Make Me" Design Festival competition in Łódź. It is a design of a balustrade in the city space, which, in addition to its modern sculptural form, consists of a composition of vertical pipes of polished steel and surfaces flattened in places, fulfills its acoustic function and makes sounds by touching subsequent elements. In this way he engages the senses of touch and hearing the recipients of this synesthetic urban art. Another example in the field of jewelry is the MIKO project of the School of Form graduates in Poznań - Ewa Dulcet and Martyna Świerczyńska and related to the sense of touch (Illustration- 2, 3). It also accepts the role of rehabilitation for recipients. Among the jewelry objects - bracelets and rings there are ones that are equipped with movable elements - balls that rotate around their axis, thanks to which they bring relaxing tactile effects, hand massage and this is their function and artistic value using a minimalist form. Another example of synesthetic art can be the design of the fragrance lamp "O!" Magdalena Czapiewska and Karol Murak. In this case, the recipient's attitude to experience the sense of smell, because the lamp through the various types of scents it releases, such as: cardamom, mint or sandalwood, changes the mood in the room. And in addition to its typical mood creation function by its color of light, it focuses other user senses.<sup>65</sup>

Today, there are also many artistic implementations based on sounds and music or commercial projects that turn one sense off so as to focus the recipient on several others such as dinners in the dark organized by restaurants so as to turn off the sense of sight for smell, touch and taste or symphony concerts in darkness. Today, other areas such as literature, film and architecture are subject to analysis of synesthetics. In one of the studies by Zuzanna Kozłowska from the Adam Mickiewicz University in Poznań entitled "Synesthesia - a challenge for vision-centric culture" as part of the "Gardens of Science" series from 2014, we read the analysis of the film "Mulholland Drive" by David Lynch, as an example of synesthetic cinema, which shows how artists in various fields reach for means of expression in order to leave from a purely visual culture of the present day and give the field of experience to other senses. The author thoroughly analyzes subsequent scenes of the film, proving how the quotation "*Mulholland Drive is an anti-bullet-centric film, undermining the omnipotence of vision by displacing the perceptual*" visual map <sup>66</sup> in favor of proprioceptive and synesthetic perceptions. By preventing visual supremacy, it points to a non-visual experience of reality which escapes restrictive rationality (...) D. Lynch's film "*exceeds the vision*" allowing viewers

---

<sup>65</sup> <https://www.swps.pl/nauka-i-badania/blog-naukowy/14425-synesthetic-design-nowy-nurt-projektowania/>, ostatnia aktualizacja: 24.01.2017.

<sup>66</sup> „Ogrody nauk i sztuk” nr 2014, DOI: 10.15503/onis2014-225-231, Zuzanna Kozłowska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Synestezja – wyzwanie dla kultury wzrokocentrycznej”, s.229

to *"feel rather than see these two reference systems - visual or non-visual (...)"*<sup>67</sup>. Next we read the reference to architecture and the turn towards the synesthetic experience of the object and space based on an analysis of the design by Stefan Rutzinger and Kristina Schinegger "Synaesthetic Filter" (Illustration - 4, 5, 6). This is a flexible concert and stage hall, a portable pavilion, which can be freely modeled depending on the design of the event taking place in it. It can change its shape during the performance, opening new acoustic possibilities every time, quotation *"(...) is not a permanent form but a shimmering presence. It does not create a closed space to enter, but a synesthetic experience into which you immerse."*<sup>68</sup> These cross-sectional examples of the synesthetic trend in contemporary culture are only intended to show the scale of the phenomenon and point to the relationship and one common direction of marketing analysts in commercial and sociologists, designers and artists on cultural and artistic grounds, which is key in the modern generation answers to their needs. And the same as what is the source of communication with Millennials. By various means of expression belonging to their fields, they all unanimously react to the need to experience, so as to give free rein to the emotions of Generation Y, in the reality in which they live. And in my emotional objects I am looking for both design and formal solutions and such use of means of expression through materials, their finishing and the form of the object itself, to communicate with my recipient directly and through sensory experiences, which are an important element of it, as the examples show from other fields.

---

<sup>67</sup> Ibidem

<sup>68</sup> Ibidem

MOBILITY OF THE COMPOSITION - EXAMPLE OF EMOTIONAL OBJECT - VIEW IN FOUR VIEWS OF THE VARIABLE COMPOSITION.

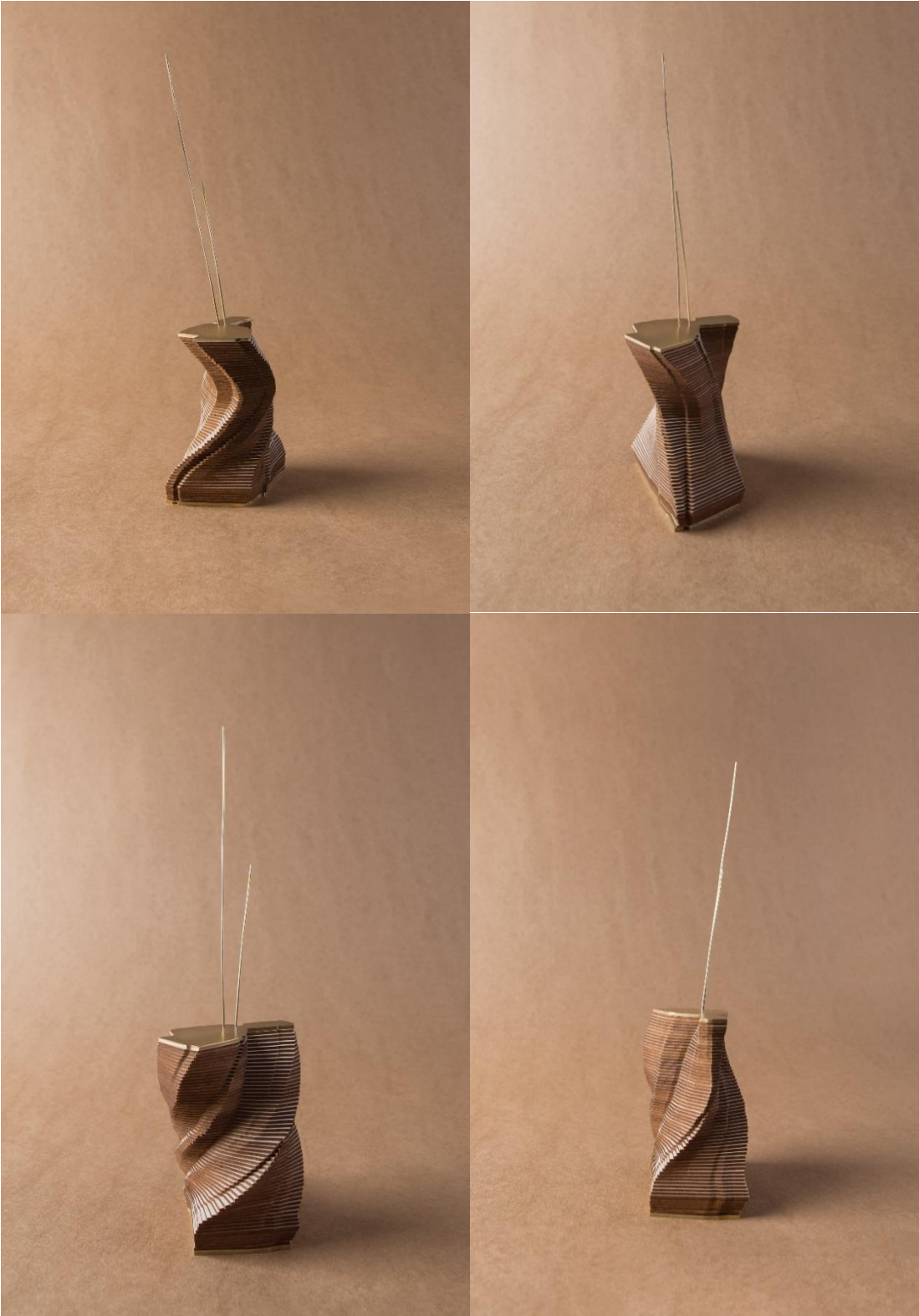


illustration 7: Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 28”, 26x9x5cm



*illustration 8: Jan Pfeifer, „Urban Instrument“ (2016).*



*illustration 9: Jan Pfeifer, „Urban Instrument“ (2016).*





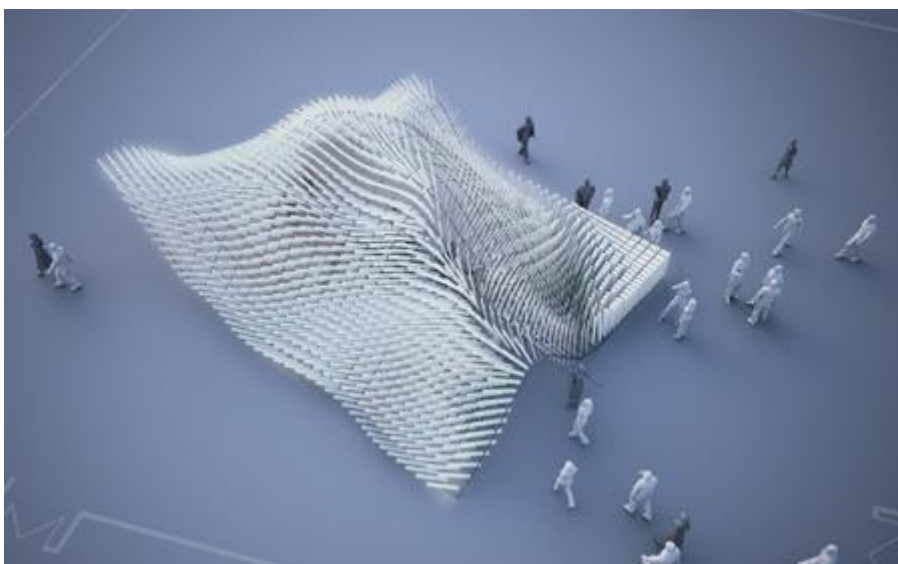
*illustration 10:* Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, MIKO project.



