

Obywatelka świata designu



– Rozumiem projektowanie jako analizę zagadnienia. Interesuje mnie wybór nie tyle materiału, ile właściwego podejścia, narzędzi, metodologii pracy. Analityczny sposób myślenia wokół projektu pomaga mi i pozwala zrozumieć wiele aspektów – mówi Maria Jeglińska-Adamczewska, projektantka, którą z całą pewnością można nazwać „obywatelką świata”

Rozmawia Martyna Bednarska-Ćwiek

Zdjęcia Piotr Czyż dla PURO Hotels, Robert Świerczyński, Kasia Bobula



Spotykamy się w herbaciarni *speciality* – Happa to Mame, co po japońsku oznacza „liść i fasola”. To główne składniki używane w tym miejscu, słynącym z najlepszej warszawskiej matchy. Jesteśmy na premierze pierwszej części kolekcji „Wokół stołu”, którą Maria Jeglińska-Adamczewska zaprojektowała dla

PURO. Świeczniki FYR produkowane są w Polsce z wysokiej jakości drewna dębowego i jesionowego. Ich prosta, ale pełna ciepła forma dobrze współgra zarówno ze skandynawskim konceptem butikowych hoteli, jak i powściągliwą japońską estetyką wnętrza. Kosmopolityczny klimat z urokiem dopełnia francuski akcent Marii, wynikający z jej korzeni – urodziła się w Fontainebleau, niewielkim mieście pod Paryżem. Jej życie toczy się na zmianę we Francji, Polsce i innych europejskich krajach.

Jej rodzice poznali się w stolicy Francji, dokąd oboje przeprowadzili się w latach 70. XX wieku. Mama, rzeźbiarka, i ojciec, wydawca, wspólnie prowadzili polską księgarnię przy bulwarze Saint-Germain. Artystyczne zainteresowania rodziny sięgały także wcześniejszych pokoleń – obie babcie miały artystyczne wykształcenie: jedna specjalizowała się w architekturze, druga we wzornictwie i historii sztuki. Nic więc dziwnego, że Maria od najmłodszych lat wierzyła, iż jej przyszłość również będzie związana z twórczością.

Na początku lat 90., gdy miała osiem lat, wróciła z rodzicami do Polski, lecz na studia wyjechała na Uniwersytet Sztuki i Designu ÉCAL w Lozannie. Potem zdobyła stypendium Ikei i zbierała doświadczenie u gwiazd światowego designu: w Galerie kreó w Paryżu, u Konstantina Grcicia w Monachium i w pracowni Alexandra Taylora w Londynie. W 2008 roku znalazła się w rankingu najbardziej obiecujących młodych talentów magazynu „Wallpaper”, a mimo wszystko wróciła do Polski. Projektuje meble, oświetlenie i przedmioty użytkowe, jest kuratorką wystaw, współpracuje z największymi markami meblarskimi, a jej prace pokazywano na najważniejszych międzynarodowych wystawach i targach designu.

Czego szukasz w designie?

Sama sobie ostatnio zadaje to pytanie – gdzie ja się pozycjonuję w tym wszystkim? I dochodzę do wniosku, że wszystko, co się dzieje w klasycznym, komercyjnym świecie projektowania mebli, tym, do którego przygotowywała mnie szkoła, bardzo się zmieniło. Trudno się z niego utrzymać, dlatego poszukuję nowych dróg. Kiedyś marzyłam, żeby pracować dla wielkich marek, dziś nie jest to mój główny cel, ciekawsze wydaje mi się to, co się dzieje równoległe – projekty autorskie, w limitowanych edycjach. Rośnie w siłę ta przestrzeń, która na mniejszą skalę, ale pozwala projektować rzeczy odrzucane przez większy rynek. Dlatego wspólnie z moim mężem, który jest z wykształcenia malarzem i architektem, chcemy stworzyć własną markę. Będziemy równoległe z moją główną działalnością wypuszczać przedmioty w limitowanych i numerowanych edycjach. Jest też plan, żeby zapraszać innych projektantów. Zaczniemy od mniejszych przedmiotów kolekcjonerskich i zobaczymy, jak i gdzie to nas poprowadzi.

Temat designu kolekcjonerskiego jest już gorący także w Polsce.

Właśnie, a ja o tym mówię od 10 lat! Cieszy mnie, że w Polsce rynek dojrzał do tego etapu. Otworzyły się nawet dwie galerie z designem kolekcjonerskim i ciekawa jestem, jak będą ewoluowały. Są nastawione bardziej na rzemiosło, a według mnie brakuje jeszcze w Warszawie miejsca, które prezentowałyby limitowane edycje, stawiając bardziej na aspekt idei projektowej. Brakuje miejsca, w którym projektanci mogliby eksperymentować z samym status quo projektowania. Wydaje mi się, że przypisane do naszego zawodu analiza i obserwacja zmieniającego się świata pozwalają nam wyczuć, dokąd „rzeczy” zmierzają.

