

Dr hab. Ewa Pawluczuk
Wydział Form Przemysłowych
Akademii Sztuk Pięknych
im. Jana Matejki w Krakowie

Kraków, 10-09-2026

Recenzja w postępowaniu doktorskim w dziedzinie sztuki, w dyscyplinie sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki; ocena dzieła i dysertacji doktorskiej Pana mgr Grzegorza Marcińskiego, przygotowanych pod opieką Pana dr hab. Tomasza Brody, profesora Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu pt. „Projekty graficzne identyfikacji wizualnej na potrzeby rynku dla grupy automotive przy użyciu metodologii Design Thinking”.

Recenzję sporządziłam na podstawie dostarczonych w formie pisemnej dwóch części pracy oraz portfolio, w formie elektronicznej.

Informacje o kandydacie

Edukacja

Ścieżka edukacji artystycznej i projektowej Pana Grzegorza Marcińskiego odbiega od utartego schematu, który najczęściej się powtarza w życiorysach kandydatów na stopień doktorski.

Tytuł licencjata zdobył w Śląskiej Wyższej Szkole Informatycznej Studia Artystyczne na Wydziale Grafiki i Informatyki, Kierunek Plakat i Ilustracja. Temat pracy: Wizerunek firmy w kontekście przekazu.

Tytuł magisterski otrzymał na Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Wydział Grafiki. Projektowanie graficzne – fotografia. Edukację kontynuował na studiach podyplomowych: Digital marketing na Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie. Temat pracy: Design i koncepcje reklamowe w działaniach agencji reklamowej. Wszystkie etapy swojej edukacji zakończył z wynikiem bardzo dobrym. Tematy jego prac wskazują na zainteresowania autora, które balansują na granicy projektowania, marketingu i metodologii oraz ich połączeniu w działaniach agencji reklamowej.

Doświadczenie zawodowe

Praca w Gminnym Ośrodku Kultury – działania promujące lokalną społeczność i kulturę regionu.

Praca w klubie muzycznym Crazy Dragon przy Hotelu Forum w Krakowie – promocja muzyki oraz prowadzenie dokumentacji w zakresie praw autorskich i opłat ZAiKS.

W roku 1996 Początek działalności własnej firmy – Fun Art – Agencja Reklamowa. Firma działa po dzień dzisiejszy a Pan Grzegorz Marciński rozwija swoje kompetencje zawodowe i artystyczne, łącząc wiedzę teoretyczną z praktyką w branży reklamowej.

Działalność szkoleniowa

Prowadzi:

- szkolenia z projektowania graficznego,
- kursy stacjonarne oraz online korzystając z zaawansowanych programów graficznych.
- praktyki zawodowe dla studentów uczelni artystycznych,
- szkolenia oklejania pojazdów – Car Wrapping Training,
- szkolenia z Budowania świadomości marki oraz Digital marketingu
- szkolenia ITi Green IT z Firmą Szkolenia za Miastem. Szkolenia graficzne dla osób z Urzędów Pracy, ISO 9001.

Firma Posiada narzędzia, park maszynowy do pracy z reklamą outdoor, indoor.

Przywiązuje dużą wagę do współpracy z dobrymi drukarniami i wykonawcami.

Pan Marciński bierze udział w zjazdach, szkoleniach, targach dla Agencji Reklamowych, wernisażach, wystawach krajowych i międzynarodowych. Uczestniczył jako członek Jury Konkursu na Album fotograficzny „Gmina Kocmyrzów-Luborzyca w obiektywie”. (Projekt graficzny i druk albumu. Rok 2009). Wykonywał zdjęcie lotnicze dla Gminy Kocmyrzów-Luborzyca oraz Słomniki. Wybrane przykłady swojej działalności projektowej zaprezentował w załączonym do opracowania portfolio. Zawiera ono projekty z zakresu identyfikacji wizualnej różnych firm – znaki identyfikujące, elementy reklamy zewnętrznej i wewnętrznej, oraz twórczości artystycznej – plakaty (np. rodzina plakatów dla Summer Jazz Festiwal Kraków, fotografie (fotografia produktowa i artystyczna).

Klientami Agencji Pana Grzegorza były i są zarówno instytucje państwowe, samorządowe (Gmina Kocmyrzów-Luborzyca, Szpital im. Gabriela Narutowicza, Muzeum Gleb UR, Gmina Zabierzów, Tauron jak i mniejsze firmy prywatne oraz szeroka grupa klientów z grupy automotive.