*illustration 11:* Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, MIKO project.

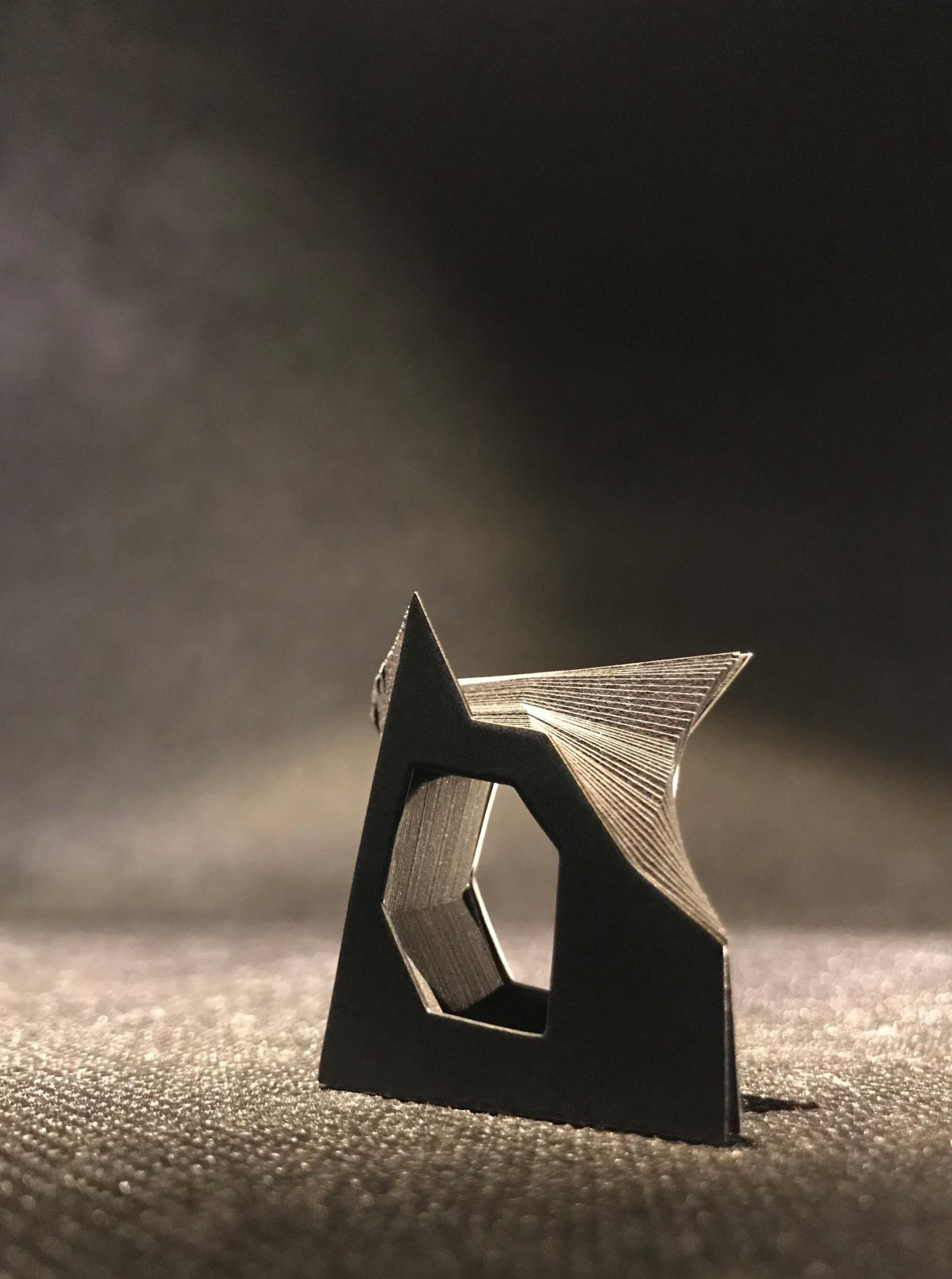


*illustration 12: Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaethetic Filter“.*



*illustration 13: Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaethetic Filter“.*





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 12”, object – ring 5x4x1cm, (il.19).

## CHAPTER V

### INDUSTRY AND CRAFT – PRESENT NEED OR THE PAST

#### (INDIVIDUAL DESIGN – EMOTION COLLECTION MAKING PROCESS)

*"Millennials are the most influential and demanding consumer group that the market is currently dealing with."*<sup>69</sup> This is what we read in one of the Generation Y analysis reports conducted by the Odyssey Public Relation, Mobile Institute and Mexad. Where does this thesis come from and what are its grounds? In the world of mass overproduction and huge threat to the environment, the need to buy and collect objects naturally ceases to be attractive and even acquires a pejorative character. As we read further in the report, *"No consumer was as aware, get informed and active as today's Millennials. Access to many information from various sources and participation in communities gives him great power."*<sup>70</sup> The commercial market sees threats to the mass production business in the face of the high awareness of the generation. It is a generation that has the need to limit the amount of products around it, selects items that are valuable to them and created in the process of sustainable production, so for care for the environment. The rejection of unnecessary excess of mass production also results from the fact that they are over-saturated on the market and raises the need to reach for hand-made items. On the one hand, awareness and, on the other hand, the natural need to have an object made with manual skills, where the trace of production is visible - a human hand with executive perfection, attention to every detail. They live in a virtual world, 3D printer technology, robotics and artificial intelligence, which is why they intuitively search for the uniqueness and individual character of the author - a man in objects they want to surround themselves with. This is a generation of handwriting from a computer keyboard or smartphone, without any contact with manual operations. It is a generation that begins to appreciate and feel the need to experience an object through an emotional or personalized relationship with it, which they themselves say. Among the group of my runners, one of the common motivations for everyday running alone is the need to focus, concentrate and cut off from noise, the media, an artificially driven pace of work and life. The same need determines the choice of items that Millennials want to surround themselves with. A personal, reflective or simply sensory object and a manual object that provides them with pleasure, reflection and is their personal subject. They are increasingly looking for art that they do not understand, as they claim, but feel the need to surround themselves with it. When asked why and why do they need them? They answer that the uniqueness and individuality of the object determine

---

<sup>69</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia\\_aktualizacja\\_29.04.2017](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia_aktualizacja_29.04.2017)

<sup>70</sup> [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/ostatnia\\_aktualizacja\\_29.04.2017](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/ostatnia_aktualizacja_29.04.2017)

its choice, instead of a few or a dozen or so objects of mass production. Sometimes they just don't know where to choose them, but they appreciate more dedicated and hand-crafted items because they give them greater pleasure, surprise them and inspire respect. Or maybe they are bored with the ubiquitous access of mass-produced plastic that surrounds them every day. It can therefore be said that this is a generation of nostalgia for the naturalness, reliability, authenticity and individuality of the product. In the process of creating my doctoral collection, this need was registered in emotional objects.