To znaczy?

Tuż po studiach pracowałam w paryskiej Galerie kreó, która zajmuje się produkcją limitowanych edycji tworzonych przez najwybitniejszych projektantów przemysłowych. Wtedy jeszcze temat rzemiosła nie był tak istotny, skupialiśmy się bardziej na pracy nad koncepcjami, pomysłami, których nie było sensu kierować do masowej produkcji, bo były np. za drogie lub ich idea nie sprawdziłaby się na masową skalę. Było to laboratorium, gdzie projektanci mieli całkowitą *carte blanche*. Myślę, że takie myślenie, jest w Polsce jeszcze przed nami.

Ciekawa jestem Twojej perspektywy. Zdarza się, że Polacy, którzy pracują za granicą, mocno narzekają na polski rynek, że niedojrzały...

Dużo się zmieniło w zawodzie projektanta. I wciąż się zmienia, jednak nadal ciężko wyżyć z pracy wyłącznie tantiemowo-projektowej. Nawet jeśli projekt jest dodatkowo wynagradzany, nijak się to ma do nakładu pracy. Jest to zresztą powód dla którego, projektanci na całym świecie szukają dziś innych dróg wytwarzania i dystrybucji swoich projektów. Autorskie realizacje wybrzmiewają coraz donośniej, szczególnie od czasu pandemii, a media społecznościowe stają się kanałem nie tylko promocji, ale też dystrybucji.

To jest przyszłość designu?

Rynek jest nierówny, panuje totalna atomizacja. Dawniej jechałam na targi do Mediolanu i szybko udawało mi się wychwycić, w jakim kierunku rynek zmierza. I to nie tylko dzięki temu, co oglądałam. Na targi zjeżdżają się tysiące ludzi z całego świata, więc kiedy pojawiały się powtarzalne wątki w rozmowach, łatwiej było przewidzieć pewne rzeczy i pójść krok do przodu. Dziś trudniej o pracę analityczną, i to nie tylko dla projektanta. Słuchanie, obserwacja i badania tego, jak zmienia się sposób naszego funkcjonowania, stały się o wiele bardziej skomplikowane. Jest nadmiar wszystkiego i można czuć się zagubionym, bo mamy wszystkie możliwe kierunki i sposoby myślenia naraz. Być może idzie to w parze z tym, co się dzieje w światowej polityce, mówi się nawet o globalnym resecie. Teraz świat designu przypomina wieżę Babel, która jest pełna kierunków i pomysłów, ale może do tego właśnie zmierzamy. **Zmienia się też sposób funkcjonowania projektantów, którzy coraz chętniej sami zakładają własne marki; robią to też architekci, którzy wypuszczają kolekcje mebli.**

Z analiz wynika, że marki, które mają teraz własne zakłady produkcyjne, o wiele lepiej sobie radzą niż te, które ich nie mają. Są dużo bardziej elastyczne, mogą łatwiej uregulować wewnętrznie pewne aspekty czy chociażby obniżyć ceny. Dla projektanta zależnego od ...



Fotel Cabana to premierowy obiekt niezależnej marki GestGest, założonej przez projektantkę Marię Jeglińską-Adamczewską i artystę Marcina Adamczewskiego. W zamyśle marka zapraszać będzie projektantów i artystów do realizowania przedmiotów kolekcjonerskich, które wykonywane będą przez najlepszych rzemieślników w Europie.



producentów to dużo trudniejsze, wszystko jednak zależy od modelu produkcyjnego i dystrybucyjnego, a także od tego, czy ma się sklep internetowy. Coraz więcej projektantów zaczyna więc produkować na własną rękę.

Wiele się teraz dzieje i mam wrażenie, że jakby się postarać, to można by było nawet wyposażać sobie dzisiaj dom w całości polskimi meblami i designem. W jednym z wywiadów mówiłaś pięć lat temu, że to Twoje marzenie!

Widzę w Polsce coraz większą świadomość, przestrzeń na dobre projektowanie. I powiedzmy sobie szczerze: są już na to także pieniądze. Powstają fajne, jakościowe i unikalne projekty, które opowiadają o nas jako społeczeństwie. Tutaj wszystko jest jeszcze do zrobienia, rynek nie jest przesycony. Porównując, we Francji rynek dóbr luksusowych jest bardzo duży i więcej dzieje się w tym obszarze, lecz marek meblarskich, o dziwo, wcale nie ma tak wiele. Bogatsze społeczeństwo dysponuje przekazywaną z pokolenia na pokolenie świadomością wizualną. W Polsce, ze względu na naszą historię, po prostu nie mamy tak wyrobionego oka. Po wojnie przestaliśmy dziedziczyć rzeczy naszych dziadków, z kolei po PRL-u pozamykano fabryki, manufaktury, huty szkła. Stąd pewne wykorzenienie i zwyczajnie brak wiedzy na temat designu i kultury wizualnej.