Grupa CICHY-ZASADA to jedna ze znaczących firm dla których Fun Art realizuje kreacje reklamowe, grafikę na pojazdach, reklamę outdoor od podstaw z pełną obsługą. Fan Art. obsługiwał również w tym zakresie: VACO, Auto Group Luzar. diler marki Volkswagen, diler Toyota-Dobrygowski, diler KIA Patecki. Należy zwrócić uwagę, że w wielu przypadkach są to kompleksowe rozwiązania z zakresu identyfikacji i reklamy – począwszy od logo poprzez papiery firmowe, katalogi, foldery a skończywszy na wielkoformatowych billboardach i elementach wystroju i informacji we wnętrzach. Firma zapewnia często wykonanie zaprojektowanych elementów i ich montaż dzięki posiadanej wiedzy na temat dostępnych technologii i właściwych materiałów, jak i posiadanego parku maszynowego.

Co skłoniło Pana Macińskiego do decyzji podjęcia prac nad doktoratem? Wydawałoby się, że tak długoletnia praktyka zawodowa jest wystarczającą podstawą do realizacji zleceń z zakresu projektów graficznych identyfikacji wizualnej na potrzeby rynku dla grupy automotive i innych branż. Zacytuję tutaj słowa doktoranta: *„Studia doktoranckie na ASP mogą być naturalnym rozwinięciem dotychczasowej kariery, umożliwiając pogłębienie wiedzy teoretycznej i analitycznej w obszarze designu, sztuki użytkowej oraz szeroko pojętej*

komunikacji wizualnej. Pozwalają one także na skonfrontowanie dotychczasowych praktyk z najnowszymi teoriami, trendami w sztuce oraz projektowaniu, co może prowadzić do innowacyjnych rozwiązań zarówno w sferze akademickiej, jak i zawodowej.

We współczesnym projektowaniu (zarówno graficznym, produktowym, jak i UX/UI) istotne jest łączenie potrzeb użytkownika z celami biznesowymi oraz nowymi technologiami”.

Metody zorientowane na użytkownika (User-Centered Design) to:

- Design Thinking,
- Badania UX (UX Research),
- Mapowanie doświadczeń (Customer Journey Mapping),
- Design Sprint,
- Lean UX,
- Systemy Projektowe (Design Systems),
- Projektowanie wspomagane AI (AI-Assisted Design),
- Projektowanie generatywne (Generative Design),
- Projektowanie inkluzywne (Inclusive Design) i Dostępność (Accessibility / WCAG)
- Projektowanie zrównoważone

Autor poświęcił swoje opracowanie metodzie Design Thinking i jej zastosowaniu w tworzeniu identyfikacji wizualnej dla wyselekcjonowanej grupy klientów, a mianowicie grupie z branży automotive. Wybór ten wiąże się z długoletnią działalnością jego własnej firmy Fan Art, która specjalizuje się w obsłudze klientów związanych z motoryzacją, a co za tym idzie posiada doświadczenie płynące z bezpośrednich kontaktów z użytkownikami i dilerami poszczególnych marek.

Pierwsza część pracy to analiza metod zorientowanych na użytkownika (User-Centered Design):

- empatyzacji,
- definiowania problemu,
- generowania pomysłów,
- prototypowania,
- testowania,

czemu one służą, jakich informacji nam dostarczają i w jaki sposób je wykorzystujemy.

I jak ta wiedza przydaje nam się w tworzeniu koncepcji rozwiązania postawionego problemu uwzględniającej w miarę możliwości oczekiwania wszystkich zainteresowanych produktem grup. Oczywiście nie oznacza to, że metoda Design Thinking wyklucza zastosowanie równoległe innych współczesnych metod niezbędnych do osiągnięcia optymalnego projektu.

Możemy się również zaznajomić z najważniejszymi twórcami i instytucjami, które miały wpływ na ukształtowanie się metody Design Thinking na przestrzeni XX i XXI wieku: Herbert Simon, Richard Buchman, David M. Kelly i biuro projektowe IDEO, oraz ideami głoszonymi przez Bauhaus i jego twórcę Waltera Gropiusa, które zrewolucjonizowały architekturę i design i do dziś są żywe i wpływają na światowy modernizm.

Ważnym fragmentem rozprawy doktorskiej Pana Grzegorza jest opis przykładów globalnych firm stosujących metodę Design Thinking. Wskazuje, które z etapów tej metody stosowały i czy ich sukces rynkowy był wynikiem jej skuteczności. Spośród tych firm doktorant szczególną uwagę poświęcił grupie automotive np. Audi, Volkswagen, Skoda, Volvo i opisał ich działania mieszczące się w założeniach metody Design Thinking, zakończone pozytywnymi efektami.

Ze względu na swoje zainteresowania zawodowe związane z komunikacją wizualną wiele elementów pracy doktorskiej koncentruje się na opisie poszczególnych etapów pracy nad projektami z tej dziedziny.

Są to:

- Analiza briefu i kontekst,
- Proces iteracyjny (Design Thinking),
- Grid system jako niezbędny element kompozycji,
- Typografia jako nośnik znaczeń,
- Zasady kompozycji koloru i kontrastu,
- Budowanie wizualnej hierarchii informacji,
- Badania z użytkownikami i testowanie.

