

AGATA KWIATKOWSKA-LUBAŃSKA | **AUTOREFERAT** | SUMMARY OF PROFESSIONAL ACCOMPLISHMENTS



SPIS TREŚCI

Początki pracy zawodowej i dydaktycznej – 8
Konferencje międzynarodowe – 12
Działalność dydaktyczna – 17
Projektowanie i doradztwo w zakresie barwy –18
Publikacje (po doktoracie) – 23
Działalność organizacyjna – 26
Nagrody i odznaczenia – 27
Wskazane osiągnięcie – 28
Bibliografia – 52

TABLE OF CONTENTS

Beginnings of professional and didactic work – 8
International conferences – 12
Didactic activity – 17
Colour design and consulting – 18
Publications (post doctoral) – 23
Organizational activity – 26
Awards and distinctions – 27
Indicated achievement – 28
References – 52

dr Agata Kwiatkowska-Lubańska
Wydział Form Przemysłowych
Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Posiadane tytuły, stopnie naukowe / artystyczne

Magister sztuki – Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, Kraków 1989
 Temat pracy magisterskiej: „Projekt kolorystyki osiedla Rżąka Wielicka w Krakowie”; promotor: prof. Barbara Suszczyńska-Rapalska

Doktor sztuki w dyscyplinie wzornictwo, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, Kraków 2004
 Tytuł rozprawy doktorskiej: „Barwa w kształtowaniu tożsamości marki w obliczu globalizacji działań firm”, promotor: prof. Barbara Suszczyńska-Rapalska, recenzenci: prof. Ksawery Piwocki, ASP Warszawa, prof. Władysław Pluta, ASP Kraków

Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu

01.10.1989 – 30.06.1999, asystent, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

01.10.1999 – 30.06.2004, wykładowca, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Od 01.10.2004 – adiunkt, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Od 01.10.2012 – starszy wykładowca, Zakład Wzornictwa, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie

dr Agata Kwiatkowska-Lubańska
Faculty of Industrial Design
Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

Obtained titles, scientific/artistic degrees

Master of Arts – Faculty of Industrial Design of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków, Kraków 1989
 The title of the master’s thesis: “Colour scheme project of the Rżąka Wielicka housing estate in Kraków”; supervisor: Prof. Barbara Suszczyńska-Rapalska

Doctor of Art in the discipline of design, Faculty of Industrial Design of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków, Kraków 2004
 The title of the doctoral dissertation: “Color in shaping the brand’s identity in the face of globalization of companies’ activities”; promotor: Barbara Suszczyńska-Rapalska, reviewers: Prof. Ksawery Piwocki, Academy of Fine Arts in Warsaw, Prof. Władysław Pluta, Academy of Fine Arts in Kraków

Information on employment in academic institutions

10/01/1989 – 06/30/1999, assistant, Faculty of Industrial Design of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

10/01/1999 – 06/30/2004, lecturer, Faculty of Industrial Design of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

From October 1, 2004 – assistant professor, Faculty of Industrial Design of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

From October 1, 2012 – senior lecturer, Design Department, State Higher Vocational School in Tarnów

Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.):

Projekty kolorystyki dla Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka SA z lat 2017-2018

- Foveo Tech – profesjonalne systemy ociepleń budynków
- Magnat Ceramic Care – plamoodporna, ceramiczna farba do wnętrz

Indication of the achievement resulting from Article 16 paragraph 2 of the Act of 14 March 2003 on academic degrees and academic title, and on degrees and title in the field of art (Journal of Laws of 2016, item 882, as amended in Journal of Laws of 2016, item 1311):

Colour design for Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA in 2017-2018

- Foveo Tech – External Thermal Insulation Composite Systems
- Magnat Ceramic Care – Internal Stain Proof Ceramic Paint



POCZĄTKI PRACY ZAWODOWEJ I DYDAKTYCZNEJ

I truly do not have a favourite colour. My fascination with colour emerges from its enigmatic, enscrutable quality. Colour binds together a range of important topics in life: the aesthetic value in art, the scientific research into our human perception, the philosophical questions on the words we use to address colours, the social and cultural relevance of colour in our society.

Hella Jongerius (2016, s. 22)

Kolor fascynował mnie od zawsze, chociaż fascynacja ta nie wiodła poprzez malarstwo. Mój pierwszy, licealny jeszcze, plan na przyszłość dotyczył projektowania ubioru. W kryzysowych latach osiemdziesiątych bardzo chętnie zajmowałam się ręcznym farbowaniem tkanin i przędzy wełnianej. Mieszanie barwników w metalowej miednicy, swobodne zmienianie nasycenia, jasności i odcienia, nieregularne, akwarelowe efekty powstające na tetrowej tkaninie bawełnianej sprawiały mi bardzo dużo radości. Po wysuszeniu wełnianych zwojów układałam z nich na podłodze koła i skale kolorystyczne, bez konkretnego celu, dla samej przyjemności porządkowania. Po skończeniu I Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Żeromskiego w Kielcach, w klasie o profilu matematyczno-fizycznym, wybrałam studia na Wydziale Form Przemysłowych w Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. W odnalezieniu się w nowym środowisku, w którym bardziej niż forma liczyły się funkcja i metodyka prowadzonych projektów, pomogła mi się odnaleźć skłonność do logicznych rozwiązań, wyniesiona z liceum. Przez kolejne lata coraz bardziej poznawałam specyficzne dla Wydziału spojrzenie na świat, bardzo mocno przesiąknięte ideami słynnych szkół projektowych – Bauhausu i Hochschule für Gestaltung w Ulm. Niestety, nie miałam okazji studiować u profesora Andrzeja Pawłowskiego, którego niezwykła osobowość i charyzmatyczny charakter określiły w dużym stopniu program i strukturę Wydziału.

BEGINNINGS OF PROFESSIONAL AND DIDACTIC WORK

I truly do not have a favourite colour. My fascination with colour emerges from its enigmatic, enscrutable quality. Colour binds together a range of important topics in life: the aesthetic value in art, the scientific research into our human perception, the philosophical questions on the words we use to address colours, the social and cultural relevance of colour in our society.

Hella Jongerius (2016, p. 22)

Colour has always fascinated me, although this fascination did not lead through painting. My first plan for the future, that I came up with in high school, concerned fashion design. In the crisis 80's, I was very keen on hand-dying woollen fabrics and yarn. Mixing dyes in a metal basin, changing the saturation, brightness, and shade effortlessly, irregular, and watercolour effects created on a cotton fabric brought me a lot of fun. After drying the woollen coils, I arranged them on the floor in the form of circles and colour scales, without a specific purpose, just for the pleasure of putting them in order. After graduating from Stefan Żeromski First High School in Kielce, class with extended curriculum in mathematics and physics, I chose to study at the Faculty of Industrial Forms at the Academy of Fine Arts in Kraków. What helped me in finding myself in a new environment in which function and method of the conducted projects were more important than their form, was a penchant for logical solutions that I learnt in high school. Over the following years, I got to know more and more the faculty-specific view of the world, very strongly imbued with the ideas of the famous design schools - Bauhaus and Hochschule für Gestaltung in Ulm. Unfortunately, I did not have the opportunity to study under supervision of professor Andrzej Pawłowski, whose unusual personality and charisma to a great extent have shaped the curriculum and the structure of the faculty.

Tradycje projektowania kolorystyki na Wydziale Form Przemysłowych sięgają samych początków jego istnienia. Obecna Katedra Przestrzeni i Barwy utworzona została w roku 1964 pod nazwą Katedra Barwy Przestrzeni Przemysłowych. Jej kierownikiem był profesor Antoni Haska, jeden z założycieli i późniejszy dziekan Wydziału Form Przemysłowych, artysta malarz a równocześnie twórca nowatorskich metod projektowania wzornictwa. Lata sześćdziesiąte XX wieku były czasem, w którym prace nad systematyką barw oraz zastosowaniem tzw. koloru funkcjonalnego w otoczeniu człowieka były szczególnie ożywione, stąd wprowadzenie tej problematyki do programu wzornictwa. Równocześnie, tak znacząca obecność projektowania kolorystyki na wydziale wzornictwa była zjawiskiem wyjątkowym, nawet w skali światowej.

W Katedrze znalazłam się na trzecim roku studiów. Wielogodzinne rozmowy studentów z Profesorem sytuowały barwę w szerszym kontekście różnoimiennych bodźców zmysłowych a porządek i systematyka były ważnym elementem projektów kolorystyki wnętrz i zespołów architektonicznych. O ile Profesor rozbudzał aktywność poznawczą i przełamywał stereotypy myślowe studentów, odpowiedzialność za ukończenie projektów i ich prezentację przejęła dr hab. Barbara Suszczyńska-Rapalska. To ona, po odejściu Profesora na emeryturę, objęła w roku 1989 kierownictwo Katedry Kolorystyki Przemysłowej. W tym również roku, po ukończeniu pracy magisterskiej „Projekt kolorystyki osiedla Rżąka-Wielicka w Krakowie”, rozpoczęłam pracę w katedrze w charakterze asystenta-stażysty. W latach dziewięćdziesiątych XX w. zagadnienia projektowania kolorystyki, którymi studenci zajmowali się w swoich pracach kursowych, niezwykle rzadko pojawiały się jako rynkowe zlecenia dla projektanta. Stwarzało to dla początkującego dydaktyka trudną sytuację, w której musi poszukiwać informacji dotyczących projektowania kolorystyki wyłącznie w literaturze przedmiotu.

The traditions of colour design at the Faculty of Industrial Design date back to the very beginnings of its existence. The current Department of Space and Colour was created in 1964 under the name of the Cathedral of the Colour of Industrial Space. Its head was professor Antoni Haska, one of the founders and later a dean of the Department of Industrial Design, an artist painter and at the same time the creator of innovative designing methods. The 1960's were the time in which work on the systematics of colours and the use of so-called functional colour in the human environment were particularly common, hence they were implemented into the design curriculum. At the same time, the significant presence of colour design in the design department was an exceptional phenomenon, even on a global scale.

I studied in the Department on the third year of my studies. Hours of conversation between students and the professor placed the colour in the wider context of diverse sensory triggers, and order and systematics were an important element of interior colour design and architectural assemblies. While the Professor stimulated cognitive activity and broke student stereotypes, the responsibility for completing projects and their presentation was taken over by D.Sc. Barbara Suszczyńska-Rapalska. It was she who, after the professor's retirement, became the head of the Department of Colour and Space in 1989. In the same year, after completing my master's thesis "Color scheme project of the Rżąka-Wielicka housing estate in Kraków", I started working in the department as an assistant trainee. In the 1990's, the issues of colouring design, the students dealt with in their course works, very rarely appeared as market orders for designer. This created a difficult situation for beginner didactics, as they had to seek information regarding colour design only in the literature of the subject.

Autorami, których prace wywarły na mnie duży wpływ byli, mocno związani z Bauhausem, Johannes Itten i Josef Albers oraz, przejawiający bardziej pragmatyczne chociaż niezwykle wszechstronne podejście do barwy, Faber Birren.

Art education involves two problems: to further and strengthen the learner's individual creative aptitudes, and to teach the general objective rules of form and color (...)

Johannes Itten (1961, s. 26)

Itten w swoich teoriach bardzo mocno podkreślał dwa sposoby poznania zjawiska barwy – intuicję i wycucie kolorystyczne oraz zrozumienie prawidłowości ujętych w porządku barw, skalach kolorystycznych oraz kontrastach barwnych. Dostrzegając znaczenie talentu, zgodnie z popularnym stwierdzeniem, że „rysownikiem można zostać, ale kolorystą człowiek się rodzi” (Itten, 1970 s.10), równocześnie uważał, że zasad rządzących barwą można się do pewnego stopnia nauczyć. Jego ćwiczenia kolorystyczne, zaprezentowane w książce „Kunst der Farbe” stanowiły dla mnie wzór systematycznego rozwijania wrażliwości na zjawisko barwy. Równocześnie Itten był niezwykle otwarty na indywidualne preferencje studentów, które nazywał „subiektywnymi harmoniami barw”. Zauważył, że te „subiektywne harmonie” mogą się bardzo między sobą różnić. Jednak ten subiektywizm, jak najbardziej wskazany w dziedzinie sztuki, w przypadku projektantów niesie pewne niebezpieczeństwo. Itten uświadamiał studentom istnienie naturalnych różnic w preferencjach barwnych oraz konieczność wyjścia poza nie.

A color has many faces (...)

Josef Albers (1971, s. 76)

Josef Albers, znakomity malarz i twórca programu nauczania barwy w Black Mountain Collage w USA, stawiał zdecydowanie praktykę przed teorią. Jego słynna książka „Interaction of Color” stanowi w zasadzie wyłącznie opis kolejnych ćwiczeń,

The authors whose work had a great impact on me were strongly connected with Bauhaus, Johannes Itten and Josef Albers, and, having a more pragmatic, although extremely versatile approach to colour, Faber Birren.

Art education involves two problems: to further and strengthen the learner's individual creative aptitudes, and to teach the general objective rules of form and color (...)

Johannes Itten (1961, p. 26)

In his theories, Itten strongly emphasized two ways of knowing the colour phenomenon - intuition and a sense of colour, and understanding the regularity of colours, colour scales and colour contrasts. Recognizing the importance of talent, according to the painters' belief that “one can be a draftsman, but being a colourist is an inborn feature”, at the same time he believed that the rules governing colour can be learned to a certain degree. His colour exercises, presented in the “Kunst der Farbe” work were for me a pattern of systematic development of sensitivity to the colour phenomenon. At the same time, Itten was unusually open to individual preferences of students, which he called “subjective harmony of colours”. He noted that these “subjective harmonies” can vary a lot. However, this subjectivism, desirable in the field of art, carries some danger in the case of designers. Itten made students aware of the existence of natural differences in colour preferences and the need to go beyond them.

A color has many faces (...)

Josef Albers (1971, s. 76)

On the other hand, Josef Albers, an excellent painter and creator of the colour teaching program at Black Mountain Collage in the USA, strongly put practice before theory. His famous book “Interaction of Colour” is basically just a description of the following exercises, thanks to which the student will notice the most important, in Albers' opinion, trait of colour – its relativism.

dzięki którym student dostrzeże najważniejszą, zdaniem Albersa, cechę barwy – jej relatywizm. Wrażenie barwy zależy bowiem od wielu czynników takich jak światło, tło, sąsiedztwo, faktura, materiał i wiele innych. Sekret poznania barwy leży w umiejętności patrzenia. Albers prowadził studentów poprzez kolejne eksperymenty, ograniczając komentarze do minimum.

The problem of merchandising color may be summed up in these words: Find out what people like best, and then glorify these desires with all possible skill and effectiveness. To find out what people want you must study their natures and ask them many questions. To glorify color you must show artistic strategy which flatters less your own feelings than those of your audience.

Faber Birren (1945, s. 74)

Faber Birren, który pracował dla wielu branż przemysłu jako konsultant kolorysta, konfrontował wyniesioną ze studiów artystycznych umiejętność pracy z barwą z oczekiwaniami firm, wymaganiami użytkowników oraz ograniczeniami technologicznymi i budżetowymi. Stworzył on koncepcję barwy funkcjonalnej – uwzględniającą psychofizjologiczne potrzeby człowieka w środowisku pracy. Biuro projektowe Birrena realizowało zlecenia małych firm, wielkich koncernów oraz rządu i armii amerykańskiej. Jego stwierdzenie: „The difference is this: color in the fine arts gives expression to the creative spirit of the individual artist. Color in industry, inevitably more democratic, attempts to comprehend and to satisfy the desires of the public at large” (Birren, 1945, p. 13) oddaje różnicę pomiędzy traktowaniem zjawiska barwy przez artystę a podejściem projektanta. Zadaniem projektanta jest znalezienie najbardziej satysfakcjonującego kompromisu, który pogodzi różne rodzaje wymagań stawianych projektowi kolorystyki.

Jedynie prace projektowe w zakresie kolorystyki, wykonane przeze mnie w latach dziewięćdziesiątych, to projekty elewacji i wnętrz

The impression of colour depends on many factors such as light, background, neighbourhood, texture, material and many others. The secret to knowing the colour lies in the ability to look. Albers led students through further experiments, limiting comments to a minimum.

The problem of merchandising color may be summed up in these words: Find out what people like best, and then glorify these desires with all possible skill and effectiveness. To find out what people want you must study their natures and ask them many questions. To glorify color you must show artistic strategy which flatters less your own feelings than those of your audience.