Da się wyekstrahować model, sposób Twojego działania? Czy jest to za każdym razem inny proces, bo inaczej powstaje wazon, a inaczej krzesło?

To u mnie bardzo zmienne i intuicyjne, ale chyba motywem, który pojawia się najczęściej, jest rysunek. To dla mnie najbardziej oczywisty sposób przełożenia pierwszych myśli i poszukiwania rozwiązań. Zdarzały się jednak sytuacje, kiedy pomijałam ten etap, w ogóle nie rysowałam i zaczynałam od razu projektować. W przypadku outdoorowej kolekcji Flaner dla marki .mdd miałam od razu wizję, jak to krzesło mogłoby wyglądać. Dopiero później poprzez rysunek szukałam właściwej formy jego tylnych nóg, które są charakterystycznym detailem, tworzącym DNA projektu.

Wydaje mi się, że Twoje projektowanie wymaga dużego zaplecza wizualnego – musisz mieć w głowie bibliotekę form i kształtów z historii designu.

Czerpię przede wszystkim z książek, które są moim najważniejszym narzędziem pracy. Internet jest genialny w wyszukiwaniu, ale sprawdza się pod warunkiem, że wiem, co chcę znaleźć. W sieci nie ma hierarchii, wszystko jest spłaszczone, jednakowo ważne. W książce informacja jest dużo bardziej trójwymiarowa, osadzona w kontekście.

Współpracujesz z różnymi markami, jesteś bardzo wszechstronna. Nie identyfikujesz się z żadnym konkretnym medium? Rozumiem projektowanie jako analizę zagadnienia. Interesuje mnie wybór nie tyle materiału, ile właściwego podejścia, narzędzi, metodologii pracy. To nie znaczy, że wszystko potrafisz zrobić, ale analityczny sposób myślenia wokół projektu pomaga mi i pozwala zrozumieć wiele aspektów.

Na ile ważna jest dla Ciebie struktura znaczeń, historia, z której wynika ostateczny kształt Twoich prac?

Wiadomo, koniec końców przedmiot ma nam służyć. Ale rzeczywiście ważne jest dla mnie ułożenie sobie całego kontekstu. Myślę jednak, że ten aspekt trochę mi w Polsce na

początku zaszkodził. Co więcej, chyba nadal część marek uważa, że jestem za bardzo *artsy fartsy*; chętnie mnie szufladkowano, mam trudności, żeby współpracować z polskimi markami.

Można powiedzieć, że dziś w Polsce marki są już jednak bardziej otwarte, interesują się autorskimi projektami, za którymi stoją wartości, idee.

Tak, na pewno, pojawiły się dwa osobne światy. Galeryjny, eksperymentalny, rzemieślniczy – tutaj dużo się dzieje. Ale jest też świat mebli i przedmiotów produkowanych masowo, gdzie od lat współpracuje się z tymi samymi projektantami. Myślę nawet, że teraz wszyscy już zaczynają projektować i produkować to samo. Być może dzieje się tak dlatego, że odbiorcy chcą tego samego i nieco upraszczając, biorą górę założenia marketingowe i badania rynku. Wiadomo, że nikt nie chce ryzykować i tracić pieniędzy, ale efekt jest taki, że rządzą algorytmy, w briefie jest już zawarty wynik końcowy i od początku dokładnie wiadomo, jak dany produkt ma wyglądać. Projektant staje się jedynie wykonawcą tych założeń. **Czy to oznacza, że dla designera trudniejsze jest sensowne projektowanie do masowej produkcji niż uprawianie designu kolekcjonerskiego?**

Oczywiście, zwłaszcza jeśli chcemy, żeby projekt rzeczywiście wnosił coś nowego. Po pierwsze żyjemy w epoce nadmiaru, a po drugie – uniformizacji. Media społecznościowe czy po prostu sposób, w jaki czytamy prasę albo jak jest nam podawana informacja, działają na zasadzie prania mózgu, mówiąc kolokwialnie. Wszystkim podoba się to samo. Wszyscy oglądamy te same serie, na całym świecie jemy to samo jedzenie, pijemy tę samą kawę, ubieramy się tak samo, powielamy gotowe wzory... Skala tego jest nie do zatrzymania. Ja sama się nawet łapię na tym, że coś, co długo mi się nie podobało i czego nie chciałam, na koniec jestem nawet skłonna kupić i mieć w domu.

Jak wygląda teraz Twoje życie zawodowe? Udaje Ci się łączyć pracę z opieką nad małym dzieckiem?