Autor zauważa: *„Zastosowanie Design Thinking w grafice projektowej to głębokie zrozumienie misji i odbiorców, zerwanie z myśleniem narzędziowo-biznesowym oraz zastosowanie metody iteracyjnej nastawionej na tworzenie i testowanie zorientowanych na użytkownika rozwiązań”*.

Podsumowaniem analizy metody Design Thinking, którą, jak można wnioskować z wydźwięku całego opracowania, autor uważa za skuteczny sposób uzyskania projektów spełniających współczesne wymagania ekonomiczne, biznesowe i społeczne jest przykład procesu projektowego tożsamości marki, zawierającego następujące elementy:

- nazwa marki Evogen,
- znak marki,
- hasło reklamowe,
- liternictwo,
- kolorystyka,
- grafika na pojazdach,
- bilbordy,
- aplikacja Evogen,
- papiery firmowe,
- elementy cyfrowe – reklamy, social media, kreowanie wizerunku w internecie,
- oznakowanie obiektów serwisowych,
- materiały POS,
- reklama imprez firmowych.

Decyzje dotyczące: form projektowanych elementów, ich znaczenia symbolicznego, funkcjonalnego, estetyki, konstrukcji druków (gridy), kolorystyki są dokładnie i racjonalnie uzasadnione. Księga znaku zawiera wskazówki pozwalające na rozszerzenie identyfikacji wizualnej o nowe elementy, przy wykorzystaniu instrukcji w niej zawartych.

Wartość pracy doktorskiej Pana mgr Marcińskiego widzę przede wszystkim w: rzetelnym zebraniu informacji na temat metody Design Thinking.

Zaprezentowaniu jej poszczególnych etapów oraz światowych marek, które z sukcesem ją stosowały i stosują.

Na przykładzie działalności Fan Art udowodnił, że nie tylko wielkie firmy, ale również mniejsze podmioty gospodarcze mogą tę metodę z powodzeniem stosować. Rozprawa stanowi pewnego rodzaju instrukcję wzbogaconą przykładami i osobistymi przemyśleniami autora na temat współczesnych metod projektowania komunikacji wizualnej, wskazaniu różnic i podobieństw w podejściu do sposobów identyfikowania i rozwiązywania problemów oraz zaspokajania potrzeb klientów. Generalnie z całości rozprawy przebija osobisty i pozytywny stosunek autora do opisywanej metody.

Moje zdanie na temat współczesnych metod projektowania jest niewątpliwie zdeterminowane moim wiekiem i osobistym doświadczeniem płynącym z długoletniej praktyki w dziedzinie komunikacji wizualnej. Wszystkie działania, które stosują projektanci współcześni nie spadły z nieba. Uwzględniano je również w przeszłości przy podejmowaniu decyzji projektowych, ponieważ bez ich stosowania nie mogłyby powstać rozwiązania satysfakcjonujące zamawiającego i jego klientów.

Kolejność etapów:

- Definiowania problemu,
- Generowanie pomysłów,
- Prototypowanie
- Testowanie,

obowiązywała zarówno w zespołach projektowych, jak i działaniach indywidualnych dizajnerów. Wartością dodaną przez współczesność jest uporządkowanie terminologii i stworzenie szczegółowych definicji poszczególnych metod i ich etapów. Choć niestety decyzję o wyborze wariantu wytypowanego do wdrożenia podejmowała i obecnie podejmuje często Pani „Ania z sekretariatu”, której zdanie bardziej ceni zamawiający niż wskazówki płynące z przeprowadzonych badań.

Podsumowując

Dysertacja powstała na podstawie wiedzy i praktyki zawodowej autora wzbogaconej trafnie dobraną bibliografią.

Załączone w portfolio prace graficzne i przykładowy projekt identyfikacji i reklamy firmy Evogen świadczą o doświadczeniu doktoranta w dziedzinie kreowania tożsamości marki i identyfikacji wizualnej. Jeśli miałabym postawić jakiś zarzut to nieco chaotyczny układ kolejności rozdziałów oraz zbyt częste używanie zdań złożonych, co w niektórych przypadkach utrudnia podążanie za myślą autora.

Konkluzja

Po zapoznaniu się z dorobkiem artystycznym i projektowym oraz pracą doktorską Pana mgr Grzegorza Marcińskiego stwierdzam, że Jego osiągnięcia spełniają oczekiwania stawiane osobom starającym się o uzyskanie stopnia doktora sztuki.

Biorąc pod uwagę całość udostępnionych materiałów stwierdzam, że przedstawiona mi do oceny praca doktorska pana mgr Grzegorza Marcińskiego, realizowana na Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu, spełnia wymagania stawiane przewodnikom doktorskim określone w art. 187 ust. 1–3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.).

Dr hab. Ewa Pawluczuk