Faber Birren (1945, s. 74)

Faber Birren, who worked for many industries as a colour consultant, confronted the skills of working with colour with the needs of companies, customer requirements and technological and budget constraints. He created the concept of functional colour - taking into account the psychophysiological needs of man in the work environment. The design office of Birren carried out orders for small companies, large corporations as well as for government and U.S army. His statement: “The difference is this: colour in the fine arts gives expression to the creative spirit of the individual artist. Colour in industry, inevitably more democratic, attempts to comprehend and to satisfy the desires of the public at large”(Birren, 1945, p. 13) reflects the difference between considering the colour phenomenon by the artist and the designer. The designer’s task is to find the most satisfying compromise that will reconcile different types of requirements for a colour design.

The only design work in the field of colour conducted by me in the 1990’s, is an elevation and interior project for the Municipal Transport Company in Kraków (in the team of Barbara Suszczyńska-Rapalska, Anna Jadowska) and a colour palette project for the CSZ Nowy Targ company – a textile footwear

dla Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego w Krakowie (w zespole Barbara Suszczyńska-Rapalska, Anna Jadowska) oraz projekt palety barw dla firmy CSZ Nowy Targ – producenta obuwia tekstylnego. Dla dopiero powstających, po ustrojowej transformacji, firm i przedsiębiorstw zagadnienia kolorystyki były zdecydowanie poza obszarem zainteresowań. Dlatego lata dziewięćdziesiąte były dla mnie głównie czasem realizowania tematów z dziedziny komunikacji wizualnej oraz kilkuletniej pracy jako projektant obuwia.

Przełom stanowiła obroniona w czerwcu 2004 rozprawa doktorska „Barwa w kształtowaniu tożsamości marki w obliczu globalizacji działań firm”, w której wykorzystywałam zarówno doświadczenia z projektowania komunikacji wizualnej, jak i wiedzę o barwie. Było to dla mnie naturalne przejście do większego skupienia się na problematyce projektowania kolorystyki.

KONFERENCJE MIĘDZYNARODOWE

W ramach pracy nad doktoratem nawiązałam pierwszy kontakt z Międzynarodowym Stowarzyszeniem Barwy (International Color Association – AIC), co zaowocowało wyjazdem na międzynarodową konferencję. Udział w X Kongresie AIC w Granadzie w maju 2005 był dla mnie niezwykle cennym doświadczeniem, uświadamiającym mi, jak wiele prac naukowo-badawczych i projektowych, dotyczących barwy, jest realizowanych na świecie. Pięć dni intensywnego udziału w wykładach w Centrum Kongresowym w Granadzie, równoległe odbywające się sesje oraz prawie 600 uczestników sprawiło, iż uznałam, że to czym się próbuję zajmować ma sens. Moją fascynację można lepiej zrozumieć pamiętając o fakcie, że w roku 2005 Internet zawierał jedynie bardzo małą część tych informacji, które możemy w nim znaleźć obecnie a ilość osób zajmujących się w Polsce

manufacturer. For the companies and enterprises emerging after the structural transformation of the country, the colour issues were definitely beyond the area of interest. That is why the 90's were for me mainly the time of realizing topics in the field of visual communication and several years of work as a designer of footwear.

The breakthrough for me was the doctoral dissertation that I defended in June 2004, “Color in shaping the brand's identity in the face of globalization of companies' activities” in which I used both experience in designing visual communication and knowledge about colour. It was a natural transition for me to focus more on the issues of colour design.

INTERNATIONAL CONFERENCES

As part of my doctoral thesis, I made first contact with the International Colour Association (AIC), which resulted in my participation in an international conference. Participation in the 10th AIC Congress in Granada in May 2005 was an extraordinary experience for me, making me aware of how much scientific and design work related to colour was being carried out in the world. Five days of intensive participation in lectures at the Congress Centre in Granada, parallel sessions and nearly 600 participants made me think that what I was trying to do makes sense. My fascination can be better understood by bearing in mind that in 2005 the Internet contained only a very small amount of the information that we can find in it now and the number of people involved in colour design in Poland was, at best, one tenth of the participants in the congress. The Congress in Granada became the beginning of my foreign contacts and an incentive for active participation in conferences. In the following years I took part in conferences in Budapest (2007,2012), Stuttgart (2007),

profesjonalnie barwą stanowiła, w najlepszym razie, jakąś jedną dwudziestą uczestników kongresu. Kongres w Granadzie stał się początkiem moich kontaktów zagranicznych oraz zachętą do czynnego udziału w konferencjach. W kolejnych latach brałam udział w konferencjach w Budapeszcie (2007, 2012), Stuttgarcie (2007), Sztokholmie (2008), Zurichu (2011), Paryżu (2011), Newcastle (2013), Genui (2014), Mediolanie (2015), Londynie (2016), Neapolu (2017) i Lizbonie (2018). W wyniku szeregu wyjazdów poznałam tak znakomitych specjalistów jak prof. Karl Schawelka, prof. Tien-Rein Lee, prof. Axel Venn, prof. Lindsay MacDonald, prof. Hilary Dalke, dr Verena Schindler, dr Berit Bergström, dr Karen Fridell Anter, czy Francesca Valan. Ich projekty i prowadzone badania mają znaczący wpływ na rozwój nauki o barwie, a prezentacje i wykłady są niezwykle inspirujące. W roku 2013 zostałam członkiem, wchodzącego w skład AIC, międzynarodowego zespołu Study Group on Environmental Color Design, zrzeszającego projektantów i architektów.

W roku 2010 zostałam przedstawicielem krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych w International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS. Brałam udział w konferencjach w Genk (2010), Sèvres (2011), Kalmar (2013), Mediolanie (2015) i Nottingham (2015).

Od roku 2014 zaczęłam uczestniczyć w konferencjach organizowanych przez Associazione Italiana Colore, prezentując referaty w Genui, Mediolanie i Neapolu oraz publikując w *Cultura e Scienza del Colore*.

Doświadczenie tak inspirujących i ważnych międzynarodowych spotkań skłoniło mnie do podjęcia inicjatywy w zakresie organizacji podobnych konferencji w Krakowie. Pierwsza międzynarodowa konferencja „Dzień Barwy 2013” odbyła się

Stockholm (2008), Zurich (2011), Paris (2011), Newcastle (2013), Genoa (2014), Milan (2015), London (2016), Naples (2017) and Lisbon (2018). As a result of a number of trips, I met such outstanding specialists as Prof. Karl Schawelka, Prof. Tien-Rein Lee, Prof. Axel Venn, Prof. Lindsay MacDonald, Prof. Hilary Dalke, dr. Verena Schindler, dr. Berit Bergström, dr. Karen Fridell Anter and Francesca Valan. Their projects and conducted research has a significant impact on the development of colour science, and presentations and lectures are extremely inspiring. In 2013, I became a member of the international team of Study Group on Environmental Colour Design, a member of AIC, associating designers and architects.

In 2010, I became a representative of the Cracow Academy of Fine Arts in the International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS. I took part in conferences in Genk (2010), Sèvres (2011), Kalmar (2013), Milan (2015) and Nottingham (2015).

From 2014, I began to participate in conferences organized by Associazione Italiana Colore, presented papers in Genoa, Milan and Naples, and published in *Cultura e Scienza del Colore*.

The experience of such inspiring and important international meetings prompted me to take the initiative in the organization of similar conferences in Kraków. The first international conference “Day of Colour 2013” took place at the Manggha Museum of Japanese Art and Technology in October 2013 and its theme was “Color in design”. The next “Day of Colour” took place in 2015, at the auditorium of the Department of Industrial Design and its subject concerned education.

In 2014, on the 50th anniversary of the Department of Industrial Design in Kraków, I was responsible for the organization of an

w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w październiku 2013 a jej tematem była „Barwa w designie”. Kolejny „Dzień Barwy” miał miejsce w auli Wydziału Form Przemysłowych w roku 2015 a jego tematyka dotyczyła edukacji.

W roku 2014, z okazji 50-lecia Wydziału Form Przemysłowych w Krakowie, byłam odpowiedzialna za organizację, afiliowanej przez International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, międzynarodowej konferencji „Designing Designers / Projektowanie Projektantów”. Konferencja miała miejsce w auli ASP w dniach 23-24 października 2014 i wzięło w niej udział około 200 uczestników z polskich i zagranicznych uczelni projektowych.

Zachęcona sukcesem Designing Designers, postanowiłam zorganizować podobnej wielkości konferencję dotyczącą barwy. W roku 2016 miała miejsce „Colour Culture Science” (komitet organizacyjny: Agata Kwiatkowska-Lubańska, Bożena Groborz, Justyna Tarajko-Kowalska, Maria Godyń), w której wzięło udział ponad 150 uczestników. Konferencja trwała 2 dni, w trakcie których zaprezentowano 42 referaty. W roku 2018 ukazała się w języku angielskim monografia „Colour Culture Science” pod wspólną redakcją moją, Marii Godyń i Bożeny Groborz. W tym też roku, w listopadzie, w ramach festiwalu „Sztuka do Rzeczy. Design w Krakowie” odbył się „Dzień Barwy 2018”. Kolejna konferencja „Dzień Barwy 2019. Barwa w przestrzeni publicznej” jest zaplanowana na 22 listopada 2019.

Wykaz referatów, posterów konferencyjnych i uczestnictwa w konferencjach (po doktoracie):

2006 – „Barwa w kształtowaniu tożsamości marki” – komunikat, Dzień Barwy 2005, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa

international conference „Designing Designers” affiliated with the International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS. The conference took place at the auditorium of the Academy on 23-24 October 2014 and was attended by about 200 participants from Polish and foreign design universities.

Encouraged by the success of Designing Designers, I decided to organize a conference on a similar scale. In 2016, “Color Culture Science” took place (organizing committee: Agata Kwiatkowska-Lubańska, Bożena Groborz, Justyna Tarajko-Kowalska, Maria Godyń), with over 150 participants. The conference lasted two days, during which 42 papers were presented. In 2018, the monograph “Color Culture Science” under the joint edit of mine, Maria Godyń and Bożena Groborz was published in English. This year, in November, as part of the festival “Art to Things. Design in Kraków”, “Color Day 2018” took place. The next conference “Day of Colour 2019. Colour in public space” is scheduled for 22 November 2019.

Conference contributions in the post doctoral period:

2006 – “Color in Shaping the Brand’s Identity – doctoral thesis” – oral presentation, Colour Day 2005, Industrial Design Council, Warsaw

2007 – „How Subjective Colour Type can Influence the Process of Colour Design” – oral presentation, 4th Colour Specialists International Conference, Budapest

2007 – “Green Attack. Colour in Visual Identity of Ecological Organizations, Enterprises and Design” – invited speech, Deutsches Farbenzentrum “Farb-Info 2007”, Stuttgart, Germany

2007 – „How subjective colour type can influence the proces of colour design” – wykład, 4th Colour Specialists International Conference, Budapeszt

2007 – “Green attack. Colour in visual identity of ecological organizations, enterprises and design” – wykład na zaproszenie Deutsches Farbenzentrum, “Farb-Info 2007”, Stuttgart

2007 – „Język barwy we współczesnych systemach identyfikacji wizualnej firm” – wykład na zaproszenie Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, Dzień Barwy 2007, Warszawa

2008 – “Do designers have right to personal colour preferences? Objective and subjective factors in colour education for designers” – poster, International Color Association Interim Meeting “Colour – Effects & Affects”, Sztokholm

2009 – “Barwa w designie. Wywieranie wpływu na odbiorcę. Jak podnieść komercyjną wartość produktu?” – wykład na zaproszenie Instytutu Designu w Kielcach, Kieleckie Dni Designu

2010 - uczestnictwo, jako przedstawiciel ASP, w konferencji “Borderline – Pushing Design over the Limit”, International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, Genk

2011 – “Creating a new world of colour and light by 21st century industrial designers” – poster, AIC Midterm Meeting “Interaction of Colour & Light in the Arts and Sciences”, Zurich

2011 - uczestnictwo, jako przedstawiciel ASP, w konferencji “Transversality in Innovation: Power and Responsibility of the Designer”, International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, Sèvres

2007 – „Colour as a Language in the Corporate Visual Identity” – invited speech, Colour Day 2007, Industrial Design Council, Warsaw

2008 – “Do designers Have Right to Personal Colour Preferences? Objective and Subjective Factors in Colour Education for Designers” – poster, International Color Association Interim Meeting “Colour – Effects & Affects”, Stockholm

2009 – “Colour in Design. How to Raise a Commercial Value of the Product? – invited speech, Institute of Design Kielce, Kielce Design Days

2010 – representative of the Academy of Fine Arts “Borderline – Pushing Design over the Limit”, International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, Genk

2011 – “Creating a New World of Colour and Light by 21st Century Industrial Designers” – poster, AIC Midterm Meeting “Interaction of Colour & Light in the Arts and Sciences”, Zurich

2011 – representative of the Academy of Fine Arts “Transversality in Innovation: Power and Responsibility of the Designer”, International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, Sèvres

2011 – “Aplication of Colour in Design. Colour Forecasting” – oral presentation, Malopolska Noc Naukowców, Jan Matejko Academy of Fine Arts, Kraków

2012 – „Colour – Texture – Material – Pattern Relation in the Process of Colour Forecasting” – oral presentation, 5th Colour Specialists International Conference, Obuda University, Budapest

2011 – “Barwa we wzornictwie. Prognozowanie trendów barwnych” – wykład, Małopolska Noc Naukowców, Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki, Kraków

2012 – „Colour – Texture – Material – Pattern relation in the process of colour forecasting” – wykład 5th Colour Specialists International Conference, Obuda University, Budapeszt

2013 – “Red and White as Expressions of National Identity: A Study on the History and Meaning of Polish National Colours and an Attempt at Recording them in Selected Systems of Colours” – wykład, 12th Congress of the International Colour Association, Newcastle Gateshead

2013 – uczestnictwo, jako przedstawiciel ASP, w konferencji “Global Thinking – Local Action – Future Life”, International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media CUMULUS, Kalmar

2014 – “Colour as a mass product. Designing of the collection of interior paint colours for the Polish market” – wykład, X Conferenza del Colore, Genua

2015 – „Colour harmony in graphic design education. Colour systems based on the CMYK colour mixing” – wykład, XI Conferenza del Colore, Mediolan

2015 – uczestnictwo, jako przedstawiciel ASP, w konferencji “The Virtuous Circle. Design Culture and Experimentation”, International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media CUMULUS, Mediolan

2015 – „Barwa czy kolor? Jasność czy walor? Nasycenie czy czystość? Zagadnienia definiowania podstawowych pojęć

2013 – “Red and White as Expressions of National Identity: A Study on the History and Meaning of Polish National Colours and an Attempt at Recording them in Selected Systems of Colours” – oral presentation, 12th Congress of the International Colour Association, Newcastle Gateshead

2013 – representative of the Academy of Fine Arts “Global Thinking – Local Action – Future Life” International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS, Kalmar

2014 – “Colour as a Mass Product. Designing of the Collection of Interior Paint Colours for the Polish Market” – oral presentation, X Conferenza del Colore, Genova

2015 – “Colour Harmony in Graphic Design Education. Colour Systems Based on the CMYK Colour Mixing” – oral presentation, XI Conferenza del Colore, Milan

2015 – representative of the Academy of Fine Arts “The Virtuous Circle. Design Culture and Experimentation”, International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media CUMULUS, Milan

2015 – “Barwa or Kolor? Jasność or Walor? Nasycenie or Czystość? Defining the Basic Colour Terms in Polish” – oral presentation, Colour Day 2015, Faculty of Industrial Design, Jan Matejko Academy of Fine Arts, Cracow

2015 – representative of the Academy of Fine Arts “In this Place”, International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media CUMULUS, Nottingham

z zakresu wiedzy o barwie w języku polskim” – wykład, “Barwa w edukacji”, Wydział Form Przemysłowych, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki, Kraków

2016 – uczestnictwo, jako przedstawiciel ASP, w konferencji “In this Place”, International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media CUMULUS, Nottingham

2016 – „OSCC open source colour collection for the Polish Interiors” – poster, konferencja „Progress in Colour Studies”, University College, Londyn

2017 – “Colours of Architectural Details as an Element of Urban Coloration, Based on the Example of Cracow” – poster i prezentacja, XIII Conferenza del Colore, Neapol

2018 – „Survey on Perceived Façade Colours Using Samples of Colours from Ready-made Plaster Collection for Southern Poland” – wykład (wspólnie z dr Justyną Tarajko-Kowalską), AIC Interim Meeting “Colour & Human Comfort”, Lizbona

2018 – Dzień Barwy 2018. Barwa we wzornictwie – „Jak uniknąć pomyłek w wyborze kolorystyki elewacji? Badania dotyczące zmian postrzegania barwy w przestrzeni” – wykład (wspólnie z dr Justyną Tarajko-Kowalską), Kraków

DZIAŁALNOŚĆ DYDAKTYCZNA

1989-1999 asystentka prof. Barbary Suszczyńskiej-Rapalskiej w Katedrze Przestrzeni i Barwy. Zajęcia z zakresu projektowania kolorystyki ze studentami II, III i IV roku pięcioletnich studiów magisterskich kierunku wzornictwo na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie.