To prawdziwy rock'n'roll. Kosma urodził się 12 miesięcy temu i od tego czasu wiele się zmieniło, chociaż wcale nie przestałam pracować. Miałam duże szczęście, że mogłam przez dwie, trzy godziny dziennie zajmować się swoimi projektami. Jedynym minusem było to, że praktycznie nie miałam już czasu na odpoczynek, jednak bardzo mi to pomogło przejść trudny etap pierwszych trzech miesięcy. Dzięki pracy, która jest dla mnie w dużej mierze pasją, udało mi się zachować jakąś część swojej przestrzeni.

A teraz?

Teraz synek zaczął raczkować i jest coraz bardziej aktywny, więc praca staje się coraz większym wyzwaniem. Udaje mi się jednak powoli kontynuować projekty. Jednym z nich jest marka GestGest, którą założyłam wspólnie z moim mężem, a sporo tematów doprecyzuje się w tym roku. Na pewno będę kontynuować serię „Wokół stołu” dla marki hoteli PURO. Wcześniej zaprojektowałam koce we współpracy z norweską manufakturą Røros Tweed, a ostatnio – proste w formie, drewniane świeczniki FYR, z małymi metalowymi podstawkami. Nawiązują do kształtu latarni i symbolizują ciepło domu, do którego się wraca, światło, które na nas czeka. W planach są jeszcze dwie typologie i będą to także drewniane przedmioty. •

Więcej:



Maria Jeglińska-Adamczewska

KWESTIONARIUSZ OD RĘKI

Kim chciałaś być w dzieciństwie?

JESIŃ DOBRZE PAMIĘTAM TO ARCHITEKTEM.

Jak wygląda Twoje biurko?

OD KIEDY UKOZIŁ SIĘ MÓJ SYN, BIURKO JEST
TAM GDZIE MOŻE POSTAŃĆ LAYTER...

Gdybyś mogła przenieść się do dowolnej epoki
w historii designu, gdzie byś wylądowała?

PARYŻ W ROKU 1925, W TRAKCIE
MIĘDZYNARODOWEJ WYSTAWY SZUKI
DEKORACYJNEJ I WZORNICTWA.

Ktorego projektanta cenisz najbardziej?

JEST ICH WIELU, I KAŻDEGO CENIĘ Z RÓŻNYCH
POWODÓW I Z CZASEM SIĘ TO ZMIENIA.

Możesz zaprojektować coś bez żadnych
ograniczeń budżetowych – co to jest?

JEST WIELU KOMISOW, ALE CHCIAŁABYAM
MIEĆ MECHANIZOWANY BUDŻET ŻEBY
POEKSPERYMENTOWAĆ ZE SZKŁEM I
ODLEWANAMI METALOWYMI. BYŁOBY TO
PEWNIŃ PROJEKTY NA STYKU IDEI/UMIĘTNOŚCI.
PRACA NAD PEWNYMI MATERIAŁAMI...

Jaka jest najdziwniejsza rzecz, która
kiedykolwiek Cię zainspirowała?

ŚCIANY?

Gdybyś mogła zmienić coś w świecie
designu, w sposobie jego funkcjonowania,
co by to było?

INNY SYSTEM WYNAGRODZANIA PRACY PROJEKTANTÓW
SYSTEM TANIEM NIE DZIAŁA DO KÖNCA I NIE POZWALA
NA UTRZYMANIĄ SIĘ ZE SWOJEJ PRACY.
W POLSCE OGÓLNE PROJEKTY SĄ WYNAGRODZANE
MAŁO I TAK LEŻY DO POŁOWY CZAS PRACY...

WIEKSZA REPREZENTACJA KOBIEĆ. NA ZACHODZIE
POWIĄD ŚWIADOMOŚĆ I DYSKUSJA JEST ZA MAŁO
PROJEKTANTEK. A ONAK SĄ ZATKUDNIANE TO SĄ
DELEGOWANE DO PROJEKTOWANIA AKCESORIÓW...

Jakie jest Twoje designerskie *guilty pleasure*?

Coś, co lubisz, ale jest dalekie od Twojego stylu.

Chyba mi mam żadnego,
ale jeszcze go mi odleżył...



MARIA JEGLIŃSKA-ADAMCZEWSKA

Urodziła się w 1983 roku w Fontainebleau we Francji. W 2007 ukończyła wzornictwo przemysłowe w ÉCAL i zdobyła stypendium Fundacji Ikea. Pracowała dla Galerie kreo w Paryżu, Konstantina Grcica w Monachium i Aleksandra Taylora w Londynie. W 2012 otworzyła Biuro Projektowania i Badań. Zajmuje się projektami z zakresu wzornictwa przemysłowego, wystawami i pracą badawczą w dziedzinie designu. Do jej klientów należą m.in. Ligne Roset, Kwadrat, Actus, Vitra, 1882 Ltd., Biennale Internationale Design Saint-Étienne, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, .mdd i PURO.

www.mariajeglinska.eu