In the E( )MOTION collection, the very process of creating objects engages the recipient from the very beginning and even makes him a co-creator of the work and brings a lot of satisfaction and pleasure to my runners involved in the process. So what does this process of building a collection look like? In the first step, I start talking with the runner to identify ways of motivating, reasons for running and his needs arising from practicing this field of sport, but also broadly understood and regarding his expectations regarding the implementation of the object. Works directly with any runner who uses the Strava or Endomondo running app. We observe them together and choose routes that for some reasons are important for the runner. Often this is the chosen period of running and indicated by the runner, other times it is the time to prepare for an important run - a half-marathon or marathon, and sometimes it is a set of routes that are important moments for the runner, increase his fitness and exceptional training achievements. There are cases where building the emotional object becomes a mobilization for running. One runner decides for himself which running period he wants to commemorate, another runner points to important moments and their combination in a cross-section of two or three years of his training history, and yet another gives the choice decisions to my hands, indicating only the important time period for him. Another recipient of mine specially selects urban routes in various locations, once running after work around the office, another time around the house, so as to register this variety of "urban paths" run by him alone - his individually designed running routes. One of the runners asked me to put together in one object the furthest distances she had ever run in the history of her running. Others share their trainings with me every day by sending routes or sharing them from their applications. As each implemented object corresponds to the running stories of another person, each of them makes up the individual content carried by kilometers of routes. In the next stage, I save the graphic image of these runs read from the application and begin to design an emotional object based on them. I create a transformation between one run route and the next and the next, which finally make up the set of runner route shapes in the form of vector graphics. The final object can be a closed or open composition, depending on the individual needs and guidelines of the runner. One work is a closed whole and tells a certain story of a run or one-time achievements, while others become an open composition to which additional elements can be added - the shapes of subsequent running routes. I prepare vector compositions in a graphic program, in which I then develop the scale of the subject and design assembly elements for further implementation of the 3D object. Consultations with the runner are also ongoing at this stage to examine his needs and expectations. Here, decisions are made about the size, nature and type of material that the final realization of the emotional object should take. Together with the runner I discuss what kind of object will be built. Depending

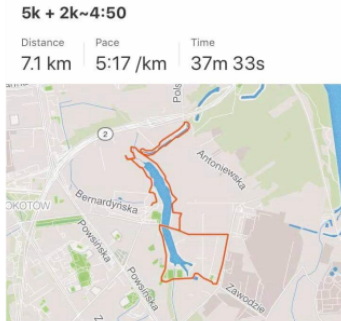
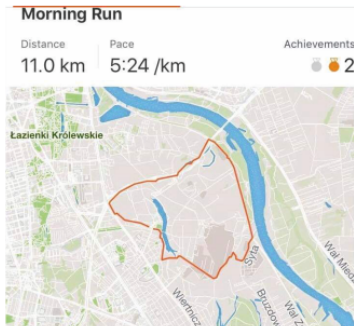
on his needs, ways of motivation and expectations, I prepare a 3D object. I cut individual shapes of transformed running routes from metal or paper by hand or laser cutting. Then I subject them to manual processing, giving the character of the final surface of the object. The next point is the assembly process adapted to the type of object and developed according to one principle that allows the mobility of the entire composition. A single object is a set of runner routes arranged in a time scale, whose transformed shapes, are composed by me in a spatial form. As a result, a collection is created that is identical in concept of its implementation, but consisting of unique objects so different in its scales, purpose, from various materials of manufacture, but above all with individual content, emotional content for each individual person. The subject of "carving" are experiences and emotions as well as physical effort accompanying running. The artistic forms and spatial structures that arise in this process are not just an illustration of them. They are my parallel search for artistic forms, and not just an illustration of sociological research. Time, although invisible, becomes crucial both for running and shaping the artistic form. The real time of running is translated into an artistic form, which includes the relations of external and internal shapes and the proportions of the object in relation to the number of layers from which it is built. These elements translate the process from the physicality of running into the creative process of building the form and structure that gain their physicality again through means of artistic expression. Just as runners are focused on building their form in terms of mental or physical condition, so I perceive these processes with purely plastic forms. I build the E( )MOTION collection based on emotions generated by running and in relation to shaping the form of the object I create a relation to time and space using purely artistic means. I create a new situation - an autonomous artistic object.



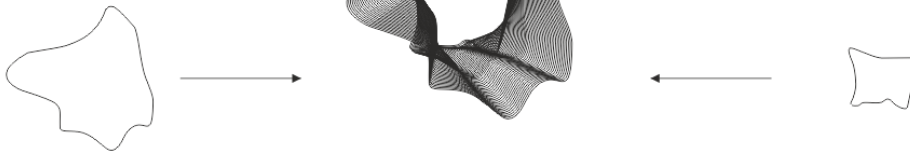
OBJECT E( )MOTION - STAGES OF CREATION - SINGLE ELEMENT = SHAPE OF THE RUNNING ROUTE - EXAMPLE:

POJEDYNCZY ELEMENT KOMPOZYCJI = JEDNORAZOWA TRASA BIEGACZA ( dzień 1)

POJEDYNCZY ELEMENT KOMPOZYCJI = JEDNORAZOWA TRASA BIEGACZA ( dzień 2)



Zapis 2D - transformacja tras

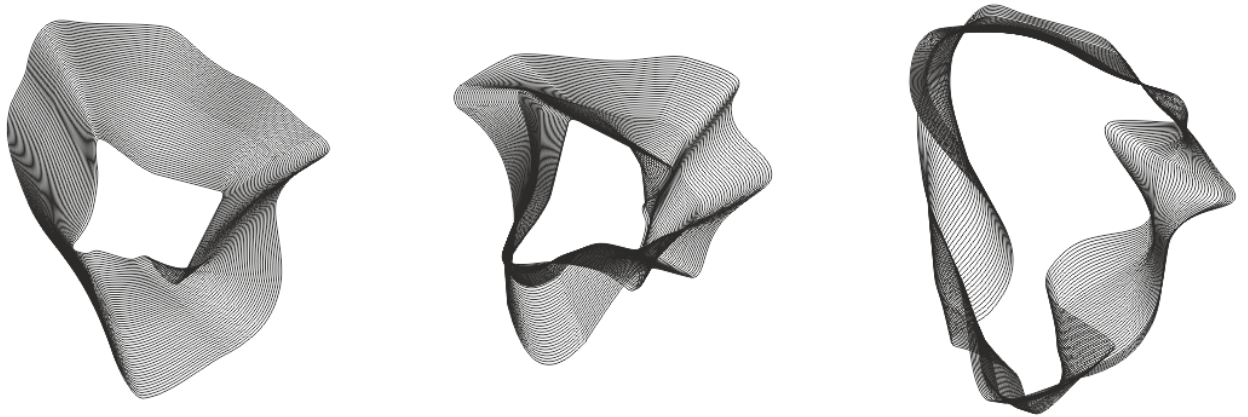


Transformacja kształtów tras biegacza - przykładowy odcinek czasu

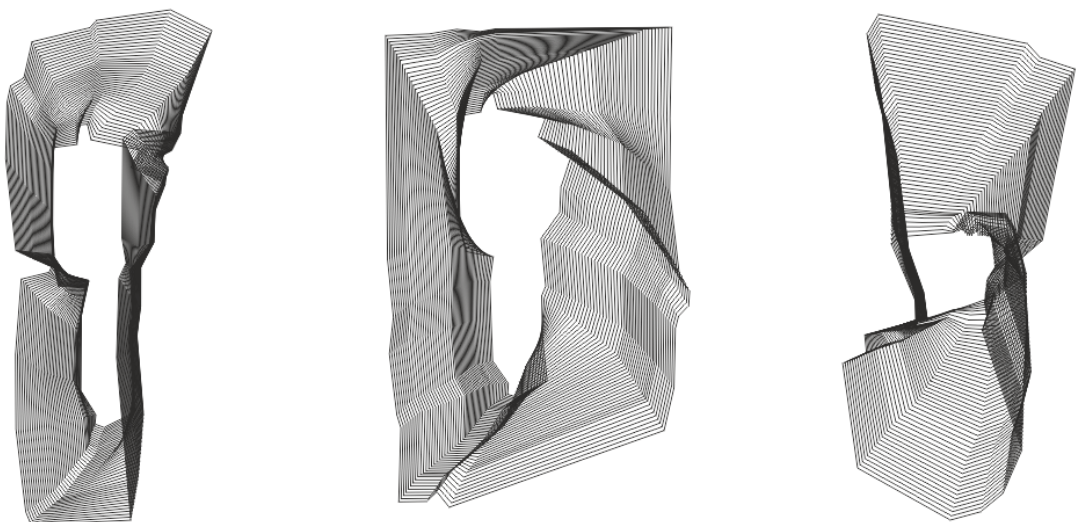


Magdalena Szadkowska, fragment of a design from the E( )MOTION collection: "Emotional Object 24" (il.56).

OBJECT E( )MOTION - STAGES OF CREATION - GRAPHIC IMAGE OF THE PROJECT =  
TRANSFORMATION OF RUNNING ROUTES - EXAMPLES:



Magdalena Szadkowska, fragment of a design from the E( )MOTION collection: "Emotional Object 24", (il.57).



Magdalena Szadkowska, fragment of a design from the E( )MOTION collection: "Emotional Object 16", (il.58).

OBJECT E( )MOTION - STAGES OF CREATION - IMPLEMENTATION OF A SPATIAL OBJECT -  
EXAMPLES:



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional Object 24”, 20x20x4cm, (il.20).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional Object 16”, 10x4x4,5cm, (il.21).

## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

Collection of objects and necklaces dedicated to **Runner 1** (professional tennis and snowboard trainer, graduate of the mathematics faculty at the Polytechnic - 1994). A common feature of all implementations is a closed composition directed to the interior, both in the design activities and in terms of emotional content. This is related to the intimate and personal nature of the recipient's runings, which it is an expression of passion, relaxation and pleasure in running. The runner builds her good condition based on professional sports, and treats running socially, recreationally and exclusively for pleasure.

The object refers to the closed two-year cycle of running and sums it up. Realizations of the necklaces make up the collection of jewelry and talismans. They are separated from selected routes of a two-year running period (object1). They are personal stories and memories that are particularly important for her in private aspects. The compositions and colors are the answer to the emotions enclosed in their internal shapes.

Realizations: Emotional object 1, 2, 3, 4, 5.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 1”, 13x13x6cm, (il.22).

## EMOTIONAL OBJECT 1 – DESCRIPTION

The implementation is a summary of the recipient's two-year running period. The internal structures of the facility are a record of the most important running routes from this period. These are the furthest distances that the runner has covered during her most intense activity in this field. Emotional content is the interior of the object. Purpose - an object of contemplation, commemoration of the entire process of runner's activity, summary and glorification of achievements. The function of a statuette and a personal award for own achievements in this field of sport activity, which for the recipient is pure passion. The object consists of 150 layers, which are connected together in a mobile way, build a relation to time and space both of these real two-year runs and the artistic form, which takes the form of an autonomous artistic object.

Work made of paper and brass.

Made of in techniques : laser cutting, manual edge and metal surface processing, blackening powder metal method and own technique of joining elements into a spatial composition, with the function of transforming internal shapes. Satin metal surfaces.





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional Object 2”, necklace 24x19x2cm, object 6,5x6,5x2cm, (il.23, il.24).

## EMOTIONAL OBJECT 2 – DESCRIPTION

A dual function: an object as a personal item, a kind of talisman and a necklace pendant - occasional jewelry. Records of her favorite routes selected by the runner, indicated by her as a symbol of good run, successes (memory of good condition and record training results). The internal composition consists of transformations from the shapes of three running routes and they constitute the personal content for the recipient. Made of paper and bound in silver. The polished surface of the metal in the form of a lens gives depth, reflection and the illusion of movement of the paper composition enclosed in its interior. Polished silver creates a mirror that reflects the shapes of transformed running routes, and thus is a mirror of emotion, pride and satisfaction. The composition is permanent and closed.

Work made of paper and silver.

Elements from paper are cut by laser technique and the metal is cut and finished with manual processing techniques, including: polishing, matting of the surface. Rim with clasp - silver. The front of the pendant is matt silver, and the bottom is a lens with a polished metal surface. The middle layers are made of black paper.



Magdalena Szadkowska, E()MOTIONcollection, „Emotional object 3, necklace, 18x34x2cm, (il.25).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection, „Emotional object 3”, 6,5x6,5x1,5cm, (il.26).

#### EMOTIONAL OBJECT 3 – DESCRIPTION

Double function: an object as a personal item, a kind of talisman and a necklace pendant - occasional jewelry. Similarly to object 2, this is a record of unique routes selected by the runner. This is the story of two routes run together with a friend invited to run together. The internal composition consists of transformations from the shapes of two cross-country trails, which constitute the personal content for the recipient.

The composition is closed in black and consists in subtly reflections and outlines of shapes of route transformation emerging from it. The premise of the closed composition is to direct the directions and thus emotions to the interior of the object. The color scheme is a game of subtle shades of black and reflects the intimate, personal character of the object.

Work made of paper and brass.

Elements made of paper are cut with a laser technique, and the metal is cut and finished with manual machining techniques and blackened using a powder method. Rim with clasp - blackened brass with powder method. Satin metal surfaces.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 4”, necklace 19x25x2cm, (il.27).

Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 5”, necklace 19x25x2cm, (il.28).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection, „Emotional object 4, 5”, 5,5x5,5x2cm, (il.29).

#### EMOTIONAL OBJECT 4, 5 – DESCRIPTION

Object 4 and Object 5 are projects with a dual function: the object as a personal object, a type of talisman and a necklace pendant - jewelry. The works are a record of emotions during the summer runner's run. They have an intimate, memories and sentimental character. They are a symbol of relaxation and regeneration, energy derived from the sun. An expression of joy of running, pure passion and a diary of emotions. The transformation of internal shapes is their record. The object's colors in white and gold follow the emotional content of the objects. A polished lens is a mirror for internal shapes and through the depth and reflected light reflects the edges of individual elements of the object saturated with warm light. Is a souvenir and a personal talisman of good energy every day. Permanent and closed composition. The object can be an independent object, a pendant for an occasional necklace or a daily necklace on a chain. In this way, multifunctionality of the object is obtained.

The works are made of tyvek and gold. Elements from tyveku are cut by laser technique and the metal is cut and finished with manual machining techniques, including: polishing, matting of the surface. Rim with clasp - gold. Fronts of pendants - satin surface.



## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

A collection of objects / rings dedicated to **Runner 2** (product manager of one of the largest networks of Polish corporations in the field of interior design - 1993).

The objects co-created with the recipient is a collection illustrating the history of the runner's training process, spread over the years 2017-2019. All projects are objects / small sculptural form, and at the same time jewelry with the function of rings. Running for a runner is a way to build his condition and figure. Consistent and regular runs each week are supported by a lifestyle subordinated to this activity. The recipient specifically selects urban routes in different locations, once running after work, other times around the home, so as to record the diversity of "urban paths" trampled by him alone - his individually designed cross-country routes. The runner also treats training as a form of building relationships in the runners' online community. Physical activity is associated with building both physical and mental condition, and the time spent running (at least three times a week, including weekend) is the zone of his personal space, detachment from professional work in a corporation in a managerial position, and therefore with increased responsibility and multiplied stressful situations.

Realizations: Emotional object 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14.



Magdalena Szatkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 6”, object - ring 3,5x3x1,5cm, (il.30).



Magdalena Szatkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 7,8” object – ring 3,5x3x0,7cm., 4x3x1cm, (il.31).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 9”, object – ring 4x4x1cm, (il.32).



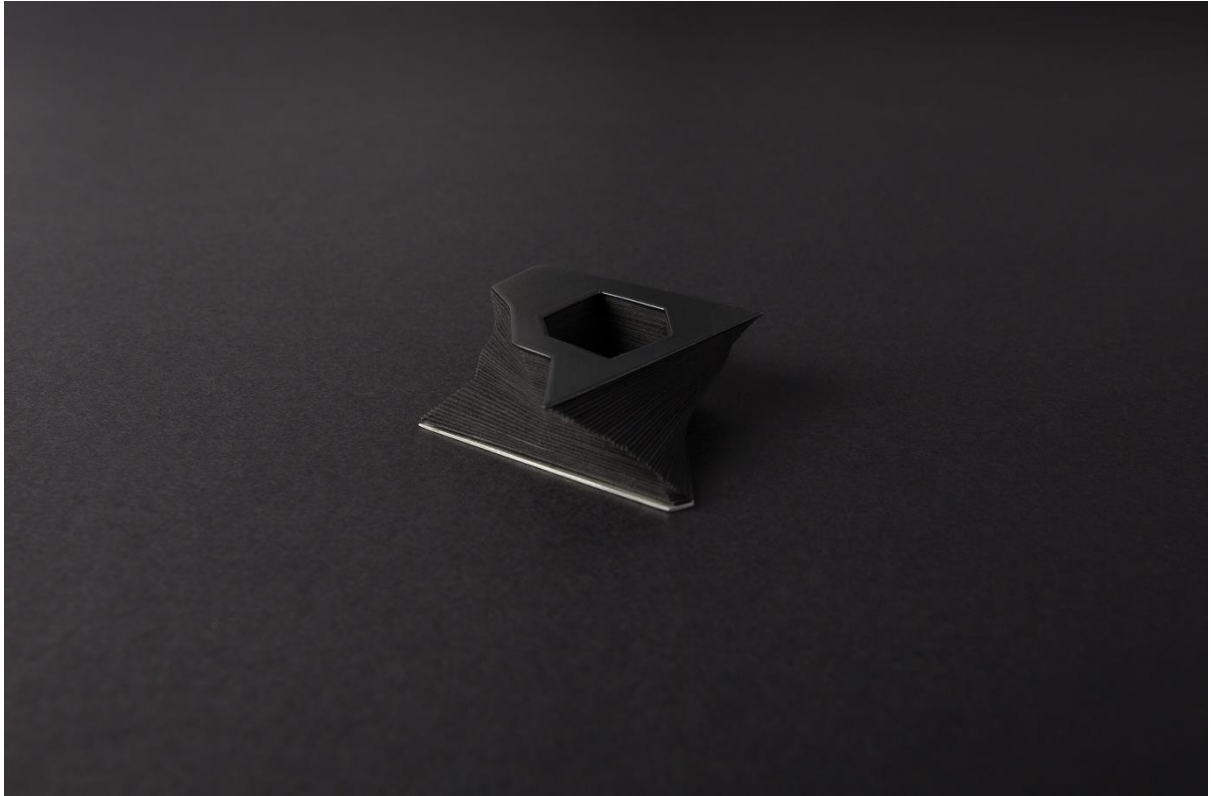
Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 10”, object – ring 8x5x2cm, (il.33).