2016 – “OSCC Open Source Colour Collection for the Polish Interiors” – poster, “Progress in Colour Studies”, University College, London

2017 – “Colours of Architectural Details as an Element of Urban Coloration, Based on the Example of Cracow” – poster and oral presentation, XIII Conferenza del Colore, Naples

2018 – „Survey on Perceived Façade Colours Using Samples of Colours from Ready-made Plaster Collection for Southern Poland” – oral presentation (with dr Justyna Tarajko-Kowalska), AIC Interim Meeting “Colour & Human Comfort” – Lisbon,

2018 – „How to Avoid Mistakes in Choosing the Facade Colours? A Survey Concerning the Colour Perception in Architecture” – oral presentation (with dr Justyna Tarajko-Kowalska), Colour Day 2018 – Faculty of Industrial Design, Jan Matejko Academy of Fine Arts, Cracow

DIDACTIC ACTIVITY

1989-1999 the assistant of Prof. Barbara Suszczyńska-Rapalska in the Department of Space and Colour. Classes in the field of colour design with students of the second, third and fourth year of five-year studies, master’s degree, in design at the Faculty of Industrial Design of the Academy of Fine Arts in Kraków.

1999-2004 lecturer at the Department of Space and Colour. Classes in the field of colour design with students of the second, third and fourth year of the five-year, master’s degree, in design at the Faculty of Industrial Design of the Academy of Fine Arts in Kraków.

1999–2004 wykładowca w Katedrze Przestrzeni i Barwy. Zajęcia z zakresu projektowania kolorystyki ze studentami II, III i IV roku pięcioletnich studiów magisterskich kierunku wzornictwo na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie.

2004–2012 zajęcia na studiach niestacjonarnych I i II stopnia na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Prowadzenie następujących przedmiotów: podstawy projektowania kolorystyki, podstawy projektowania komunikacji wizualnej, podstawy projektowania, projektowanie komunikacji wizualnej.

2004–2019 adiunkt w Katedrze Przestrzeni i Barwy. Zajęcia z przedmiotów wiedza o barwie i projektowanie kolorystyki dla studentów II roku studiów I stopnia kierunku wzornictwo na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie

2012–2019 starszy wykładowca w Instytucie Sztuki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnowie. Zajęcia z przedmiotów: projektowanie kolorystyki dla studentów kierunku wzornictwo, psychofizjologia widzenia i wiedza o barwie dla studentów kierunku grafika, współczesne zagadnienia wzornictwa oraz seminarium dyplomowe.

Pod moim kierunkiem zostało zrealizowanych 14 dyplomów magisterskich i 6 licencjackich na Wydziale Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie.

PROJEKTOWANIE I DORADZTWO W ZAKRESIE BARWY

Obok działalności dydaktycznej w latach 2007-2018 prowadziłam szereg kursów i szkoleń z zakresu wiedzy o barwie, m. in. dla pracowników firm Greinplast, Śnieżka i Akzo Nobel oraz

2004–2012 first-cycle and second-cycle part-time studies at the Faculty of Industrial Design of the Academy of Fine Arts in Kraków. Conducting the following subjects: fundamentals of colour design, basics of visual communication design, design fundamentals, visual communication design.

2004–2019 assistant Professor at the Department of Space and Colour. Classes in the subjects of colour knowledge and colour design for second-year students of BA studies at the Faculty of Industrial Design of the Academy of Fine Arts in Kraków.

2012–2019 senior lecturer at the Institute of Art of the State Higher Vocational School in Tarnów. Classes in subjects: colour design for students of design, psychophysiology of vision and colour knowledge for students of graphic design, contemporary design issues and diploma seminar.

14 MA and 6 BA thesis were defended under my supervision at the Faculty of Industrial Design at the Academy of Fine Arts in Kraków.

COLOUR DESIGN AND CONSULTING

Apart from didactic activities, in 2007-2018 I conducted a number of courses and trainings in the field of colour knowledge, i.e. for employees of Greinplast, Śnieżka and Akzo Nobel and in the Furniture Centre in Dobrodzień. In 2007, I participated in the „Color Psychology” training, led by Dr. Angela Wright at Regent’s College in London.

In 2011, I was asked for providing an expert opinion for the Ministry of Foreign Affairs regarding the record of Polish national colours. The nearest notations were established in the

w Centrum Meblowym w Dobrodzieniu. W roku 2007 brałam udział w szkoleniu „Colour Psychology”, prowadzonym przez dr Angelę Wright w Regent’s College w Londynie.

W roku 2011 zostałam poproszona o ekspertyzę dla Ministerstwa Spraw Zagranicznych dotyczącą zapisu polskich barw narodowych. Ustalono najbliższe notacje w standardach Pantone, NCS, RGB i CMYK w odniesieniu do ciągle obowiązującego zapisu w ustawie z 31 stycznia 1980 „O godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej” zawartego w załączniku nr 2 (Dziennik Ustaw 235) Ekspertyzy wykorzystane zostały w systemie identyfikacji wizualnej Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Mój artykuł na ten temat ukazał się w kwartalniku 2+3D IV/2011. Praca ta była również prezentowana w formie wystąpienia na XII Kongresie International Colour Association w Newcastle upon Tyne w lipcu 2013.

W roku 2010 uczestniczyłam w zespole ekspertów, zorganizowanym przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie, którego zadaniem było przygotowanie informacji dotyczących trendów barwnych na lata 2011–2012 dla portalu internetowego Trendwizor. Trendy dotyczyły branż takich jak odzież, obuwie, akcesoria, wnętrza, AGD i elektronika oraz sprzęt sportowy.

Od roku 2013 pełniłam rolę konsultanta ds. trendów barwnych Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka. W latach 2013–2017 odwiedzałam corocznie, jako korespondent z akredytacją prasową kwartalnika 2+3D, targi Salone del Mobile w Mediolanie.

W latach 2013–2017 opracowywałam dla Fabryki Śnieżka zestawienia trendów barwnych, przeznaczone dla wnętrz mieszkalnych. Paleta barw była wybierana z kolekcji farb gotowych Barwy Natury, Satyna i Kuchnia Łazienka oraz prezentowana

Pantone, NCS, RGB and CMYK standards with reference to the still valid clause in the Act of 31 January 1980 “On the emblem, colours and anthem of the Republic of Poland” included in Annex No. 2 (Journal of Laws 235). Expertises were used in the visual identification system of the Ministry of Foreign Affairs. My article on this subject appeared in the quarterly 2 + 3D IV / 2011. This work was also presented in the form of a speech at the 12nd Congress of the International Colour Association in Newcastle upon Tyne in July 2013.

In 2010, I was a part of a team of experts organized by the Institute of Industrial Design in Warsaw, whose task was to prepare information on colour trends for 2011–2012 for the Trendwizor online portal. The trends concerned industries such as clothing, footwear, accessories, interiors, household appliances and electronics, as well as sports equipment.

From 2013, I was a consultant for colour trends in the Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA. In the years 2013–2017, I visited Salone del Mobile trade fair in Milan regularly as a correspondent with the press accreditation of the quarterly 2 + 3D.

In the years 2013–2017, I prepared for the Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA a set of colourful trends, intended for residential interiors. The palette of colours was chosen from the collection of ready-made paints such as Barwy Natury, Satyna and Kuchnia Łazienka, and presented in interior visualizations. In subsequent years, the catalogues “Trends 2013”, “Trends 2014”, “Trends 2015”, “Trends 2016”, “Trends 2017” appeared. In the years 2015–2017 I was working on similar presentations for Magnat. The colour forecasts for the interiors were presented by me during meetings with journalists from the trade press, organized in Warsaw in March 2015 and February 2016 and in articles published on the websites of FFIL Śnieżka.

w wizualizacjach wnętrz. W kolejnych latach ukazały się katalogi „Trendy 2013”, „Trendy 2014”, „Trendy 2015”, „Trendy 2016”, „Trendy 2017”. W latach 2015–2017 opracowywałam podobne wydawnictwa dla marki Magnat. Prognozowane dla wnętrz barwy były prezentowane przeze mnie w trakcie spotkań z dziennikarzami z prasy branżowej, organizowanymi w Warszawie w marcu 2015 i lutym 2016 oraz w artykułach publikowanych na stronach internetowych FFIL Śnieżka.

W maju 2015 wzięłam udział w europejskiej sesji Color Marketing Group - Color Forecasting 2017+, mającej miejsce w hotelu Andels w Krakowie. W trakcie warsztatów przygotowane zostały, z wyprzedzeniem dwuletnim, trendy barwne dla rynku europejskiego.

W roku 2016 uczestniczyłam w pracach międzynarodowego zespołu pod kierownictwem dr Dymitrisa Mylonasa z Department of Computer Science, University College London (UCL) przeprowadzającego badanie w zakresie nazewnictwa barw (Colour Naming Experiment) w różnych językach i wraz z dr Justyną Tarajko-Kowalską opracowałam polską wersję testu (<http://www.colornaming.net/>). W badaniach wzięli udział studenci II roku Wydziału Form Przemysłowych (2016/2017).

Palety barw dla kolekcji farb gotowych

Okazją pozwalającą na realizację szeregu projektów z zakresu kolorystyki było podjęcie przeze mnie współpracy z małopolskimi i podkarpackimi producentami farb – Fabryką Farb i Lakierów Śnieżka oraz firmą Greinplast. Polscy producenci przez wiele lat traktowali barwę jako tę cechę farby, która z powodzeniem może zostać skopiowana od konkurencji. Kwestia praw do palety barwnej praktycznie w polskim prawie autorskim nie występuje. Jednak rosnące ambicje rozwijających się firm farb spowodowały,

In May 2015, I took part in the European Colour Marketing Group session - Color Forecasting 2017+, taking place at the Andels hotel in Kraków. During international workshops, colour trends for the European market were prepared two years in advance.

In 2016, I participated in the work of an international team led by Dr. Dymitris Mylonasa from Department of Computer Science, University College London (UCL), conducting a research on the Colour Naming Experiment in various languages and together with dr. Justyna Tarajko-Kowalska I developed a Polish version of the test (<http://www.colornaming.net/>). The second year students of the Industrial Form Department (2016/2017) took part in the research.

Colour palettes for ready mixed paint collections

The cooperation with Małopolska and Podkarpacie paint producers – Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA and Greinplast, gave me the opportunity for the implementation of a number of projects in the field of colour. For many years, Polish producers treated colour as a feature of paint that can be successfully copied from competitors. The issue of holding the rights to a colour palette barely exists in Polish law on copyright. However, the growing ambitions of the developing paint companies caused that, similarly to other industries, they began to use the services of Polish designers increasingly.

Cooperation with Greinplast took place in 2007–2013 and cooperation with Śnieżka has begun in 2010 and continues uninterruptedly to this day. In both cases, the projects concerned the colour scheme of paints with different features, intended for interiors, elevation and special purposes. The recipient group, to which both companies address their products, is slightly different,

że podobnie jak w przypadku innych branż, zaczęli oni coraz śmielej korzystać z usług polskich projektantów.

Współpraca z firmą Greinplast miała miejsce w latach 2007–2013, współpraca z firmą Śnieżka rozpoczęła się w roku 2010 i trwa nieprzerwanie do chwili obecnej. W obu przypadkach projekty dotyczyły kolorystyki farb o różnych cechach, przeznaczonych do wnętrz, elewacji, jak i zastosowań specjalistycznych. Grupa odbiorców, do której obie firmy kierują swoje wyroby, jest nieco odmienna, co spowodowało, że mimo bliskości ich lokalizacji początkowo współpracowałam jednocześnie z Greinplastem i Śnieżką. Jednak wymogi konkurencji spowodowały, że koniecznością stał się wybór jednej z firm. Ze względu na zakres i możliwości współpracy kontynuowałam prace dla FFiL Śnieżka, obejmujące takie marki jak „Satynowa”, „Barwy Natury”, „Supermal”, „Foveo Tech”, oraz od roku 2016 „Magnat”. Powierzono mi również opracowanie szeregu materiałów uzupełniających – katalogów, aplikacji koloru we wnętrzach oraz poradników.

Projekty palet barwnych dla przemysłu

2011 – „Satynowa” – farba do wnętrz z dodatkiem teflonu dla FFiL Śnieżka

2012 – „Klasycznie i Elegancko” – lateksowa farba do wnętrz mieszkalnych dla firmy Greinplast

2013 – „Deska Elewacyjna” – panele elastyczne do wykończenia elewacji dla firmy Greinplast

2013 – kolekcja off-white dla marki „Satynowa” FFiL Śnieżka

which meant that despite the proximity of their location, I initially cooperated simultaneously with both Greinplast and Śnieżka. However, competition requirements forced me to select only one company. Due to the scope and possibilities of cooperation, I continued to work for FFiL Śnieżka, covering such brands as Satynowa, Barwy Natury, Supermal, Foveo Tech, and, from 2016, Magnat. I was also entrusted with the development of a number of complementary materials - catalogues, interior colour applications and guides.

Listing of colour palettes, designed for different types of ready mixed paints

2011 – Śnieżka “Satynowa” – interior paint with added Teflon

2012 – Greinplast “Klasycznie i Elegancko” – latex paint for residential interiors

2013 – Greinplast “Deska Elewacyjna” – flexible panels to finish the elevation

2013 – off-white collection for Śnieżka „Satynowa”

2014 – Śnieżka „Supermal” – oil-based phthalic enamel, acrylic enamel, enamel Nitro, chlorinated rubber based enamel

2015 – alkyd coatings palette for Magnat brand

2015 – redesign of Śnieżka „Barwy Natury”

2015 – Śnieżka „Extra Fasadowa” – architectural paint

2016 – redesign of Śnieżka „Foveo Tech” parget palette

22 | AUTOREFERAT

2014 – „Supermal” – palety barwne farb: olejno-ftalowych, akrylowych, nitro, chlorokauczukowych i alkidowych dla FFiL Śnieżka

2015 – linia farb alkidowych dla marki Magnat FFiL Śnieżka

2015 – redesign palety „Barwy Natury” dla FFiL Śnieżka

2015 – paleta barw „Extra Fasadowa” dla FFiL Śnieżka

2016 – redesign palety barwnej tynków mozaikowych dla marki „Foveo Tech” FFiL Śnieżka

2016 – „Na dach” – farba poliwinylowo-akrylowa na powierzchnie metalowe FFiL Śnieżka

2016 – „Na Rdzę” – szybkoschnąca grunto-emalia zabezpieczająca powierzchnie stalowe i żeliwne przed korozją

2016 – „Kuchnia – Łazienka” dla FFiL Śnieżka

2016 – linia „Śnieżka Design” dla FFiL Śnieżka

2017 – „Magnat Kuchnia – Łazienka” dla FFiL Śnieżka

2017 – „Magnat Ceramic Care” – plamoodporna ceramiczna farba do wnętrza dla FFiL Śnieżka

2018 – „Foveo Tech” – profesjonalne systemy ociepleń budynków dla FFiL Śnieżka

2016 – Śnieżka “ Na Dach” – polyvinyl-acrylic paint for metal surfaces

2016 – Śnieżka “ Na Rdzę” – quick-drying primer-enamel protecting steel and cast iron surfaces against corrosion

2016 – Śnieżka „Kuchnia – Łazienka” – latex paint

2016 – Śnieżka „Design” – latex paint

2017 – Magnat „Kuchnia – Łazienka” – stain resistant ceramic interior paint

2017 – Magnat “Ceramic Care” – stain resistant ceramic interior paint

2018 – “Foveo Tech” – External Thermal Insulation Composite Systems

PUBLIKACJE (PO DOKTORACIE)

W latach 2001-2002 byłam członkiem zespołu redakcyjnego kwartalnika projektowego 2+3D, odpowiedzialnym za przygotowanie rubryk informacyjnych (kalendarium). Mimo, że w późniejszym czasie nie byłam związana z redakcją na stałe, to opublikowałam w 2+3D szereg artykułów dotyczących zagadnień związanych z projektowaniem kolorystyki. Współpracowałam również z Ogólnopolskim Kwartalnikiem Krajowej Izby Architektów „Zawód: Architekt”. W wyniku uczestnictwa w stowarzyszeniu Associazione Italiana Colore opublikowałam w roku 2017 w kwartalniku Cultura e Scienza del Colore artykuł „Colour as a mass product”. W roku redagowałam (wspólnie z Marią Godyń i Bożeną Groborz) monografię “Colour Culture Science”, wydaną przez Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie.

Szczegółowa lista publikacji

„Prognozowanie trendów barwnych” Magazyn Izby Architektów RP „Zawód: Architekt”, Wrocław 2/2007

„Zieleń wasabi czy crème brûlée”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D, IV/2007

„Uwolnić Magentę!”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D, III/2008

„100% sustainable. Targi 100% Design”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D, IV/2008

„Objective and Subjective Factors in Colour Education for Designers”, Proceedings of Interim Meeting of the International Colour Association (AIC), edited by K. F. Anter, Stockholm 2008

PUBLICATIONS (POST-DOCTORAL)

In the years 2001-2002 I was a member of the editorial team of the quarterly 2 + 3D project, responsible for the preparation of information sections (calendar). Although I was not involved in permanent editing at a later time, I published a series of articles in 2 + 3D regarding issues related to colour design. I also cooperated with The Polish Nationwide Quarterly of the National Chamber of Architects “Zawód: Architekt.” As a result of participation in the Associazione Italiana Colore association, in 2017 I published in the quarterly Cultura e Scienza del Colore article entitled “Color as a mass product”. In the year I edited (together with Maria Godyń and Bożena Groborz) the monograph “Color Culture Science”, published by the Faculty of Industrial Forms at the Academy of Fine Arts in Kraków.

Detailed list of publications

„Prognozowanie trendów barwnych” [“Forecasting Colour Trends”], Magazine of the Chamber of Architects of the Republic of Poland “Zawód: Architekt”, Wrocław, 2/2007

„Zieleń wasabi czy crème brûlée” [“Green Wasabi or Crème Brûlée”], The Polish Design Quarterly 2+3D, IV/2007

„Uwolnić Magentę!” [“Set Magenta Free!”] The Polish Design Quarterly 2+3D, III/2008

„100% sustainable. Targi 100% Design” [“100% Sustainable. 100% Design Fair”], The Polish Design Quarterly 2+3D, IV/2008

„Objective and Subjective Factors in Colour Education for Designers”, Proceedings of Interim Meeting of the International Colour Association (AIC), edited by K. F. Anter, Stockholm 2008

Rekomendacja książki Johna Gage'a „Kolor i znaczenie”,
Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D, II/2009

„Jaki CMYK Twój?”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D,
IV/2010

„W pogoni za kolorem”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy
2+3D, IV/2011

„Język koloru we wnętrzach: trendy, style, inspiracje”, Magazyn
Izby Architektów RP „Zawód: Architekt”, Wrocław 05/2012

„Pocałunek gejszy w dworku współczesnym”, Ogólnopolski
Kwartalnik Projektowy 2+3D, 46/2013

„Białe przegrywa. Kolorowe wygrywa. Salone Internazionale
del Mobile 2013”, Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D,
47/2013

„Red and White as Expressions of National Identity: A Study
on the History and Meaning of Polish National Colours and an
Attempt at Recording Them in Selected Systems of Colours”,
Proceeding of 12th Congress of the International Colour
Association”, Editors: Lindsay MacDonald, Stephen Westland,
Sophie Wuerger, Newcastle on Tyne 2013

“Colour as a Mass Product. Designing of the Collection of
Interior Paint Colours for the Polish Market”, Colour and
Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. X B, Editor:
Maurizio Rossi, Associazione Italiana Colore, Milano 2014

Rekomendacja książki Johanneses Ittena „Sztuka barwy”,
Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy 2+3D, 57/2015

Recommendation of John Gage's book “Kolor i znaczenie”
[“Color and Meaning”], The Polish Design Quarterly 2+3D,
II//2009

„Jaki CMYK Twój?” [“What is Your CMYK?”], The Polish
Design Quarterly 2+3D, IV/2010

„W pogoni za kolorem” [“In the Pursuit of Colour”], The Polish
Design Quarterly 2+3D, IV/2011

„Język koloru we wnętrzach: trendy, style, inspiracje” [“The
Language of Colour in the Interiors: Trends, Styles, Inspirations”],
Magazine of the Chamber of Architects of the Republic of
Poland “Zawód: Architekt” [“Profession: Architect”], Wrocław
05/2012

„Pocałunek gejszy w dworku współczesnym” [“A Kiss of a
Geisha in a Contemporary Manor House”], The Polish Design
Quarterly 2+3D, 46/2013

„Białe przegrywa. Kolorowe wygrywa. Salone Internazionale del
Mobile 2013” [“White loses. Colorful wins. Salone Internazionale
del Mobile 2013”], The Polish Design Quarterly 2+3D, 47/2013

„Red and White as Expressions of National Identity: A Study
on the History and Meaning of Polish National Colours and an
Attempt at Recording Them in Selected Systems of Colours”,
Proceeding of 12th Congress of the International Colour
Association”, Editors: Lindsay MacDonald, Stephen Westland,
Sophie Wuerger, Newcastle on Tyne 2013

„Colour as a Mass Product. Designing of the Collection of
Interior Paint Colours for the Polish Market”, Colour and
Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. X B, Editor:
Maurizio Rossi, Associazione Italiana Colore, Milano 2014

“Colour Harmony in Graphic Design Education. Colour Systems Based on the CMYK Colour Mixing”, Colour and Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. XI B, Editors: Maurizio Rossi, Daria Casciani, Associazione Italiana Colore, Milano 2015

“Colour of Architectural Details as an Element of Urban Coloration in Southern Poland”, Colour and Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. XIII B, Editors: Veronica Marchiafava, Francesca Valan, Daria Casciani, Associazione Italiana Colore, Milano 2015

„Nasza czerwień. Nasza biel”, Linia Prosta, Magazyn PWSZ Tarnów maj/czerwiec 2018

„Colour Culture Science” red. Maria Godyń, Bożena Groborz, Agata Kwiatkowska-Lubańska, Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, 2018

“Survey on Perceived Façade Colours Using Samples of Colours from Ready-Made Plaster Collection for Southern Poland” Agata Kwiatkowska-Lubańska, Justyna Tarajko-Kowalska, Proceeding of the International Colour Association (AIC) Conference 2018, Lisbon 2018

Recommendation of Johannes Itten’s book “Sztuka barwy”, The Polish Design Quarterly 2+3D, 57/2015

“Colour Harmony in Graphic Design Education. Colour Systems Based on the CMYK Colour Mixing”, Colour and Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. XI B, Editors: Maurizio Rossi, Daria Casciani, Associazione Italiana Colore, Milano 2015

“Colour of Architectural Details as an Element of Urban Coloration in Southern Poland”, Colour and Colorimetry Interdisciplinary Contributions, Vol. XIII B, Editors: Veronica Marchiafava, Francesca Valan, Daria Casciani, Associazione Italiana Colore, Milano 2015

“Nasza czerwień. Nasza biel” [“Our red. Our white”], Linia Prosta, PWSZ Magazine May/June 2018

“Colour Culture Science” ed. Maria Godyń, Bożena Groborz, Agata Kwiatkowska-Lubańska, the Faculty of Industrial Forms of Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków, 2018

“Survey on Perceived Façade Colours Using Samples of Colours from Ready-Made Plaster Collection for Southern Poland” Agata Kwiatkowska-Lubańska, Justyna Tarajko-Kowalska, Proceeding of the International Colour Association (AIC) Conference 2018, Lisbon 2018

DZIAŁALNOŚĆ ORGANIZACYJNA

2005–2008 – kierownik Pracowni Wiedzy o Barwie

2005–2008, 2016–2020 – członek Senackiej Komisji ds. Badań Naukowych

2008–2012 – prodziekan Wydziału Form Przemysłowych

2008–2016 – przedstawiciel Akademii Sztuk Pięknych w International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS.

od 2012 – członek AIC Study Group on Environmental Colour Design (SG ECD)

2008–2012, 2012–2016, 2016–2019 – członek Rady Wydziału Form Przemysłowych

2012–2016, 2016–2020 – członek Senatu Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

2013 – członek założyciel Polskiego Stowarzyszenia Barwy

2012–2018 – kierownik Zakładu Wzornictwa Instytutu Sztuki w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Tarnowie

2018–2019 – członek zespołu odpowiedzialnego za przygotowanie koncepcji nowego statutu Akademii Sztuk Pięknych

ORGANIZATIONAL ACTIVITY

2005–2008 – head of the Laboratory of Colour Knowledge

2005–2008, 2016–2020 – member of the Senate Committee for Scientific Research

2008–2012 – vice Dean of the Faculty of Industrial Forms

2008–2016 – representative of the Academy of Fine Arts in the International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media CUMULUS.

from 2012 – member of AIC Study Group on Environmental Colour Design (SG ECD)

2008–2012, 2012–2016, 2016–2019 – member of the Council of the Industrial Design Department

2012–2016, 2016–2020 – member of the Senate of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

2013 – founding member of the Polish Colour Association

2012–2018 – head of the Design Department of the Art Institute at the State Higher Vocational School in Tarnów

2018–2019 – member of the team responsible for preparing the concept of the new statute of the Academy of Fine Arts

NAGRODY I ODZNACZENIA

2012 – Nagroda II stopnia Rektora Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

2013 – Nagroda Rektora Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnowie

2013 – Brązowy Krzyż Zasługi RP

2014 – Nagroda Rektora Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnowie

2015 – Nagroda III stopnia Rektora Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

2017 – Medal Komisji Edukacji Narodowej

2018 – Srebrny Krzyż Zasługi RP

AWARDS AND DISTINCTIONS

2012 – 2nd degree prize of the Rector of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

2013 – prize of the Rector of State Higher Vocational School in Tarnów

2013 – Bronze Cross of Merit of the Republic of Poland

2014 – prize of the Rector of State Higher Vocational School in Tarnów

2015 – 3rd degree prize of the Rector of the Jan Matejko Academy of Fine Arts in Kraków

2017 – Medal of the National Education Commission (KEN)

2018 – Silver Cross of Merit of the Republic of Poland

PROJEKTY KOLORYSTYKI DLA FABRYKI FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA W LATACH 2017–2018

FOVEO TECH – PROFESJONALNE SYSTEMY OCIEPLEŃ BUDYNKÓW

Wprowadzenie

Foveo Tech to wyspecjalizowana marka Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka S.A. obejmująca szereg materiałów przeznaczonych do zewnętrznego wykończenia ścian budynków, takich jak tynki dekoracyjne, tynki mozaikowe, farby fasadowe, podkłady, grunty, systemy dociepleń itp. Odbiorcami produktów Foveo są w większości przypadków indywidualni inwestorzy, a ze względu na przystępną cenę są one najczęściej używane w budownictwie jednorodzinym.

W listopadzie 2016 podjęto decyzję o wprowadzeniu na rynek nowej linii produktów Foveo Tech, których kolorystyka miała odpowiadać potrzebom odbiorców. Sugerowana ilość barw w palecie miała wynosić ok. 300. Ze względu na szeroki zakres palety rozkład odcieni miał się opierać na systematyce NCS, zachowując równocześnie wybrane barwy z obecnej palety oraz uwzględniając dodatkowe kolory uzyskane poprzez samodzielne przygotowanie próbek. Oprócz samej palety barwnej w zakresie prac znalazło się przeprowadzenie testów wizualnych, mających na celu ocenę barw w naturalnym oświetleniu oraz opracowanie poradnika dotyczącego wykorzystania nowych barw w typowych projektach domów jednorodzinnych i budownictwie wielorodzinnym. Realizacja zadania nastąpić miała w dwuosobowym zespole wraz z dr inż. arch. Justyną Tarajko-Kowalską z Wydziału Architektury Politechniki Krakowskiej, która jako autorka poradnika Foveo w zakresie kolorystyki elewacji,

COLOUR DESIGN FOR FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA IN 2017–2018

FOVEO TECH – EXTERNAL THERMAL INSULATION COMPOSITE SYSTEMS

Introduction

Foveo Tech is a specialized brand of Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA covering a number of materials intended for external finishing of building walls, such as decorative parget, mosaic parget, facade paints, primers, soils, insulation systems, etc. Foveo product recipients are in most cases individual investors, and because of the affordable price, they are most often used in single family construction.

In November 2016, a decision was made to launch new Foveo Tech products on the market, whose colors were to meet the needs of recipients. The suggested amount of colours in the palette amounted to about 300. Due to the wide range of the palette, the distribution of shades was to be based on the NCS system, while retaining simultaneously selected colours from the current palette and taking into account the additional colours obtained by self-preparation of samples. In addition to the colour palette itself, the work included visual tests aimed at assessing new colours in natural lighting and developing a guide on the use of new colours in typical single-family house designs and multi-family housing. The task was to be carried out in a two-man team together with arch. Justyna Tarajko-Kowalska, PhD from the Faculty of Architecture of the Kraków University of Technology who, as the author of the Foveo guide in the colour of the elevation, was to be an expert in the application of colour in architecture. The planned launch date was set for January 2018.

miała być ekspertem w dziedzinie aplikacji barwy w architekturze. Termin wprowadzenia na rynek wyznaczony został na styczeń 2018.

Analiza dotychczasowej palety

Stosowana do tej pory paleta barw Foveo Tech składała się z 240 barw uszeregowanych w sześciostopniowych skalach jasności. Jej zakres kolorystyczny był przeznaczony dla wszystkich produktów do elewacji, oferowanych przez markę Foveo, takich jak: tynki mineralne, akrylowe, silikatowe, silikonowe, elastomerowe oraz różnego typu farb elewacyjnych. Większa część palety obejmowała barwy ciepłe – różne odcienie żółtej i czerwonej ochry, tradycyjnie najbardziej popularne w architekturze Polski południowej. Istotnym, z punktu widzenia architekta, problemem związanym z jej użyciem było nierównomierne stopniowanie skali jasności. Szeregi monochromatyczne zawierały niejednokrotnie bardzo zbliżone do siebie barwy, które widziane z dystansu od 20 do 50 m., charakterystycznego dla obserwacji architektury, wydawały się identyczne. Dodatkowo, w przypadku barw rozbielonych, odcienie pochodzące od barw pokrewnych stawały się trudne do rozróżnienia. Istotnym brakiem była niewielka ilość odcieni szarości. Wraz z rosnącą modą na barwy achromatyczne w architekturze, szczególnie widoczną w budownictwie mieszkaniowym, powstającym w ostatnich 10 latach w dużych miastach, inwestorzy zaczęli poszukiwać szerszego wyboru w zakresie szarości. Przekazane przez firmę Śnieżka rankingi sprzedaży wskazały konsekwentny wzrost popytu na barwy achromatyczne, dostępne w dotychczasowej ofercie.

Do szczegółowej analizy palety Foveo Tech wykorzystany został NCS Colour Atlas. Dla wszystkich wchodzących w skład palety próbek tynków za pomocą oceny wizualnej odnalezione zostały najbliższe notacje NCS. Barwy z obecnej palety przyporządkowano

The analysis of the existing palette

The colour palette of Foveo Tech used so far, consisted of 240 colours arranged in six-degree brightness scales. Its colour range was intended for all exterior products offered by Foveo, such as: mineral, acrylic, silicate, silicone and elastomer renders, as well as different types of exterior paints. Most of the palette included warm colours - various shades of yellow and red ochre, traditionally the most popular colours in southern Poland's architecture. From the architect's point of view, one of the most important problems considering the use of those colours was the uneven gradation of the brightness scale. The monochromatic strings repeatedly contained very similar colours, which seen from a distance of 20 to 50 m, a characteristic distance for architectural observation, seemed identical. Additionally, in case of whitened colours, tints based on related colours became difficult to distinguish. An important shortage was the small amount of grey shades. Along with the growing fashion for achromatic colours in architecture, especially visible in housing construction created in the last 10 years in big cities, investors began to look for a wider choice in grey scale. The sales rankings provided by Śnieżka showed a consistent increase in achromatic colours demand available in the current offer.