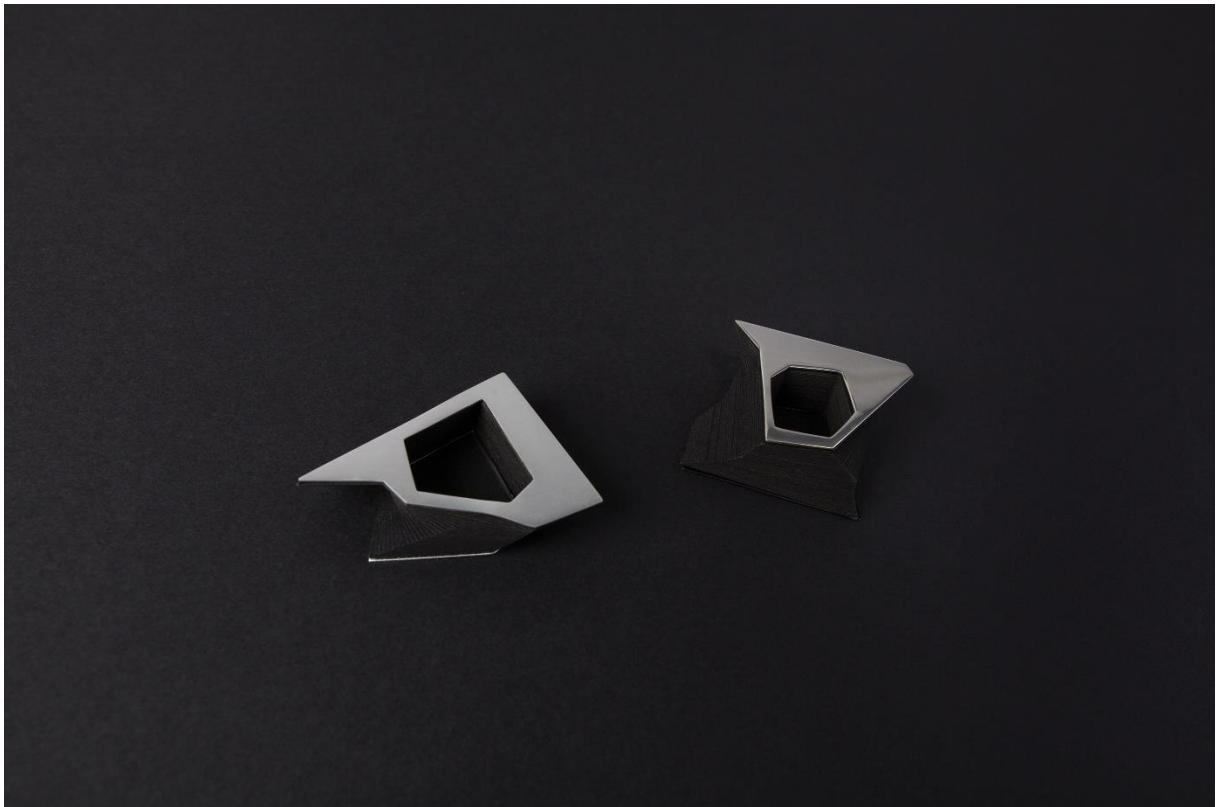
Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 11”, object – ring 5x4x1cm, (il.34).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 11”, object – ring 5x4x1cm, (il.35).



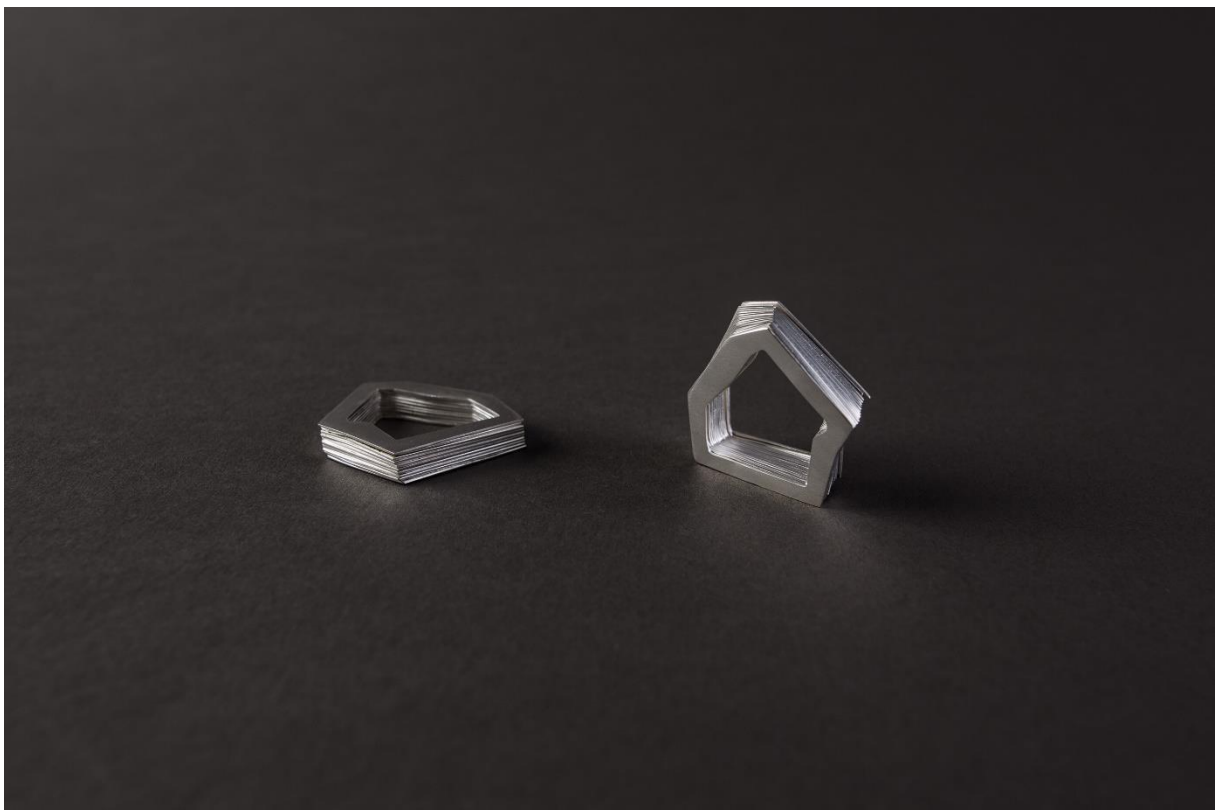
Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 12”, object – ring 5x4x1cm, (il.36).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 11, 12”, object – ring 5x4x1cm, (il.37).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 13”, object – ring 2,5x3x1cm, (il.38).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotion object 14”, object – ring 3x3x0,5cm, (il.39).



## EMOTIONAL OBJECTS 6 – 14 – DESCRIPTION

Objects created on the basis of continuous and direct cooperation of the runner with me, consisting of monitoring training in weekly cycles. Each object refers to weekly running routes, and all together create a holistic image of building fitness, intensity or less activity. The history of cyclical runs is expressed by the composition of external and internal shape transformations. It is to reflect commitment and a complex, multi-layered process of building form. The collection is a picture of a long-term process of building your own form in a double sense - the silhouette of a runner and objects. Each of the objects is jewelry and adopts the function of a wedding ring. Each individual object is the content of individual emotions, and in the statement illustrate the passion of the runner, his perseverance, consistency and commitment over the years of training. The objects / rings take on a reflective - motivating function. The mobility of the composition allows you to change the form of the object during use, which is particularly important for the function of rings. The added value is continuous interaction with the object, the ability to shape, move elements of the composition relative to each other. As such, wedding rings are the object of relaxation, "de-stress" against the daily tensions.

The recipient's reaction to the completed objects is spontaneous joy and surprise, quoted "Mega ... It didn't look so nice when I was running."

Materials: paper, silver, gold.

Elements from paper are cut by laser technique and the metal is cut and finished with manual processing techniques. Own technique of combining elements into a spatial composition, with the function of transforming internal shapes. Combination of satin and deep polished metal surfaces.

## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

Object / sculpture, ring implemented in cooperation with **Runner 3** (dr hab. medicine and hospital head physician, private office owner and academic teacher - 1980).