The NCS Colour Atlas was used for a detailed analysis of the Foveo Tech palette. For all the render samples in the palette, the nearest NCS notations were found via visual assessment. The colours from the current palette were assigned to the corresponding NCS monochromatic triangles to show in which area there is an excessive accumulation of colours and where there could be potentially more of them. The distribution of the current colours was also analysed in terms of looking for features such as: whiteness, blackness and chromaticness.

odpowiednim trójkątom monochromatycznym NCS tak, aby wykazać w jakim obszarze występuje nadmierne nagromadzenie barw a gdzie mogłoby ich być potencjalnie więcej.

Przeanalizowano również rozkład obecnych barw pod kątem cech takich jak: zawartość bieli (whiteness), zawartość czerni (blackness) i chromatyczność (chromaticness). Znalezienie właściwej równowagi pomiędzy chromatycznością (chromaticness) i zczernieniem (blackness) stanowić miało podstawowe założenie dla nowo opracowywanej palety.

Kontekst architektoniczny

Punktem wyjścia do tworzenia nowej palety Foveo Tech była analiza wybranych obszarów obejmujących intensywną zabudowę jednorodzinna. Były to krakowskie gminy Zabierzów, Zielonki i Michałowice oraz świętokrzyskie Jędrzejów i Chęciny. Przegląd rozwiązań kolorystycznych ww. rejonów wykazał wyraźny podział na architekturę sprzed roku 2000 w barwach ciepłych i nowe inwestycje w bielach i szarościach. Tradycyjne rozwiązania bazowały głównie na tynkach w odcieniach beżu i żółcieni łączonych z czerwoną barwą dachu oraz rzadziej z dachem brązowym. W nowych domach jednorodzinnych pojawił się wyraźny trend w kierunku zastosowania połączenia grafitowego lub czarnego dachu z białą lub szarą kolorystyką ścian. Znaleziono pojedyncze przykłady zielonych i niebieskich elewacji, jednak w Polsce stanowią one rozwiązania zdecydowanie niszowe. Mimo, że podjętą analizę trudno uznać za reprezentatywną, wykazała ona niezwykle skromny zakres rozwiązań kolorystycznych, stosowanych przez prywatnych inwestorów. Jest to zaskakujące w kontekście bogactwa palet kolorystycznych dostępnych na rynku tynków i materiałów wykończeniowych. Znaczenie barwy w kształtowaniu wizerunku polskich miast dociera do powszechnej świadomości bardzo powoli, jednak można mieć nadzieję, że wraz z rosnącą integracją lokalnych społeczności oraz

Finding the right balance between chromaticness and blackness was the basic assumption for the newly developed palette.

The architectural context

The starting point for creating a new Foveo Tech palette was the analysis of areas including intense single-family housing. These were Cracow-based municipalities of Zabierzow, Zielonki and Michalowice and such towns as Jędrzejow and Chęciny placed in Swietokrzyskie Voivodeship. The overview of colour solutions in these areas showed a clear division into architecture from before 2000 in warm colours and new investments in white and grey. Traditional solutions were based mainly on renders in shades of beige and yellow combined with red rooftops and less often brown rooftops. In new single-family houses a clear trend has been revealed in using a combination of graphite or black rooftops with white or grey walls. Single examples of green and blue facades have been found, however in Poland they are definitely a rare solution. Although the undertaken analysis is hardly to be considered as representative, it showed an extremely modest range of colour solutions used by private investors. This is surprising in the context of the diversity of colour palettes available on the render and finishing materials market. The meaning of the colour in shaping the image of Polish cities reaches the general awareness very slowly, however the growing integration of local communities and development of urban movements brings hope for the improvement of this situation. Currently in local spatial development plans there is no information on architectural colouration. In other countries (such as France, Italy, Switzerland), the so-called “colour plans” are created for selected cities, districts or locations of special importance. They are limiting the possible colour palette while providing the investors with a choice of colours that suit their preferences. In Poland architectural colouration projects refer to individual buildings, requiring

rozwojem ruchów miejskich sytuacja ulegnie poprawie. Obecnie w lokalnych planach zagospodarowania przestrzennego brak jest jakichkolwiek informacji na temat kolorystyki architektury. W innych krajach (np. Francja, Włochy, Szwajcaria) powstają tzw. „plany kolorystyczne” (colour plans) dla wybranych miejscowości, dzielnic czy miejsc o szczególnym znaczeniu. Ograniczają one możliwą paletę barw zapewniając równocześnie inwestorom wybór kolorystyki odpowiadającej ich preferencjom. W Polsce projekty kolorystyki architektury dotyczą indywidualnych budynków, wymagając ewentualnie akceptacji miejskiego konserwatora zabytków w obszarach objętych ochroną. Na terenach podmiejskich i wiejskich panuje całkowita swoboda. Ze względu na fakt, że odbiorcy korzystają zwykle ze wzorników materiałów gotowych można postawić tezę, że odpowiedni dobór barw dostępnych we wzorniku ma wielki wpływ na wygląd otaczającej nas architektury. Jeśli we wzorniku znajdują się zbyt nasycone barwy, może się okazać, że właśnie one wzbudzą zainteresowanie niektórych odbiorców. Dlatego w przypadku wzorników elewacyjnych każda z barw powinna zostać wybrana ze świadomością faktu, że nie będą korzystać z nich architekci, którzy mają do dyspozycji o wiele szersze palety (np. NCS), lecz laicy kierujący się w swoich decyzjach wyłącznie subiektywnymi preferencjami.

Skala jasności

Pracę nad nową paletą rozpoczęłam od prób dotyczących skalowania jasności kolejnych barw. Uporządkowanie barw w skalach monochromatycznych jest korzystne ze względu na fakt, że w kolorystyce elewacji często wykorzystywane są 2 barwy o różnych jasnościach. Podkreślają one, nie zaburzając spójności kolorystycznej, podziały budynku, wybrane detale architektoniczne (np. obramowanie okien, cokół itp.) lub, w przypadku gdy elewacja jest zbyt monotonna, mogą takie podziały wprowadzać.

prospectively an approval of a city conservator in specially protected areas. There is total freedom in this subject in suburban and rural areas. Due to the fact, that the recipients usually use templates of prepared materials, a thesis can be developed, that the appropriate choice of colours available in the template format has a great impact on the appearance of the surrounding architecture. If the template is filled with too saturated colours, it may turn out, that especially they will arouse the interest of some recipients. That is why in case of external templates, each colour should be chosen with the awareness that it will not be used by architects, who have much wider palettes (e.g. NCS) at their disposal, but rather by laymen whose decisions are guided only by subjective preferences.

The brightness scale

I started working on the new palette from attempts to scale the brightness of subsequent colours. Ordering the colours in monochromatic scales is beneficial due to the fact, that in the external colouration, 2 colours of various brightness are often used. They are emphasising, without disturbing the colour coherence, the divisions of a building, selected architectural details (e.g. window frames, a pedestal, etc.) or, if the facade is too monotonous, they can introduce such divisions. The brightness contrast in architecture requires adequate amplification in relation to the contrast observed in colour samples. This is due to the bigger distance between an observer and a surface of a wall, occurring differences in lighting of protruding and retracted surfaces, changing light conditions in different times of the day and year, and the render aging process under the influence of UV radiation and precipitations. Also, the grainy structure of a surface weakens the brightness contrast. The use of too little brightness contrast between the colours used in the external colouration is considered as a basic mistake made by the designers. In order to develop the model scale of brightness, large-format samples

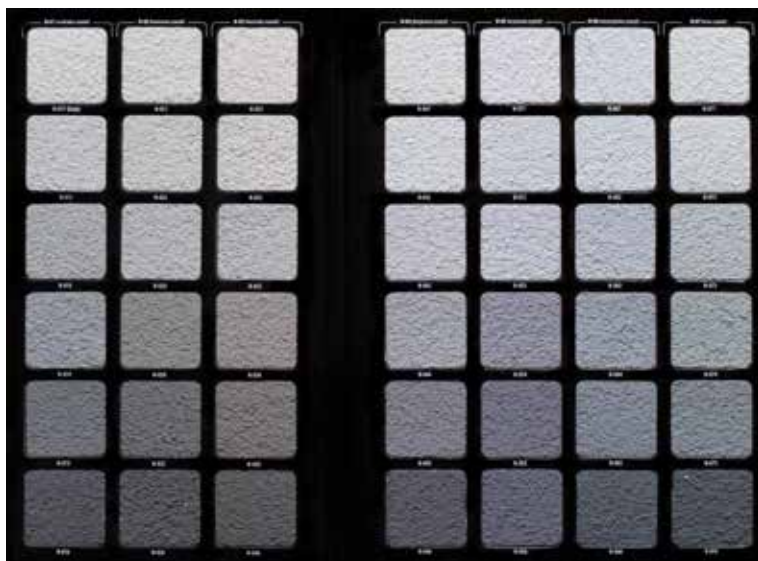
Kontrast jasności w architekturze wymaga odpowiedniego wzmocnienia w stosunku do kontrastu obserwowanego na próbkach barwnych. Dzieje się tak ze względu na większy dystans pomiędzy obserwatorem a powierzchnią ściany, występujące różnice w oświetleniu powierzchni wystających i cofniętych, zmieniające się w różnych porach dnia i roku warunki świetlne oraz starzenie tynku pod wpływem promieniowania UV i opadów atmosferycznych. Również ziarnista struktura powierzchni osłabia kontrast jasności. Zastosowanie zbyt małego kontrastu jasności pomiędzy barwami wykorzystanymi w kolorystyce elewacji stanowi podstawowy błąd, popełniany przez projektantów. W celu opracowania wzorcowej skali jasności przygotowane zostały wielkoformatowe próbki tynków o wymiarach 1 m x 1 m z gramaturą ziaren od 1,5 do 3 mm (faktura tzw. baranek), naniesione na płyty pilśniowe. Ich notacje NCS to kolejno: S 0300 N, S 1000 N, S 1500 N, S 2000 N, S 2500 N, S 3000 N, S 3500 N, S 4000 N, S 4500 N, S 5000 N, S 5500 N, S 6000 N, S 6500 N, S 7000 N. Z próbek układane były różnej długości skale, które następnie oceniano z odległości 30 i 50 m. Rozważane były opcje cztero-, pięcio- i sześciostopniowych skal, z których odbiorcy, w zależności od potrzeb, mogliby wybrać dwie lub trzy odpowiednio różniące się jasnością barwy. Ostatecznie powstała 6-stopniowa skala achromatyczna, obejmująca następujące barwy: S 0300 N, S 1000 N, S 2000 N, S 3500 N, S 5000 N, S 6500 N. Jednak ze względu na różnice specyficznej jasności pomiędzy barwami chromatycznymi, początkowe założenie, aby utrzymać to samo stopniowanie jasności w przypadku różnych barw chromatycznych, okazało się niemożliwe do realizacji.

of renders with dimensions of 1 m x 1 m were prepared, with surface density of particle size ranging from 1.5 to 3 mm, applied to fibreboards. Their NCS notations are: S 0300 N, S 1000 N, S 1500 N, S 2000 N, S 2500 N, S 3000 N, S 3500 N, S 4000 N, S 4500 N, S 5000 N, S 5500 N, S 6000 N, S 6500 N, S 7000 N. Different lengths of scales were laid out from the samples, which were then evaluated from a distance of 30 and 50 m. Four-, five- and six-degree scales options were considered, from which the recipients, depending on their needs, would choose two or three colours respectively different in brightness. Finally a 6-degree achromatic scale was created, including the following colours: S 0300 N, S 1000 N, S 2000 N, S 3500 N, S 5000 N, S 6500 N. However, because of the differences of specific brightness between chromatic and achromatic scales, the initial assumption of maintaining the same degree of brightness in case of different chromatic colours was impossible to implement.



Paleta szarości

Pierwszą opracowywaną grupą barw była paleta szarości. Ważnym założeniem projektu było rozszerzenie palety szarości tak, aby umożliwić korzystającym z wzorników Foveo Tech użycie nie tylko barw achromatycznych ale także szarości chromatycznych. Po przeprowadzeniu szeregu prób barwienia tynków, stworzonych zostało 6 linii chromatycznych szarości: Y, Y50R, R, R50B, B i G. Każda z nich posiada 6 stopni jasności. Dwa najciemniejsze stopnie rekomendowane są do detali architektonicznych i niewielkich powierzchni. Rozszerzona paleta szarości liczy, wraz ze skalą achromatyczną, 42 barwy. Aby umożliwić wprowadzenie akcentów kolorystycznych, występujących często w architekturze nowoczesnej, do szarości dodanych zostało 12 barw o powiększonej chromatyczności. Nie powinny one być stosowane na większych powierzchniach, co zawarte zostało w odpowiedniej informacji. Paleta szarości przygotowana została w formie wybarwień o strukturze tynku, co umożliwiło wprowadzenie niezbędnych korekt.



The grey palette

The first colour group that was developed was a grey palette. An important assumption of the project was to extend the grey palette in order to enable the Foveo Tech template users to use not only achromatic colours but also chromatic shades of grey. After a series of render staining tests, 6 lines of chromatic shades of grey were left: Y, Y50R, R, R50B, B and G. Each of them has 6 degrees of brightness. Two darkest degrees are recommended for architectural details and small surfaces. The extended grey palette with the achromatic scale counts 42 colours. To allow for the introduction of colour accents, appearing often in modern architecture, 12 colours with increased chromaticity were added to the grey shades. They should not be used on larger surfaces, as stated in the relevant information. The grey palette was prepared in a form of dyeing with a render structure, which made it possible to implement necessary corrections.



Paleta barw chromatycznych

Paleta barw chromatycznych liczy 43 linie barw, z których większość należy do obszaru pomiędzy Y a R. Skale jasności tworzone są poprzez dodawanie bieli zarówno do barw o większej chromatyczności (chromaticness: 40), jak i takich, które zawierają znaczny procent czerni (blackness: 40). Rozkład tonów barwnych odpowiada przewidywanym preferencjom odbiorców; zawierając najwięcej barw o odcieniach: Y40R, Y50R, Y60R, Y70R. Zaproponowane zostały również mniej typowe barwy z zakresów G10Y – G90Y oraz R80B – B. Barwy w palecie Foveo Tech posiadają współczynniki odbicia od 15% do 85%, przy czym te poniżej 25% nie powinny być stosowane na dużych powierzchniach ze względu na naprężenia, powstające w wyniku nagrzewania ściany przez promienie słoneczne. Pełna paleta barw chromatycznych Foveo Tech obejmuje 258 wzorców. Liczba ta wydaje się rozsądnym kompromisem pomiędzy dążeniem do umożliwienia odbiorcy jak największego wyboru a ograniczeniami technologicznymi, powodującymi, że wybarwienie tynków w masie nigdy nie zapewni tak precyzyjnego odwzorowania barwy, jak dzieje się to w przypadku druku. Mnożenie podobnych do siebie barw jest działaniem iluzorycznym, w gruncie rzeczy utrudniającym wybór właściwego odcienia. Równocześnie ważnym założeniem było ograniczenie ilości barw o zbyt dużym nasyceniu tak, aby nie sugerować odbiorcom rozwiązań niekorzystnych. Należy podkreślić, że próbka tynku we wzorniku nigdy nie odpowiada wrażeniu, które uzyskamy docelowo na ścianach budynku. Z tego powodu do dobrych praktyk należy wykonywanie w docelowym miejscu wielkoformatowych próbek przed dokonaniem ostatecznego wyboru barwy. Przygotowywana dla Foveo Tech paleta barw była kilkakrotnie weryfikowana poprzez ocenę próbek barwnych, wykonanych w formacie 1 x 1 m.

The chromatic colours palette

The chromatic colours palette has 43 colour lines, most of which belong to the area between Y and R. The brightness scales are created by adding white to both colours with higher chromaticity (chromaticness: 40), and to colours containing a significant percentage of black (blackness: 40). The distribution of colour tones corresponds to the anticipated recipients' preferences; containing the most colours in shades: Y40R, Y50R, Y60R, Y70R. Also, less typical colours were proposed from the G10Y – G90Y and R80B – B ranges. The colours in the Foveo Tech palette have the reflection rate from 15% to 85%, while those below 25% should not be used on the larger surfaces because of the stressing resulting from the wall heating by sun rays. Full Foveo Tech chromatic colours palette includes 258 colour samples. This number seems to be a reasonable compromise between pursuit to allow the recipient as much choice as possible and technological constraints, causing that the render staining in the mass will never provide such a precise reproduction of colour, as it happens in case of printing. The multiplication of similar colours is an illusory activity, which in its essence makes it more difficult to choose the right shade. At the same time, limiting the number of colours with too high saturation, so as not to suggest unfavourable solutions to recipients, was an important assumption. It should be emphasised, that the render sample in the template will never present the impression that will be eventually achieved on the building walls. For this reason, it is a good practice to make a large-scale samples on the target building before making the final choice of a colour. The colour palette prepared for Foveo Tech was verified several times by the evaluation of colour samples in 1 x 1 m formats.



Systematyka i nazewnictwo barw

Uporządkowanie i notacja barw we wzorniku stanowi ważny element pozwalający na łatwe odnalezienie poszukiwanej barwy oraz ocenę jej relacji w stosunku do innych barw. Równocześnie, oprócz notacji cyfrowej, we wzornikach firmowych bardzo często pojawiają się nazwy kolorów. Stanowią one efekt działań pracowników działu marketingu, pragnących zbudować odpowiednią „historię” wokół barwy. Handlowe nazwy barw jedynie w części wykorzystują przyjętą w tej dziedzinie nomenklaturę, zwykle odwołując się do różnego typu asocjacji. Przykładem może być architektoniczna paleta barw Ceresit „Colours of Nature” zawierająca barwy takie jak: „Sahara”, „California”, „Gobi”, „Dakota”, „Florida”, „Kalahari” itp. Mimo, że nazwy te nie wskazują w jednoznaczny sposób odcienia barwy, mogą dla niektórych odbiorców podnieść jej atrakcyjność. Z pewnością również ułatwiają zapamiętywanie.

W przypadku palety Foveo Tech nazewnictwo i zapis barwy stanowiły element koncepcji projektowej, odzwierciedlając przyjętą systematykę barw. Wyróżnionych zostało siedem „rodzin barw”: szarości (N), żółcienie (Y), pomarańcze (O), czerwienie (R), fioleto (V), błękity (B) i zielenie (G). W obrębie każdej z grup uwzględniono, w zależności od jej popularności w architekturze, określoną liczbę linii kolorystycznych. Linia kolorystyczna składa się z 6 barw monochromatycznych, o wspólnej nazwie (np. czerwień żelazowa), i zróżnicowanych jasnościach. Nazwy są, w miarę możliwości, zostały oparte na przyjętej nomenklaturze barw w języku polskim. W notacji barw został użyty literowo-cyfrowy zapis np. R-081, w którym pierwszy znak stanowi wskazanie rodziny barw (R), dwa kolejne (08) linii a ostatni (1) stopnia jasności. Tego typu zapis umożliwia w przyszłości rozszerzenie wzornika o kolejne linie barw.

The taxonomy and onomastics of colours

Ordering and notation of colours in the template is an important element that allows to easily find the desired colour and to assess its relation with other colours. At the same time, except for digital notation, the names of colours appear in company templates. They are often the effect of work of marketing department employees, who want to build the right “story” around the colour. Commercial names of colours only partly use the nomenclature adopted in this field, usually referring to different types of associations. One of the examples is the Ceresit architectural colour palette “Colours of Nature”, containing colours such as: “Sahara”, “California”, “Gobi”, “Dakota”, “Florida”, “Kalahari”, etc. Although these names do not clearly indicate the shade of the colour, they can increase the attractiveness of colours for some recipients. Certainly, they also simplify memorising.

In case of the Foveo Tech palette, the naming and the registration of colours were part of the design concept, reflecting the adopted colour taxonomy. Seven “colour families” were distinguished: grey (N), yellow (Y), orange (O), red (R), purple (V), blue (B) and green (G). Within each group, depending on its popularity in the architecture, a certain number of colour lines were considered. A colour line consists of 6 monochromatic colours, with a common name (e.g. red ochre) and varied brightness. The names, where possible, have been based on the generally accepted colour nomenclature in Polish. In colour naming a letter-digit notation was used, e.g. R-081, in which the first character is indicating the colour family (R), two consecutive ones (08) the line, and the last one (1) the degree of brightness. That type of colour notation allows for future extension of the template with subsequent colour lines.

Badania percepcji wybranych barw z palety tynków Foveo Tech

Aby zbadać zmiany dotyczące percepcji zaprojektowanych w paletcie Foveo Tech barw w warunkach zbliżonych do naturalnych, zorganizowana została seria testów wizualnych. Badanie odbyło się na terenie kampusu Politechniki Krakowskiej przy ul. Podchorążych 1, w dwóch etapach, mających miejsce w czerwcu i październiku 2017. Wzięło w nim udział 64 uczestników, w większości studentów architektury PK oraz wzornictwa przemysłowego ASP, którzy wcześniej zostali przeszkoleni w zakresie użycia systemu NCS oraz przetestowani pod kątem prawidłowego widzenia barw. Do badania wybranych zostało 12 barw, uznanych za reprezentatywne dla zakresu kolorystyki palety Foveo Tech. W skład zestawu wchodziło: 3 barwy z rodziny szarości, 2 barwy żółte, 3 pomarańczowe i po jednej z rodzin czerwieni, fioletów, błękitów i zieleni.

Research on the perception of selected colours from the Foveo Tech render palette

To examine changes in the perception of designed colours in the Foveo Tech palette in conditions close to natural, a series of visual tests was organised. The research took place on the campus of the Tadeusz Kosciuszko University of Technology at Podchorążych 1 Street in two stages, taking place in June and October 2017. 64 participants took part in it, mostly architecture students from the University of Technology and industrial design students from the Academy of Fine Arts, who had previously been trained in the use of the NCS system and tested for correct colour vision. 12 colours, considered as representative for the range of colours in the Foveo Tech palette, were chosen for the testing. The set consisted of: 3 colours from grey family, 2 yellow colours, 3 orange and one from red, purple, blue and green families.





Przygotowano próbki o wymiarach 1x1m, pokryte tynkami barwionymi w masie. Zostały one zawieszono w odległości 30 metrów od miejsca obserwacji. Aby warunki świetlne były możliwie stałe, ustawiono plansze w kierunku północnym, co sprawiało, że nie były one w żadnym momencie oświetlone bezpośrednim światłem słonecznym. Odległość między planszami wynosiła ok. 0,5 m. Obserwatorzy oceniali próbki z wykorzystaniem kartki z kwadratowym otworem o aperturze 1 cm tak, aby sąsiednie barwy nie miały wpływu na ocenę.

Zadaniem uczestników było odszukanie w atlasie NCS barw prezentowanych tynków, a następnie wpisanie ich notacji do przygotowanej karty badania. Nie mogli oni zbliżyć się do plansz z tynkami. Każdy z biorących udział w teście miał godzinę na wykonanie zadania. Zebrane wyniki poddane zostały analizie metodą Karin Fridell Anter (Anter, 2000,



Samples with dimensions of 1 x 1 m were prepared, covered with render stained in mass. They were hung up 30 metres from the observation point. In order for the light conditions to be as constant as possible, the boards were positioned towards the north, which meant they were not illuminated by direct sunlight at any time. The distance between the boards was about 0,5 m. The observers assessed the samples using a paper sheet with 1 cm square aperture, so that the adjacent colours did not affect the assessment.

The participants' task was to find in the NCS atlas colours of presented renders and then enter their notations into the prepared research sheet. They could not approach the boards with renders any closer. Each participant had an hour to complete the task. The collected results were analysed using the Karin Fridell Anter method (Anter, 2000, p. 226), through the NCS colour wheel

s. 226), z wykorzystaniem koła barw NCS i trójkątów monochromatycznych NCS. Dla każdej z próbek obliczona została różnica pomiędzy barwą nominalną a średnią barw percepcyjnych, w zakresie cech takich jak chromatyczność (delta c), szernienie (delta s) i rozbielenie (delta w).

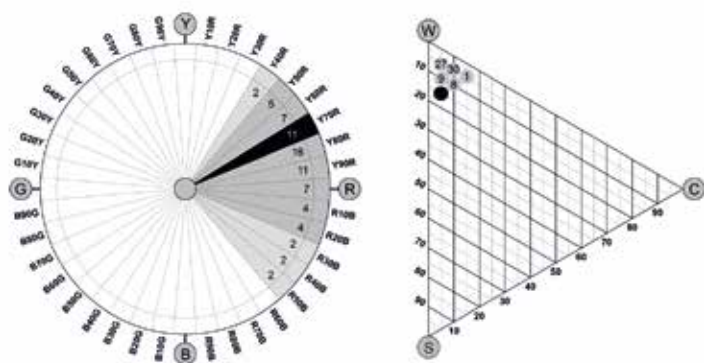
Umieszczenie zaznaczonych szarą barwą odpowiedzi oraz wskazanej czarnym punktem nominalna barwa tynku ukazują kierunki zmian, którym ulegała barwa. Najczęściej występującą różnicą pomiędzy wrażeniem wizualnym a barwą nominalną była zmniejszona zawartość czerni (blackness). Niezależnie od tonu barwnego i nasycenia, barwy ulegały „wizualnemu wyczyszczeniu” a wrażenie szernienia próbki zmniejszało się średnio o ok. 5%. Zmniejszeniu zawartości czerni towarzyszył zwykle wzrost zawartości bieli (whiteness), przyczyniając się do ogólnego rozjaśnienia barwy percepcyjnej.

W zakresie chromatyczności spodziewane wzmocnienie nasycenia wystąpiło jedynie w około połowie przypadków. Dotyczyło ono barw o nominalnie największym oraz najmniejszym

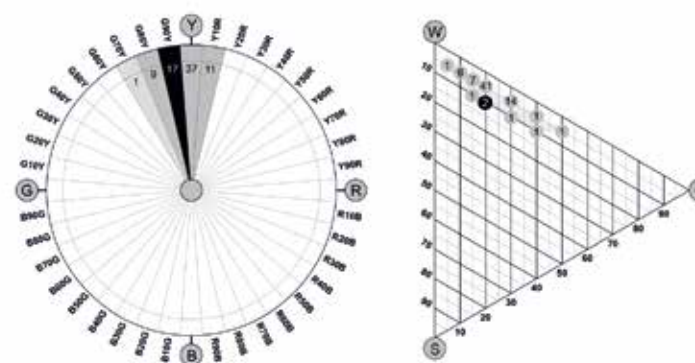
and NCS monochromatic triangles. For each of the samples, the difference between the nominal colour and the average perceptual colours was calculated, in terms of chromaticity (delta c), blackening (delta s) and whitening (delta w).

The answers, marked in the form of grey points, and the nominal colour of the render, marked with black point, show the directions of changes, which the colour underwent. The most common difference between the visual impression and the nominal colour was the reduced blackness. Regardless of the colour tone and saturation, the colours were “visually cleared” and the blackening sample effect was reduced by about 5% on average. The reduction of blackness was usually accompanied by an increase in whiteness, contributing to the general brightening of the perceptual colour.

In the chromaticity range, the expected saturation gain occurred only in about half of the cases. It concerned colours with nominally the highest and lowest saturation. The greyness was generally assessed as chromatic, but its shade was indicated ambiguously. Achromatic greyness S 2500 N was rated by 41



S1505 - Y70R



S1020 - G90Y

nasyceniu. Szarości z reguły oceniane były jako chromatyczne, jednak ich odcień był wskazywany w sposób niejednoznaczny. Achromatyczna szarość S 2500 N przez 41 obserwatorów oceniona została jako niebieskawa, 17 dostrzegło w niej zieleni a 5 odcień fioletowo-niebieski. 10 obserwatorów określiło S 2500 N jako ciepłą szarość a jedynie 4 osoby rozpoznały w niej barwę neutralną.

W zakresie zmian odcienia również odnotowano szereg prawidłowości, które zostały zaprezentowane w formie graficznej w kole barw NCS. Barwa czarna wskazuje położenie nominalnej barwy tynku, barwy szare – zakres udzielonych odpowiedzi. Pozorna zmiana temperatury barwy (schłodzenie w kierunku barw zielonych lub niebieskich) dotyczy części wykorzystanych w badaniu próbek barwnych. Barwy żółte przesuwały się wyraźnie w kierunku zieleni, podczas gdy barwy pomarańczowe pozostawały dość stabilne, np. w przypadku S 1020 Y30R – 30 obserwatorów dobrze określiło odcień a w przypadku S 3040 Y70R było aż 38 wskazań zgodnych z barwą nominalną. Dla barwy Y90R obserwatorzy wskazywali zarówno kolory cieplejsze (w kierunku barw pomarańczowych), jak i chłodniejsze (w kierunku fioletów). Dość stabilna pod względem odcienia pozostawała również barwa niebieska R90B, jednak może to wynikać z faktu dość skromnej reprezentacji barw z tego zakresu w systemie NCS.

Wyniki badania zaprezentowane zostały na międzynarodowej konferencji International Colour Association „Colour & Human Comfort” w Lizbonie we wrześniu 2018 oraz konferencji „Dzień Barwy 2018” w Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie.

Licząca 312 barw paleta Foveo Tech została wprowadzona na rynek w roku 2018.

observers as bluish, 17 noticed some green in it, and 5 pointed out purple-blue shades. 10 observers described S 2500 N as warm grey and only 4 people recognised the neutral colour in it.

In the area of hue changes, a number of regularities were also noted, which were presented graphically on the NCS colour wheel. The black colour indicates the location of the nominal colour of the render, while grey colours - the range of responses given. The apparent colour temperature change (cooling towards green and blue colours) applies to the parts used in the tested colour samples. Yellow colours shifted clearly towards the green, while orange colours remained fairly stable, e.g. in case of S 1020 Y30R - 30 observers defined the hue well and in case of S 3040 Y70R there were as many as 38 correct indications of the nominal colour. For the Y90R the observers indicated both warmer colours (towards orange) and cooler (towards purple). The blue colour R90B was also quite stable in terms of shade, however, this may be due to the fact of quite modest representation of this colour range in the NCS system.

The results of the study were presented at the international conference of the International Colour Association “Colour & Human Comfort” in Lisbon in September 2018 and at the conference “Dzień Barwy 2018” (Day of Colour 2018) at the Academy of Fine Arts in Cracow.

The Foveo Tech palette containing 312 colours was launched in 2018.

MAGNAT CERAMIC CARE

Wprowadzenie

Magnat stanowi, wśród marek należących do Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka S.A., pozycję wyjątkową ze względu na aspiracje do segmentu premium. Wielu odbiorców nie zdaje sobie sprawy, że jest to produkt wytwarzany przez Fabrykę Śnieżka, gdyż jego system identyfikacji wizualnej oraz barwy są całkowicie odrębne od identyfikacji firmowej a logo Śnieżki nie pojawia się na opakowaniach. Marka powstała w roku 2005 i była pozycjonowana cenowo pomiędzy markami popularnymi a produktami z wyższej półki (Para, Benjamin Moore). Przelomowym momentem w rozwoju marki było wprowadzenie na rynek w roku 2013 serii farb ceramicznych. Farby tego typu, ze względu na zawartość mikro-kulek ceramicznych, są odporniejsze od zwykłych farb lateksowych i akrylowych, wykazując dużą twardość powierzchni i plamoodporność. Ze względu te cechy oraz przystępną cenę produkt okazał się sukcesem.

W roku 2016 Śnieżka postanowiła powiększyć ofertę Magnat Ceramic o farby o specjalnych właściwościach, których składnik wychwytuje i neutralizuje obecny w powietrzu szkodliwy dla człowieka formaldehyd (CH_2O), którego źródłem mogą być meble, panele podłogowe, materiały budowlane, dywany czy wykładziny. Na etapie opracowania farba nazwana została roboczo Magnat Cleanair a jej wprowadzenie na rynek zaplanowane zostało na wiosnę 2017. Kolory Magnat noszą charakterystyczne nazwy związane z kamieniami szlachetnymi i półszlachetnymi, co wiąże się z używanym sloganem reklamowym „Magnat. Magia szlachetnych barw”. Zarówno sama nazwa marki, jak i nazwy kolorów mają trafić do odbiorców zainteresowanych nowinkami i modą, którzy, nie korzystając z pomocy architekta wnętrz, chcą uzyskać wnętrza o przyciągających uwagę barwach.