The recipient is a psychiatrist, he lives surrounded by greenery in the suburbs of Łódź. The fast pace of life associated with the multilayered professional activities and their aggravating character were the reason for his search for sports activity, which would bring him moments of detachment in a non-limiting and relaxing way. He treats running in a recreational way as private, spontaneous and time spent in a natural setting. Realizations of the objects are to reflect this freedom and openness in the approach to his free physical activity, and their multilayered nature refers to the emotions released during running. Both running and emotional objects are to provide a sense of purification, calmness, relaxation, contemplation and direct thoughts to achieve a state of inner peace and balance.

Realizations: Emotional object 15, 16.



Magdalena Szadkowska, collection E( )MOTION „Emotional object 15”, 95x25x10cm, (il.40, il.41).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 16”, 10x4x4,5cm, (il.42).

#### EMOTIONAL OBJECTS 15 i 16 – DESCRIPTION

Interior object 15 / miniature sculpture for the recipient's garden. The composition is made up of three separate elements that correspond with each other and intertwine in space. The whole composition is mobile and open. It is an open process of shaping the form of the object as well as the specifics of the recipient's gear. It is a record of the emotions of mobilizing for running, changing condition, varied running times and distance traveled kilometers. It is an open and free from the imposed rigor of training practicing this physical activity by a runner, which translates into the composition of the object - open and completely variable. It is an expression of spontaneous training, whose randomness and unplanned nature are reflected in the object, whose continuous building process is to record again the same emotions and experiences of the runner. An object of contemplation and reflection.

"Emotional object 16" is an expression of the same training experience of the runner and is embodied in the form of a sculptural signet ring, symbolizing a personal seal. The dominant element in the composition is the top shape of silver with a mirror-polished surface. This is the shape of the first route in the history of his running and a mirror of the most important emotions that determined the decision to take the next race. This element is the guiding principle for both works. In the "emotional object 15" it is the center, center and connector of the composition.

Materials: 1.5 mm cardboard, brass – object 15, paper, silver- object 16.

Technique of implementation: laser cutting, manual surface treatment ( matt and polishes).

## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

Objects, pins - project implemented with **Runner 4** (sculptor and lecturer at an artistic university - 1983).

The recipient is professionally involved in building form every day, shaping matter in the sphere of sculpting activities and in relation to building his own form in terms of silhouette, cyclical running. Realizations of emotional objects are their expression. They relate to the period of one year of training (2018), which was the resumption of practicing this field of sport, in order to rebuild form and regain good shape after a five-year break in practicing this field of activity. The objects are a reflection of what this training time was for him, how far he went from the first run to the last, what time span and dynamics this process of rebuilding the form had. They become a mirror of his emotions, commitment and perseverance in the decision to return to the condition of running in marathons. They form a diary, a runner's calendar and take a motivational and reflective role.

Realizations: Emotional object 17, 18, 19, 20.





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 17”, 8x10x5cm, (il.43).





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 18, 19”, piny 7,5x4,5x1cm, 5x3x1cm, (il.44).

#### EMOTIONAL OBJECTS 17, 18,19,20 – DESCRIPTION

Emotional object 17 and 20 are small sculptural forms in the form of interior jewelry. Compositions of external shapes that make up the form of objects illustrate the process of rebuilding the runner's condition and figure. Their dynamics, compact and harmonious arrangement of shapes from the smallest element through their entire complexity to the largest, mirror the experiences and emotions of this training process. What did he start with and what was his physical and mental condition then, what was this time of rebuilding his form, which went through the path of improving the body and mind. The objects remind us of the challenges set at the beginning and are intended to provide support and motivation in the persistence of their implementation. The mobile nature of the composition is subject to continuous shaping and rebuilding of the form of the object, as well as the purpose and nature of running. The object has the role of a statuette, is to bring satisfaction and motivate for further training. Emotional objects 18 and 19 have a utilitarian function of jewelry - pins and are a symbol of the first and last route of this process of rebuilding health. They take the role of a talisman, a personal item that is to accompany the runner on a daily basis as an element of stylization - a personal talisman of success and luck. Closed and mobile composition.

Materials: offset paper, 1 mm smooth cardboard, silver.

Technique of implementation: paper laser cutting and manual metal cutting and surface treatment, own design and implementation of own mobile composition of objects.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 20”, 25x7x8cm, (il.45, il.46).

## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

Object, brooch, necklace - project implemented with **Runner 5** (freelancer graphic designer - 1986). The entire cooperation project is based on the runner's preparation for the marathon.

Cooperation in the implementation of the facilities with the runner had the character of continuous loading of the recipient's daily runs from a running application. The training process - consistent, uniform, arduous and long-lasting translates into the nature of the implementation of emotional objects and fits into the overall lifestyle of the runner. Professionally, as a freelancer, he independently prepares the schedule of his work day just like the schedule of training for marathon preparation. As a graphic artist and graphic designer he deals with tattooing and creating movie storyboards, which, like the training process, is cyclical, requiring patience, concentration and consistency. Emotional objects reflect the nature of not only this one-off, but long-distance preparation for an important race, but also the recipient's lifestyle. They are the source of the runner's emotions and experiences in his private, professional and training life. They take the role of a cup, are to bring pride and satisfaction, and support the recipient in the pursuit of the main challenge - running a marathon.

Realizations: Emotional object 21, 22, 23.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 21”, 18x6x4cm, (il.47).

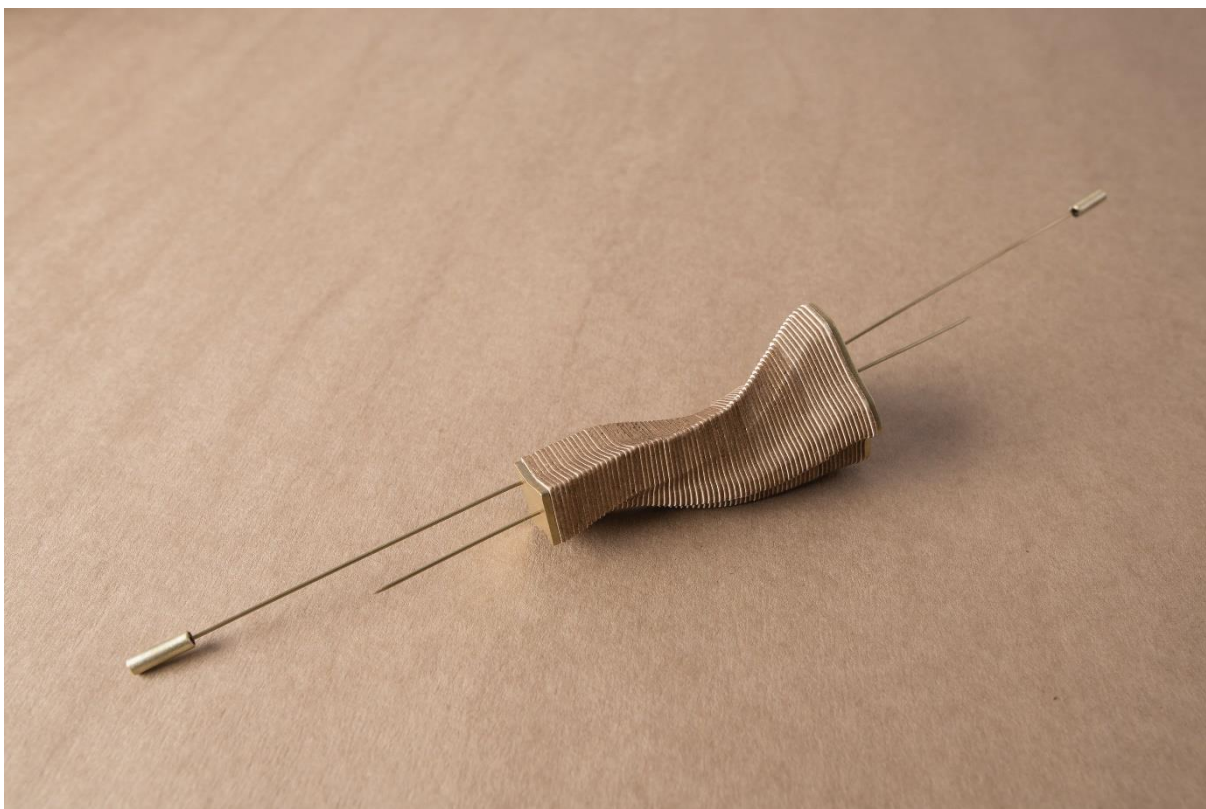
## EMOTIONAL OBJECT 21 – DESCRIPTION

Interior design, the role of a statuette. The external structural form of the object reflects the character of the runner's preparations for the marathon. Its harmonious and monumental character emphasizes the importance of the event for the recipient's training process. It honors the perseverance and effort of the preparation process for the groundbreaking, because of the first marathon runner in life. The composition is closed and symbolizes one and separate stage of running dictated by the specifics of preparation for such a long run and the associated load on the body. Reflective and glorification function of the object. The mobile composition aims to interact with the object. The recipient has the opportunity, by personally shaping the composition of the object, giving it their own form in response to the goal they set for themselves - running a marathon, and thus improving and shaping their physical form - silhouette and mental - overcoming the limits and limitations of their physicality. Closed and mobile composition.