MAGNAT CERAMIC CARE

Introduction

Magnat has, among other brands belonging to Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A., an exceptional position due to the aspirations for the premium segment. Many recipients do not realise that it is a product produced by Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka, because its visual identification system and colours are completely separate from corporate identity and the Śnieżka's logo does not appear on the packaging. The brand was created in 2005 and was positioned in terms of price between popular brands and high-end products (Para, Benjamin Moore). A breakthrough in the development of the brand was the introduction of a series of ceramic paints in 2013. That kind of paints, due to the content of ceramic micro-beads, is more resistant than ordinary latex and acrylic paints, showing high surface hardness and stain-resistance. Due to these features and an affordable price, the product turned out to be a success.

In 2016, Śnieżka decided to enlarge the offer of Magnat Ceramic with paints containing special properties, the component of which captures and neutralises the formaldehyde (CH_2O) present in the air and harmful to humans, the source of which may be furniture, floor panels, building materials, carpets or floor coverings. At the stage of development, the paint was named Magnat Cleanair and its introduction to the market was planned for spring 2017. Magnat colours bear characteristic names associated with gemstones, which links them with the advertising slogan “Magnat. Magia szlachetnych barw” (Magnat. The magic of noble colours). Both the brand name and the colour names are intended for recipients interested in new information and fashion, who are not using the help of interior architects and want to get a characteristic interior with eye-catching colours.

Założenia projektowe

Celem projektu było opracowanie palety barwnej dla wprowadzanej na rynek linii farb ceramicznych do wnętrz Magnat liczącej ok. 50 barw. Ze względu na odporność farby na uszkodzenia oraz możliwość łatwego utrzymania czystości powierzchni, w paletcie mogły się pojawić zarówno bardzo jasne, jak i ciemne barwy. Zestaw kolorów nie miał stanowić wyrównanej reprezentacji całego zakresu barw, lecz koncentrować się na obszarach, które cieszą się największym zainteresowaniem odbiorców. Równocześnie w pracach miały zostać uwzględnione informacje na temat trendów barwnych na lata 2017-2019. Istotną wartością proponowanego rozwiązania (o dość ograniczonej ilości barw) miało być dodanie do palety barw do tej pory nieobecnych w innych markach Śnieżki. Paleta miała zostać przygotowana w formie serii wybarwień, które wraz z dokonanymi pomiarami spektrofotometrycznymi, miały posłużyć do recepturowania barw przez dział technologiczny. Linia Magnat Cleanair miała być promowana w katalogu zawierającym wizualizacje wnętrz o różnych stylach, z wykorzystaniem barw z kolekcji Magnat Cleanair i Magnat Ceramic.

Moim zadaniem było przygotowanie wzorców dla nowej palety barw, nadzór nad efektami procesu recepturowania, opracowanie tzw. „poradnika kolorów”, opisującego oddziaływanie każdej z barw oraz przygotowanie koncepcji katalogu.

Trendy barwne

Trendy barwne stanowią zjawisko, do którego środowisko projektantów podchodzi dość krytycznie. Sezonowe barwy mające oddziaływać na emocje klientów i skłaniać ich do nabywania kolejnych, niepotrzebnych produktów wywołują uzasadnione wątpliwości. W wielu medialnych wypowiedziach

Design assumptions

The goal of the project was to develop a colour palette for approximately 50 colours of Magnat paint line that was being introduced to the market. Due to the paint's resistance to damage and the ability to easily keep the surface clean, very bright and dark colours could appear in the palette. The set of colours was not intended to be a balanced representation of the entire range of colours, but rather to concentrate on the areas that are the most popular among the recipients. At the same time, the work was to include information on colour trends for years 2017-2019. An important value of the proposed solution (with a fairly limited number of colours) was to be the addition of colours to the palette that were not yet available in other Śnieżka brands. The palette was to be prepared in the form of a series of handmade colour samples, which along with the spectrophotometric measurements, were to be used by the technology department to formulate colours. The Magnat Cleanair line was to be promoted in a catalogue containing visualisation of interiors with different styles, using the colours from the Magnat Cleanair and Magnat Ceramic collections.

My task was to prepare the patterns for the new colour palette, supervising the effects of the formulation process, developing the so-called “colour guide” describing the impact of each colour and the preparation of the catalogue concept.

Colour trends

Colour trends are a phenomenon towards which the designers' environment is quite critical. Seasonal colours that affect the customers' emotions and encourage them to acquire new, unnecessary products cause justified doubts. In many media statements, the designers are running away from fashion interests,

projektanci odzegnują się od jakiegokolwiek zainteresowania modą, przypisując swoje decyzje projektowe wyłącznie kryteriom obiektywnym. W przypadku barwy nie jest to do końca uczciwe. Oczywiście, również w dziedzinie kolorystyki istnieje wiele uwarunkowań obiektywnych, m. in.: psychofizjologiczne oddziaływanie barwy, jej wpływ na postrzeganie cech formy, wartości informacyjne, funkcjonalne, tożsamość marki. Prawdą jest również, że dla firmy najważniejszym kryterium są informacje dotyczące wyników sprzedaży, uzyskiwane od dystrybutorów. Slogan amerykańskiego stowarzyszenia Color Marketing Group „Color Sells and The Right Color Sells Better”, oddaje w bezpośredni sposób oczekiwania zleciodawców.

Mechanizm tworzenia trendów barwnych wywodzi się z branży tekstylnej, w której barwa w najbardziej bezpośredni sposób wpływa na decyzje zakupowe. Na początku XX wieku, wraz z upowszechnieniem się odzieży prêt-à-porter, uległ rozluźnieniu związek producenta z odbiorcami. Wcześniej usługi krawieckie były bezpośrednio dedykowane potrzebom konkretnego odbiorcy, również w zakresie barwy. Producent odzieży seryjnej nie był w stanie poznać preferencji swoich klientów, szczególnie gdy sprzedawał towary w wielu miastach a nawet krajach. Z oczywistych względów zaoferowanie szerokiej palety barw dla wyrobów seryjnych nie było możliwe a błędne decyzje skutkowały poważnymi konsekwencjami ekonomicznymi. Stworzenie gotowych palet kolorystycznych było rozwiązaniem, które po raz pierwszy pojawiło się w USA (Diane, Cassidy 2005, s. 12). W roku 1931 został utworzony The British Colour Council. Te i podobne instytucje angażowały się zarówno w standaryzację barw, jak i ich koordynację w kolejnych latach.

Największy rozwój usług w zakresie prognozowania trendów nastąpił w latach dziewięćdziesiątych XX w. Dotyczył on nie tylko branży odzieżowej lecz również innych, w których barwa stanowi

attribution their design decisions only to the objective criteria. In the case of a colour, it is not entirely fair. Of course, also in the field of colour design, there are many objective conditions, among others: psychophysiological interaction of colour, its impact on the perception of the form features, informational and functional values, brand identity. It is also true that for a company the most important criterion is information on sales results obtained from the distributors. The slogan of the American association Colour Marketing Group, “Colour Sells and The Right Colour Sells Better”, directly reflects the expectations of the constituents.

The mechanism of creating colour trends comes from the textile industry, in which the colour most directly affects shopping decisions. At the beginning of the 20th century, with the proliferation of prêt-à-porter clothing, the relationship between the producer and the recipient loosened. Previously, tailoring services were directly dedicated to the needs of specific recipients, also in terms of colour. The manufacturer of serial clothing was not able to learn the preferences of his customers, especially when he was selling goods in many cities and countries. For obvious reasons, offering a palette with wide range of colours for serial products was not possible and wrong decisions resulted in serious economic consequences. The creation of ready-made colour palettes was the solution, which first appeared in the USA (Diane, Cassidy 2005, p. 12). In 1931 The British Colour Council was created. These and similar institutions were involved in the colour standardisation and their coordination in the following years.

The largest development of trend forecasting services took place in the 1990s. It concerned not only the clothing industry, but also others in which colour is an important feature of products. Various methods have been created to allow the predictions of future recipients' preferences as accurately as possible.

istotną cechą produktów. Stworzone zostały różnego typu metody, pozwalające w możliwie najdokładniejszym stopniu przewidywać przyszłe preferencje odbiorców.

Ustalenie, z odpowiednim wyprzedzeniem, jakie barwy będą preferowane w branżach, w których kolorystyka ma największe znaczenie, pozwala nie popełnić błędu w skomplikowanym procesie rozwoju nowego produktu. Tworzeniem trendów barwnych zajmuje się szereg firm i instytucji. Do najbardziej znanych należą: Pantone Color Institute, Carlin International, Trend Union, International Colour Authority, Color Marketing Group, i in. Bazują one zwykle na mniejszych lub większych zespołach ekspertów z różnych branż i krajów, doświadczonych zarówno w samej tematyce trendów, jak i zajmujących się bieżącym projektowaniem kolorystyki. Negatywnym efektem tych działań jest unifikacja kolorystyki w kontekście globalnych sieci handlowych, które w różnych krajach świata oferują te same towary.

Trendy barwne w kolorystyce farb do wnętrz

Szczególne pole do zastosowania barwy stanowi projektowanie wnętrz. Popularyzacja czasopism wnętrzarskich oraz przejęcie na początku XXI w. przez design roli, która uprzednio była zarezerwowana dla mody odzieżowej, sprawiły, że zjawisko trendów barwnych zaczęło powoli przenosić się na grunt projektowania wnętrz. Co prawda tutaj częstotliwość zmian wyposażenia i aranżacji jest dużo mniejsza, jednak potrzeba wyboru barw, związana zarówno z projektowaniem nowych przestrzeni, jak i remontami starych dotyczy każdego. Ponieważ ciągle większość osób nie korzysta z pomocy architekta wnętrz a malowanie ścian jest elementem działań DIY, dlatego wybór barw staje się przedmiotem różnego typu poradnictwa.

Establishing in advance which colours will be preferred in the industries in which they are most important enables a complicated process of developing a new product. A number of companies and institutions are creating the colour trends. The most famous are: Pantone Colour Institute, Carlin International, Trend Union, International Colour Authority, Colour Marketing Group, and others. They are usually based on smaller or larger teams of experts from various industries and countries, experienced in both the subject of trends and current colour design. The negative effect of these activities is the unification of colours in the context of global retail chains that offer the same goods in different countries of the world.

Colour trends in the colours of interior paints

A special area for the use of colour is interior design. The popularisation of interior design magazines, and the takeover by the design at the beginning of the 21st century of a role previously reserved for clothing fashion, have caused a phenomenon of colour trends slowly shifting towards the interior design area. Concededly, in this area the frequency of changes in equipment and arrangement is much smaller, however the need to choose colours, associated with both the design of new spaces and renovations of old ones, applies to everyone. The majority of people still do not use the help of an interior architect, and painting walls is a typical DIY activity, thus the choice of colours becomes the subject of various types of counselling.

From the end of 20th century, paint manufacturers tried to create mechanisms similar to those in the textile industry, allowing to use colour trends as an element of marketing strategy. In 2003, the Akzo Nobel group for the first time published its colour palette under the name Colour Futures 2004. Similar activities were then undertaken by other companies, such as PPG, Sherwin-Williams

Już od końca XX w. producenci farb próbowali tworzyć mechanizmy, podobne do tych obowiązujących w branży tekstylnej, pozwalające wykorzystać trendy barwne jako element strategii marketingowej. W roku 2003 koncern Akzo Nobel po raz pierwszy opublikował swoją paletę barw pod nazwą Colour Futures 2004.. Podobne działania prowadzą inne koncerny, takie jak PPG, Sherwin-Williams czy Benjamin Moore. Promują one również tzw. „kolor roku”, który staje się najważniejszym elementem nowej palety. Ponieważ w posiadaniu koncernów znajduje się wiele marek sprzedawanych na całym świecie, opracowane trendy są wielokrotnie wykorzystywane w promocji różnych farb. Podobnie dzieje się na polskim rynku, w przypadku marek będących własnością firm zagranicznych, takich jak Akzo Nobel, PPG, Tikkurila, Benjamin Moore, Para, Flügger i in. Barwy promowane przez nie na kolejne lata stanowią powielenie oferty wykorzystywanej na całym świecie, nie uwzględniając w żadnym stopniu lokalnego odbiorcy.

Trendy barwne w strategii Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka

Firma Śnieżka stanowi w branży farb do wnętrz jedną z nielicznych firm będących w całości w rękach polskich właścicieli. Produkty przez nią oferowane są dostępne w specjalistycznych sklepach oraz marketach budowlanych na terenie Polski i krajów Europy Wschodniej. Śnieżka w swojej ofercie w dużej części bazuje na kolekcjach farb gotowych, chociaż w każdym przypadku istnieje możliwość skorzystania z systemu NCS, w celu poszerzenia zakresu barw.

Od roku 2013 uczestniczyłam w analizach trendów barwnych oraz pracach nad wyborem nowych barw dla kolekcji Barwy Natury, Śnieżka Satynowa a także innych serii o specjalnych funkcjach. W ramach przygotowywania prognoz na kolejne lata brałam udział w targach Salone del Mobile w Mediolanie oraz Targach

or Benjamin Moore. They also promote the so-called “colour of the year”, which becomes the most important element of a new palette. The concerns own a lot of brands sold all over the world, so the developed trends are repeatedly used in the promotion of various paints. It is similar on the Polish market, in case of brands owned by foreign companies, such as Akzo Nobel, PPG, Tikkurila, Benjamin Moore, Para, Flügger and others. Colours promoted by them for subsequent years are a duplication of the offer used all over the world, without taking into account the local recipient.

Colour trends in the strategy of Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka

The Śnieżka company is the only one of the few companies in the painting industry entirely in the hands of Polish owners. The offered products are available in specialist stores and DIY stores in Poland and other Eastern European countries. The Śnieżka's offer is largely based on collections of ready-made paints, although in every case there is a possibility to use the NCS system, in order to widen the range of colours.

From 2013, I participated in colour trends analysis and worked on the selection of new colours for Barwy Natury collection, Śnieżka Satynowa and also other series with special functions. As part of the preparation of forecasts for the following years, I took part in Salone del Mobile expo in Milan and the Furniture Fairs in Poznan, preparing reports on changes of colours. They were included in the annual catalogues projects, presenting the offer of Śnieżka in years 2013-2017 and Magnat in years 2016-2017. In the paint industry it is assumed that information on colour trends for the next year are published in autumn of the previous year. Also then the so-called Colour of the Year is presented. The introduction of new colours to the palette and the development of the catalogue commences each spring. I participated in these

Meblowych w Poznaniu, przygotowując raporty dotyczące zmian kolorystyki. Były one uwzględniane w projektach corocznych katalogów, prezentujących ofertę marki Śnieżka w latach 2013-2017 oraz w latach 2016-17 marki Magnat. W branży producentów farb jest przyjęte, że informacje dotyczące trendów barwnych na kolejny rok publikowane są jesienią roku poprzedniego. Wtedy też ogłaszany jest „kolor roku”. Wprowadzanie do palety nowych barw oraz opracowanie katalogu rozpoczyna się wiosną. Uczestniczyłam w tych działaniach, współpracując z zespołem marketingu firmy Śnieżka latach 2012-2017. Podczas tych 5 lat w preferencjach barwnych odbiorców, a co za tym idzie w kolorystyce polskich wnętrz, pojawiły się istotne zmiany.

W pierwszej dekadzie XXI wieku, jak wykazał m. in. raport Global Best Selling Colours AkzoNobel 2008, Polacy w zdecydowanej większości preferowali w mieszkaniach barwy ciepłe – beże, żółcienie, pomarańcze, również ciepłe zielenie. Ten zakres preferencji, mimo szeregu zmian zaistniałych w ciągu ostatnich 10 lat, jest ciągle widoczny u części osób, szczególnie starszych.

Na początku drugiej dekady odnotowana została (poprzez zmiany w rankingach sprzedaży poszczególnych barw) tendencja do rozjaśnienia palety w kierunku barw o dużym rozbieleniu (NCS S 0505 – S 0810) z zakresu NCS Y – Y50R. Spowodowało to konieczność rozszerzenia w roku 2013 palety kolorów Śnieżka Satynowa (wprowadzonych na rynek w 2012) o barwy należące do grupy off-white. Stanowiły one również ofertę dla odbiorców stosujących wyłącznie biel we wnętrzach.

W latach 2013-2016 coraz wyraźniej uwidaczniał się udział barw achromatycznych w grupie najbardziej poszukiwanych. Moda na wnętrza achromatyczne o stylistyce loft, wykorzystanie w aranżacjach czerni oraz upowszechnienie się szarości w kolorystyce wnętrz to bardzo silna tendencja w tym okresie,

activities, cooperating with Śnieżka's marketing team in years 2012-2017. During those 5 years significant changes appeared in the recipients' colour preferences, as well as in the colouring of Polish interiors.

In the first decade of the 21st century, as demonstrated by, among others, Global Best Selling Colours AkzoNobel 2008 report, Poles in the vast majority preferred warm colours in their houses - beiges, yellows, oranges, as well as warm greens. This range of preferences, despite a number of changes occurring in the last 10 years, is still present in consciousness of some people, especially those from smaller towns.

At the beginning of the second decade, the tendency to lighten the palettes towards high whitening colours (NCS S 0505 - S 0810) from the range NCS Y - Y50R, was noted through changes in sales rankings of particular colours. This caused in 2013 the need to expand the Śnieżka Satynowa colour palette (introduced in 2012) with colours belonging to off-white group. They were also an offer for recipients using only white colour in their interiors.

In years 2013-2016, the share of achromatic colours became more visible in mostly searched group of colours. The craze for achromatic interiors with a 'loft' style, the use of black in arrangements and the popularisation of grey in interiors colouring was a very strong tendency in that period of time. The attempts in the field of achromatic colours led to adding the series of greyness to the Śnieżka Satynowa palette.

After 7 years of great popularity of achromatic colours, manifested in both exterior and interior architecture colouring, a visible return to chromatic colours with clearly cool shades was noticed. Blue and emerald green appeared in colour palettes of competing brands.

co doprowadziło do dodania do palet Śnieżka Satynowa, Barwy Natury i Magnat serii szarości. Po 7 latach wielkiej popularności barw achromatycznych, przejawiającej się zarówno w kolorystyce architektury zewnętrznej, jak i wewnątrz, odnotowano zauważalny powrót do barw chromatycznych o wyraźnie chłodnym odcieniu. W paletach barwnych konkurencyjnych marek pojawiły się błękity i szmaragdowe zielenie. Po dominacji bieli we wnętrzach nastąpił zwrot w kierunku barw o średniej i małej jasności. W roku 2017 do linii Śnieżka Satynowa wprowadzonych zostało 12 nowych barw chromatycznych.

Prace nad paletą barw Magnat Ceramic Care

Ze względu na przeprowadzone wcześniej analizy trendów barwnych oraz zebrane informacje dotyczące preferencji kolorystycznych odbiorców marki Magnat, powstały wstępne założenia dotyczące nowych barw w kolekcji Magnat Ceramic Care. (handlowa nazwa marki) W paletce miała znaleźć się grupa neutralnych szarości oraz zbliżonych do nich barw o ciepłym i chłodnym odcieniu. Nowością w ofercie Śnieżki miały być barwy ciemne, zarówno chromatyczne jak i achromatyczne, przewidziane jako barwy akcentowe (jedna ściana, fragment wnętrza), jak i, w szczególnych przypadkach, jako barwy dominujące. Zakładane było rozszerzenie palety zieleni i błękitów. W kolekcji miała znaleźć się również pewna liczba barw o zwiększonym nasyceniu, zgodnie z tworzoną w działaniach marketingowych tożsamością marki Magnat (według badań rynkowych marka Śnieżka ciągle kojarzy się z bielą, marka Magnat z nasyconymi barwami).

W pracach na kolorystyką Magnat Ceramic Care zdecydowałam się na ręczne wykonywanie wzorców barw, które były w kolejnych etapach przekazane do recepturowania technologom. Wzorce wykonane zostały z użyciem kolorantów przeznaczonych do barwienia farb do wnętrz oraz bazy Śnieżka Perfect. Kilkaset

After the domination of white in interiors there was a shift towards medium and low brightness colours. In 2017, 12 new chromatic colours were introduced to the Śnieżka Satynowa, Barwy Natury and Magnat lines.

The work on the Magnat Ceramic Care colour palette

Due to previous analyzes of color trends and collected information on color preferences of Magnat brand recipients, initial assumptions concerning new colors in the Magnat Ceramic Care (final name of the brand) collection were made. The palette was to include a group of neutral grays and colors similar to them with a warm and cool shade. A novelty in Śnieżka's offer was to be dark colors, both chromatic and achromatic, intended both as accent colors (one wall, interior fragment) and, in special cases, as dominant colors. It was assumed to expand the palette of greenery and blues. The collection was to include a number of colors with increased saturation, consistent with the identity of the Magnat brand created in marketing activities (according to market research, the Śnieżka brand is still associated with white, the Magnat brand with saturated colors)

During the work on the Magnat Ceramic Care colours, I decided to manually create the colour samples that were in the subsequent stages passed to the technologists for formulation. The samples were made the use of colourants destined for staining the interior paints and the base of Śnieżka Perfect. Several hundred colour samples were prepared on the A5 format on white, dull and uncoated biding cardboard (thickness 1.4 mm). The set was expanded in the colour range suggested for the collection and subjected to a visual assessment with the use of lighting cabin Pantone Colour Viewing Light 5. For the selected colours, large-sized samples with dimensions of 100 x 70 cm were also made.

próbek barwnych przygotowanych zostało na białej, matowej, niepowlekaney tekturze introligatorskiej formatu A5 (grubość 1,4 mm). Zestaw był rozbudowywany w sugerowanym dla kolekcji zakresie kolorystycznym oraz poddany ocenie wizualnej z wykorzystaniem kabiny oświetleniowej Pantone Colour Viewing Light 5. Dla wybranych barw wykonane zostały również wielkoformatowe próbki o wymiarach 100 x 70 cm.

Proponowane barwy zostały podzielone na następujące sześć grup: żółcie i oranże (12 barw), zielenie (12), błękity (10), czerwienie i fiolety (12), beże i brązy – tzw. neutralne ciepłe (12) oraz szarości – tzw. neutralne chłodne (12). Wszystkich próbek barwnych było 70, co zgodnie z ustaleniami z klientem, miało zapewnić możliwość wyboru i ograniczenia serii do 50 barw. Zestaw zawierał znaczną ilość jakości barwnych o dużej zawartości bieli (30), o dużej zawartości bieli z dodatkiem czerni (12), o średniej jasności i wyraźnej chromatyczności (22) oraz barwy ciemne (6).

Ostateczna wersja nowej marki farb obejmowała:

- z grupy żółci i oranży – 6 barw,
- z grupy zieleni – 6 barw
- z grupy błękitów – 6 barw
- z grupy czerwieni i fioletów – 6 barw
- z grupy beży i brązów – 8 barw
- z grupy szarości – 12 barw

Pozostałe 6 barw kolekcji Magnat Ceramic Care dodanych zostało z innych palet barwnych marki Śnieżka, głównie w zakresie poszerzonej linii szarości. Dokonany został pomiar poszczególnych próbek barwnych przy użyciu spektrofotometru sferycznego SP-10 firmy xRite oraz ich zapis w systemie CIE Lab, z użyciem iluminantu D65 i obserwatora standardowego 2°. Zapisy poddane zostały konwersji do przestrzeni sRGB

The proposed colours were divided into the following six groups: yellows and oranges (12 colours), greens (12), blues (10), reds and purples (12), beiges and browns – so-called neutral warm (12) and greys – neutral cool (12). There was overall of 70 colour samples, which, according to the arrangements with the clients, provided the possibility of choosing and limiting the series to 50 colours. The set contained a significant number of colour qualities of high white content (30), of high white content with addition of black (12), medium brightness and clear chromaticity (22) and dark colours (6).

The final version of the new paint brand included:

- 6 colours from yellows and oranges' group,
- 6 colours from greens' group,
- 6 colours from blues' group,
- 6 colours from reds and purples' group,
- 8 colours from beiges and browns' group,
- 12 colours from greys' group.

The remaining 6 colours of the Magnat Ceramic Care collection were added from other colour palettes of Śnieżka brand, mainly in the area of the expanded grey line. The measurement of individual colour samples was carried out using an xRite's SP-10 spherical spectrophotometer. The record of the samples was made in the CIE Lab system, with the use of D65 illuminator and 2° standard observer. The records were converted to the sRGB space (for the purpose of internet presentations) and CMYK space. The Magnat Ceramic Care collection, unlike the previously presented Foveo Tech palette, was designed to be used by recipients in terms of individual colours and not colour ranges, therefore its range does not have a clear gradation. Each of the colours is an individual proposal aimed at a specific type of interior arrangement and colour. For all colours in the Magnat Ceramic Care collection, descriptions of the characteristics in the interior of each colour



(na potrzeby prezentacji internetowych) oraz przestrzeni CMYK. Kolekcja Magnat Ceramic Care, w przeciwieństwie do zaprezentowanej wcześniej palety Foveo Tech, projektowana była pod kątem wykorzystania przez odbiorców pojedynczych barw a nie skal kolorystycznych, dlatego jej zakres nie posiada wyraźnego stopniowania. Każda z barw stanowi indywidualną propozycję ukierunkowaną pod kątem określonego typu aranżacji

have been made, along with proposals for colour combinations (by similarity or contrast). The information was placed in the Magnat Ceramic Care template, on the reverse of samples enlarged to A5 format.

Preparing a catalogue concept, in which colours were to be used in interiors, was an element of introduction of the new Magnat

i kolorystyki wnętrza. Dla wszystkich kolorów z kolekcji Magnat Ceramic Care sporządzone zostały opisy charakterystyki danej barwy we wnętrzu, wraz z propozycjami połączeń kolorystycznych (przez podobieństwo lub kontrast). Informacje umieszczone zostały we wzorniku Magnat Ceramic Care, na rewersie powiększonych do formatu A5 próbek barwnych.

Elementem wprowadzenia na rynek nowej palety barwnej dla marki Magnat było przygotowanie koncepcji katalogu, w którym kolory miały zostać zastosowane we wnętrzach. Barwy zostały przeze mnie podzielone na cztery grupy kolorystyczne, odpowiadające głównym trendom w aranżacji wnętrz. Przygotowane zostały założenia dotyczące wykonania wizualizacji wnętrz, w zakresie całościowej koncepcji (układ przestrzenny, wybór elementów wyposażenia) oraz szczegółowej kolorystyki.

Linia Magnat Ceramic Care została wprowadzona na rynek wiosną 2017.

Podsumowanie

Tworzenie palet barwnych dla gotowych farb do zastosowań w architekturze jest fascynującym zadaniem, do którego należy podejść z wnikliwością i uwagą. Barwa jest elementem dynamicznym ulegającym zaskakującym zmianom pod wpływem światła, wielkości i ukształtowania powierzchni, faktury czy sąsiedztwa innych barw. Zjawiska te można częściowo przewidzieć, co pozwala zminimalizować ryzyko pomyłki w doborze barwy. Wybór barwy przez użytkowników wynika z subiektywnych preferencji i bywa dla projektanta zaskoczeniem. Preferencje zmieniają się w czasie, co skutkuje różnymi paletami barwnymi popularnymi w kolejnych dekadach. Zmienność ta ma charakter cykliczny, jednak jej analiza za pomocą metod naukowych jest bardzo trudna. Ponieważ malowanie wnętrz

colour palette to the market. The colours were divided into four colour groups, corresponding to the main trends in the interior arrangements. The assumptions were prepared, regarding the implementation of the interior visualisation, in the scope of the overall concept (spatial layout, selection of equipment elements) and detailed colouration.

The Magnat Ceramic Care line was introduced to the market in the spring of 2017.

The summary

Creating the colour palettes for ready mixed paints used in architecture is a fascinating task that needs to be approached with insight and attention. A colour is a dynamic element that undergoes surprising changes under the influence of light, size and shape of surface, texture and the proximity of other colours. These phenomena can be partially predicted, which allows to minimise the risk of a mistake in the choice of a colour. The choice of a colour by the user results from subjective preferences and might come as a surprise to the designer. The preferences change over time, resulting in different colour palettes popular in subsequent decades. This variability has a cyclical character, however its scientific analysis is very difficult. The interior painting results from an objective need and is done independently of marketing activities, thus it can be assumed that a variable interior paints' colour palette is not in conflict with the assumptions of a sustainable design. A new colour, introduced to the ready-made paint collection, usually has the same price as the other colours.

The works selected for the needs of the postdoctoral dissertation are above all an example of the methods used by me in the design of colours of the ready-made paints' collections. They cannot create a closed system, because they are subject to

wynika z obiektywnej potrzeby i jest dokonywane niezależnie od zabiegów marketingowych można uznać, że zmienna paleta kolorystyczna farb do wnętrz nie pozostaje w konflikcie z założeniami projektowania zrównoważonego.

Prace wybrane na potrzeby przewodu habilitacyjnego stanowią przykład stosowanych przeze mnie metod dotyczących projektowania kolorystyki kolekcji farb gotowych. Same kolekcje podlegają ciągłym zmianom, pod wpływem prowadzonych regularnie rankingów sprzedaży. Marki FFiL Śnieżka adresowane są do odbiorców masowych, dokonujących zakupów w marketach budowlanych, osób dla których relacja pomiędzy ceną a jakością stanowi podstawowe kryterium wyboru. Są to w wielu przypadkach osoby aspirujące do poprawy estetyki własnych domów i wnętrz, jednak na pewno nie stanowiące awangardy odbiorców współczesnego designu. Osoby takie sięgają po farby gotowe również ze względu na fakt, że ograniczony zakres barw ułatwia podjęcie decyzji. Jest to interesująca lekcja dla projektanta, czasem dostarczająca satysfakcji i potwierdzająca dokonane wybory, czasem będąca lekcją pokory uświadamiającą, że barwa jako produkt masowy niekoniecznie odpowiada zasadom przyjętym na Akademiach Sztuk Pięknych.

annual verification under the influence of constantly conducted sales rankings. The FFiL Śnieżka brands are addressed to mass recipients, who make purchases in DIY stores, to people for whom the relation between the price and the quality is the basic criterion of choice. These are in many cases people aspiring to improve the aesthetics of their own homes and interiors, however certainly not being the avant-garde recipients of modern-day design. Such people reach for ready-made paints also due to the fact, that the limited range of colours makes it easier to make decisions. It is an interesting lesson for a designer, sometimes providing satisfaction and confirming the already made choices, and sometimes being a lesson on humility making them realize that a colour, as a mass product, does not necessarily match the rules adopted at the Academy of Fine Arts.



BIBLIOGRAFIA

Albers Josef (1971) *The Interaction of Color*, Yale University Press, New Haven & London, s.76

Anter Karin Fridell (2000) *What Colour Is The Red House*, Royal Institute of Technology, Stockholm s. 226

Birren Faber (1945) *Selling with Color*, McGraw Hill Book Company, New York, s. 74

Diane Tracy, Cassidy Tom (2005) *Colour Forecasting*, Blackwell Publishing s. 12

Itten Johannes (1970) *Sztuka barwy*, d2d, Kraków, s. 10

Itten Johannes (1961) *The Art of Color*, Otto Meier Verlag, s. 26

Jongerius Hella (2016) *I don't have a favourite colour*, Vitra, s. 22

REFERENCES

Albers Josef (1971) *The Interaction of Color*, Yale University Press, New Haven & London, p.76

Anter Karin Fridell (2000) *What Colour Is The Red House*, Royal Institute of Technology, Stockholm p. 226

Birren Faber (1945) *Selling with Color*, McGraw Hill Book Company, New York, p. 74

Diane Tracy, Cassidy Tom (2005) *Colour Forecasting*, Blackwell Publishing p. 12

Itten Johannes (1970) *Sztuka barwy*, d2d, Kraków, p. 10

Itten Johannes (1961) *The Art of Color*, Otto Meier Verlag, p. 26

Jongerius Hella (2016) *I don't have a favourite colour*, Vitra, p. 22