Materials: smooth cardboard 1 mm, brass.

Technique of implementation: laser cutting, manual surface treatment, proprietary project of object assembly with given composition transformation function.





Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection, „Emotional object 22”, brosza 30x4x4,5cm, (il.48).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection, „Emotional object 23”, naszyjnik 24x21x4cm, (il.49).



## EMOTIONAL OBJECTS 22 i 23 – DESCRIPTION

Objects are jewelry in the form of brooches (22) and a necklace (23). Open Composition. Record of two stages of preparation for the marathon - initial and final. Personal items that the runner dedicates to his partner as an expression of support and a shared path in the most difficult moments of training. The objects are to remind the recipient about moments of doubt, but also about support, bonding and the nature of rapprochement in personal relationships during preparations for the marathon. The free composition of individual elements allows you to annotate notes, save times and kilometers of training inside objects. The external structural form is a record of route shapes that hide personal content for the runner. Character of the runner's diary from preparation for the marathon.

Materials: smooth cardboard 1 mm, gold-plated brass.

Technique of implementation: laser cutting, hand-made metal elements of the composition and hand-finished surface. Satin metal surfaces.

## PHOTO DOCUMENTATION AND DESCRIPTION OF WORKS OF THE E( )MOTION COLLECTION

Necklaces, brooch - a project implemented with **Runner 6** (marketing manager in the construction industry-1984).

The runner's jewelry collection is the answer to her personal change and lifestyle change. Running in her life is discovering new relationships, an element of self-creation based on new professional challenges and the need to change the image. Necklaces and a brooch are part of this personal - physical and mental transformation. They take into account the need for everyday and occasional stylizations tailored to her lifestyle. Building emotional objects in the form of personal jewelry has become a mobilization for her running. Emotional jewelry is an expression of the runner's communication with the object itself and with the runner community. The projects are a record of several months of running, which was the stage of her emotional and emotional settlements with the past and the period of internal transformation.

Realizations: Emotional object 24, 25, 26, 27.



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 24”, naszyjnik 20x20x4cm, (il.50).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 25”, brosza 17x12x2cm, (il.51).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 24”, naszyjnik 20x20x4cm, (il.52).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 25”, brosza 17x12x2cm, (il.53).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 26”, naszyjnik 30x3x2,5cm, (il.54).



Magdalena Szadkowska, E( )MOTION collection „Emotional object 27”, naszyjnik 42x4x1,5cm, (il.55).

## EMOTIONAL OBJECTS 24, 25, 26, 27 – DESCRIPTION

Emotional jewelry is an expression of the runner's personal needs both on the basis of support and motivation in the training process as well as building her image against the background of professional and running community. Organic shapes and symmetrical, subtle and harmonious forms of objects reflect the nature of her training. They symbolize a new rhythm for her calm, balanced lifestyle. They take the role of a talisman of these changes, because they are to remind them and become a guarantor of the balance between private and professional life, the internal transformation that took place during training. On the other hand, they are to become an expression of self-creation and a new image. An excuse for discussion, sharing opinions and experiences on an emotional basis. Their colors and proportions in the selection of shapes of running routes are an artistic creation in response to the aesthetic needs of the runner and her balanced, positive and open approach to relationships in a new environment. The photographic convention with variable background gradations, from light gray to black, shows a varied path in the processes of reaching personal changes in both the physical and mental layers of the runner.

Material: paper, brass, silver melted from old and damaged runner jewelry. Chains - silver and gold, wire and string - silver.

Technique of implementation: laser cutting, hand making of metal elements of the composition and hand surface finishing, blackening with the powder method. Satin metal surfaces.



## SUMMARY

*"The power of the human mind is the ability to dream, imagine and plan the future".*  
Donald Norman

We live in an era of material wealth, excessive consumption, a revolution in science and industry - robotics and artificial intelligence. We live in the cloud - globally and virtually. Overwhelmed by the scale of mass production and the increasing pace of life, we are looking for value in experience, personal sphere and relationships - interpersonal relationships. We are looking for personal space and individual items. We are looking for answers to our personal and local needs, not global and mass. We need distance, reflection, stopping, focusing and enjoying. We need attention.

My doctoral collection is exploring knowledge about people and the society in which I live.

It is a study of the condition of Y Generation through the prism of their needs at the emotional level.

It is a search for a way to arouse the need to commune with art today.

My objects, art and jewelry are to become a "mirror" of the needs of the modern generation.

They are to provoke conversations, evoke emotions and personal reflections.

In view of these challenges of my E( )MOTION doctoral collection, it is an analysis of the needs of the modern generation in a social and cultural context, an artistic and research project, and work in process. Each link in the collection, from dialogue and cooperation with the target group - representatives of Y Generation - a group of runners, through subsequent design stages and implementation of facilities, to its reception and giving a specific meaning to my recipient, are factors that examine the reality that surrounds us, recognize and they look for sources of interest of the generation, and in the end they are a direct response to their needs and are part of their everyday life. To this end, I have adopted the form of individual cooperation with each of the recipients, and the implementation of emotional objects dedicated to each of them is an expression of their personal emotions, stories and experiences. These, in turn, consist of the overall picture of common features and needs of Generation Y, of which I have selected the most important search areas for my recipients by building the collection. They are: 1. The need to generate personal space, intimate / emotional

sphere in response to "Body worship - in search of life balance and therapy for the mind"

2. The need for possession associated with the need for experience - a personal, individual, personalized, unique, sentimental object.
3. The need for bonds, relationships, integration - sharing emotions and experiences.

My cooperation with representatives of Y Generation identified a group of their common features such as: emotionalism, the value of experiencing over the value of ownership, activity, freedom, openness to the world, a focus on enjoying pleasure, own space, creation and interpersonal relationships. The cult of the body and the desire to have a perfect figure turned out to be a secondary goal in the training process of runners. All of them, through such expressed sport activities, meet their personal needs, which relate to the sphere of mind and seeking life balance, balance between professional duties and private needs.

I also examined the selection of the Y Generation people's approach to the sphere of materiality, possession and the place of art in their lives. It turns out that there has been a reevaluation in this area. This means that people not related to the artistic professions and the commercial world, so far focused on consumption, reject this model of life. They are looking for individual and personal items in their surroundings. They express interest and curiously enter the project of building their own artistic form resulting from their own emotions, experiences and experiences. This fills the gap of their personal emotional needs. They pointed to less noble materials such as paper, the non-standard use of which inspired them and made them reflect. The fact of nostalgia and return to things of a sentimental, commemorative, personalized nature became clear and tangible. On the one hand, he is guided by the need to negate the mass of products and on the other hand by the need to communicate with others, building closeness and relationships, a means of self-expression and self-creation. At this point, the role of my emotional objects takes on a social function, because it is supposed to provoke conversations, generate reflections and stimulate discussion. This is an open project and this stage will be subject to further analysis after publishing my collection. For a group of runners and direct recipients of my collection, it will be the time of its use, uploading photos on social networks, and thus this target time for sharing opinions, experiences and emotions related to them. On the other hand, making the collection public for other recipients will be for me another element of research and checking how the E( )MOTION collection will stimulate the imagination, reflection and personal associations of other recipients not related to the project. I hope that it will provide a moment of stopping, contemplating and provoking further talks. For this purpose, the form of the objects was built in two layers. As a designer, I recognized the needs of the recipient and responded directly to them, shaping the form so as to give a personal value to the object for each individual. As an artist, I gave the external structure of objects with purely aesthetic and sensual values, which, like in architecture, contains internal structures with reflective, emotional and contemplative content. The external structure is sensually perceived - the form, construction of the object and inside it there is a wealth of structures that in my jewelry / objects conceals the meanings given - emotions, poetry and literature, personal stories. Through the personalized process of creating the E( )MOTION collection, I found such means of artistic expression that directly communicate the recipient with the object and build an emotional relationship with it. Emotional objects that I create are not only an illustration of

sociological research but they are a parallel search for artistic forms. The elements of the composition translate the real process from the physicality of running to the creative process of building the form and structure that get their physicality again through means of artistic expression. The real time of running is translated into an artistic form, which includes the relations of external and internal shapes and the proportions of the object in relation to the number of layers from which it is built. The layers of my emotional objects also indicate their similarity to musical, literary and poetic compositions. They all use elements belonging to their fields which, arranged according to a certain harmony or other compositional key, create a work, a work in relation to time and space. In E( )MOTION objects I find common terminology and construction of works for the fields of art, design, literature and music. The relation to time, space, harmonious structures and aesthetic values are their common denominator, and the artistic expression is carried out using similar means of expression. The relationship between the domains also concerns the type of their message, content and the way they influence the recipient. I based the design of the E( )MOTION collection on the emotional aspect of art, design, architecture, music and jewelry, which on the one hand is the need of Y Generation, which I identified during my research, and on the other hand this is the domain of these fields.

## BIBLIOGRAPHY

1. „Ogrody nauk i sztuk” nr 2014 (4), DOI: 10.15503/onis2014-225-231, Zuzanna Kozłowska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Synestezja – wyzwanie dla kultury wzrokocentrycznej”, 2014.
2. Przegląd Filozoficzny – Nowa Seria, R. 21: 2012, Nr 3 (83), Filozofia umysłu i kognitywistyka, Andrzej Dąbrowski, „Wpływ emocji na poznanie”.
3. Kultura i Edukacja 2012, nr 4 (90), ISSN 1230–266X, Aleksandra Jasielska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Komunikaty-relacje”, „Estetyka codzienności. Analiza wzornictwa emocjonalnego”.
4. Władysław Tatarkiewicz, „Droga przez estetykę”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1972r.
5. Rudolf Arnheim, „Sztuka i percepcja wzrokowa”, Ekspresja, Wydawnictwo Officyna, Łódź 2004.
6. Bohdan Dziemidok, „Główne kontrowersje estetyki współczesnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
7. Lew Tołstoj, „Co to jest sztuka”, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1980.
8. S. Langer, „Problems of Art.”, Published by Scribner, New York 1957.
9. Donald A. Norman „Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie”, Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2015.
10. „Projektowanie Doświadczeń”, Igor Gałązkiewicz, Wydawnictwo Słowa i Myśli, 2019.
11. Idee- Poglądy- Interpretacje, „Co to jest Design. Sens pytania, znaczenie odpowiedzi”, Janusz Krupiński, WASP.
12. „Sapiens. Od zwierząt do bogów”, Yuval Noah Harari, przekład Justyn Hunia, Wydawnictwo Literackie, Warszawa 2014.

## WEBSITES

1. [https://brief.pl/milenials\\_cechy\\_pokolenia\\_y/](https://brief.pl/milenials_cechy_pokolenia_y/), the last update: 29.04.2017.
2. Witold Wrzesień: Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży, [https://www.researchgate.net/publication/329167346\\_Czy\\_pokoleniowosc\\_nam\\_sie\\_nie\\_przydarzy](https://www.researchgate.net/publication/329167346_Czy_pokoleniowosc_nam_sie_nie_przydarzy), the last update: 01.2007.
3. <https://www.rp.pl/Plus-Minus/311099941-Pokolenie-Y-Jak-milenialsi-naprawiaja-swiat.html/>, the last update: 09.11.2017.
4. <https://www.slideshare.net/PolaHonorata/psychologia-emocji-i-motywacji-1-2/>, the last update: 08.2019.
5. [https://www.biostat.com.pl/badania-marketingowe.php?gclid=EAlaIqobChMI2\\_eurNj25glVwYSyCh0HtwmVEAAYASAAEgJ7UPD\\_BwE](https://www.biostat.com.pl/badania-marketingowe.php?gclid=EAlaIqobChMI2_eurNj25glVwYSyCh0HtwmVEAAYASAAEgJ7UPD_BwE), access: 10.10.2019.
6. <https://marketerplus.pl/teksty/artykuly/insighty-konsumenckie-marketer-wola-eureka/>, the last update: 08.08.2014.
7. <https://mobileinstitute.eu/>, access: 11.10.2019.
8. <https://rytmy.pl/pinatex-czyli-skora-lisci-ananasa/>, the last update: 11.10.2016.
9. <https://www.bluelife.pl/ultra-nowe-wodoodporne-obuwie-zrobione-z-alg/>, access: 07.11.2019.
10. <https://www.dupont.pl/brands/tyvek.html>, access: 07.11.2019.
11. <https://tryc.pl/2015/04/tyvek-material-przyszlosci/>, daccess: 07.11.2019.
12. <http://www.artdress.com.pl/tyvek-ubrania-z-papieru/>, the last update: 28.11.2016.
13. <https://www.whitemad.pl/stworzyl-w-100-biodegradowalny-material-powstal-z-morskich-glonow/>, access: 08.11.2019.
14. <https://bio2materials.com/technologie/>, access: 08.11.2019.
15. <https://kukbuk.pl/artykuly/do-czego-sluzy-skorka-z-jablka/>, access: 09.11.2019.
16. <https://www.swps.pl/nauka-i-badania/blog-naukowy/14425-synesthetic-design-nowy-nurt-projektowania/>, the last update: 24.01.2017.

17. <https://www.poradnikzdrowie.pl/psychologia/emocje/emocje-czym-sa-i-jak-na-nas-wplywaja-rodzaje-emocji-aa-eqAG-SKMP-yegr.html>, the last update: 17.01.2019.
18. <https://www.slideshare.net/PolaHonorata/psychologia-emocji-i-motywacji-1-2/>, the last update: 24.01.2014.
19. <https://symetria.pl/blog/artykuly/wykorzystywanie-emocji-w-tworzeniu-produktow-2/>, the last update: 26.01.2011.
20. <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>, the last update: 23.01.2018.
21. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/emotional-design>, the last update 24.12.2017.
22. <https://decomanka.blogspot.com/2018/11/emocjonalny-design.html>, the last update: 03.11.2018.
23. [www.zwierciadlo.pl/lifestyle/na-czym-polega-projektowanie-synestetyczne](http://www.zwierciadlo.pl/lifestyle/na-czym-polega-projektowanie-synestetyczne), the last update: 29.01.2017., wywiad z dr Karol Murlak, wykładowcą School of Form.
24. TEDS TALKS – Donald Norman – „O 3 sposobach uszczęśliwiania poprzez design” [https://www.ted.com/talks/don\\_norman\\_on\\_design\\_and\\_emotion?language=pl](https://www.ted.com/talks/don_norman_on_design_and_emotion?language=pl), access: 21.11.2019.
25. „Projektowanie dla zmysłów. Rozmowa z Agatą Kiedrowicz”, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.beataleszczynska.pl/2017/09/projektowanie-dla-zmyslow-rozmowa-z.html>, the last update: 07.09.2017.
26. "Emotional Cartography - Technologies of the Self", Christian Nold, access: 22.11.2019.
27. <http://www.maikotakeda.com>, access: 22.11.2019.
28. <https://www.dezeen.com/2013/06/01/atmospheric-reentry-by-maiko-takeda/> publikacja 01.07.2013 (access:22.11.2019).
29. <https://www.dezeen.com/2009/01/18/synaesthetic-filter-by-stefan-rutzinger-kristina-schinegger/> the last update: 18.01.2009.
30. <https://www.wgsn.com/en/> (access: 14.09.2019).



## THE LIST OF ILLUSTRATIONS

1. Illustration 1, 2  
Sarah Wiśniewska, project of the book "Non-memory".  
A source: <https://swps.pl/strefa-designu/blog/19906-czy-design-moze-byc-empatyczny>, access: 06.12.2019.
2. Illustration 3, 4  
Hyun-Gi Kim, „Breath”, Red series 001.  
A source: <https://decomanka.blogspot.com/2018/11/emocjonalny-design.html>, access: 06.12.2019.
3. Illustration 5  
Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).  
A source: <http://www.viapoetica.com/maiko-takeda/>, access: 06.12.2019.
4. Illustration 6  
Maiko Takeda, „Athmospheric Reentry” Headpiece (2013).  
A source: <https://artsandculture.google.com/exhibit/maiko-takeda-%C2%A0dematerialising-fashion/LAJS9QemFaibJQ>, access: 06.12.2019.
5. Illustration 7  
Magdalena Szadkowska, „Emotional object 28” E( )MOTION collection, 26x9x5cm.  
A source: own catalog, photographer: Anna Domańska, arrangement: Magdalena Szadkowska
6. Illustration 8, 9  
Jan Pfeifer, „Urban Instrument” (2016).  
A source: <http://www.bryla.pl/bryla/7,90857,20835689,jan-pfeifer-zwyciezca-make-me-projekt-niezwyklego-instrumentu.html?i=1>, access: 11.12.2019.
7. Illustration 10, 11  
Ewa Dulcet, Martyna Świerczyńska, MIKO project.  
A source: <https://www.swps.pl/strefa-designu/blog/536-fashion/19893-bizuteria-ktora-lagodzi-bol>, access: 11.12.2019.
8. Illustration 12, 13  
Stefan Rutzinger i Kristina Schinegger, „Synaesthetic Filter”.  
A source: <https://www.dezeen.com/2009/01/18/synaesthetic-filter-by-stefan-rutzinger-kristina-schinegger/>, access: 11.12.2019.
9. Illustrations 14-55  
„E( )MOTION – Emotional objects” collection, Magdalena Szadkowska.  
A source: own catalog, photographer: Anna Domańska, Jarosław Borek, arrangement: Magdalena Szadkowska.

10. Illustration 56, 57, 58

A source: own graphic materials, fragments of the design process of the E( )MOTION collection.