

ZMIANY - projektowanie i projektanci. Artykuł prof. Bogumily Jung

Czynnikiem, który obecnie powinien być poddany nowemu definiowaniu, wydaje się być rola projektanta-dizajnera w firmie, która zamierza realizować proces wdrożenia nowego produktu. Świadomość, jak należy w przedsiębiorstwach prowadzić współpracę z projektantem jest bardzo różna.

Jedną z najważniejszych cech naszej rzeczywistości jest dogłębną transformacją otaczającego nas świata, dokonująca się w różnym tempie i w różnych sferach życia, ale za to nieustająco. Powszechnie używamy innych narzędzi pracy, niż jeszcze dwie dekady temu, stosujemy nowe technologie, nawet komunikujemy się nie tylko inaczej – ale w całkowicie inny sposób i w zupełnie nowych wymiarach. Dlatego też wiele funkcjonujących do niedawna i dobrze sprawdzonych ról, kodów postępowania i form działania należy obecnie przewartościować lub nawet zmienić je diametralnie.

Takim czynnikiem, który obecnie powinien być poddany nowemu definiowaniu, wydaje się być rola projektanta-dizajnera w firmie, która zamierza realizować proces wdrożenia nowego produktu. Świadomość, jak należy w przedsiębiorstwach prowadzić współpracę z projektantem, w ramach podjętej realizacji procesu wzorniczego, jest bardzo różna.

W ostatnich latach szwedzka fundacja wzornictwa SVID przeprowadziła badania wśród dużej grupy firm, dotyczące świadomości stosowania wzornictwa w przedsiębiorstwach. Okazało się, że można wyodrębnić cztery zasadnicze poziomy świadomości, które w bardzo konkretny sposób wiążą się ze sposobem działania i modelem rozwoju.

Pierwszym stopniem wiedzy o roli wzornictwa - jest **brak świadomości**, czym jest dizajn. W takiej firmie wzornictwo jest dyskredytowane, albo "projektowaniem" zajmują się amatorzy, lub też po prostu stosuje się mniej lub bardziej wyraźne naśladownictwo produktów konkurencji. Drugim stopniem jest rozumienie **wzornictwa jako stylizacji**. W takiej firmie projektanta zaprasza się dopiero na końcowym etapie wprowadzania produktu, żeby spowodował, że to, co już jest prawie całkowicie wymyślone -określone ideowo, technologicznie, materiałowo, cenowo – było jeszcze "ładne" (...często słyszy się też, że najlepiej, aby było bardzo podobne do tego, co tak dobrze się sprzedaje konkurentom). Trzeci stopień zakłada formułę: **dizajn jako proces**. W firmie o takim poziomie wiedzy realizuje się formalny proces rozwoju produktu, w ramach wewnętrznie określanych procedur, jako pewnego rodzaju spójną drogę postępowania zespołu, do którego dizajner jest zaangażowany od samego początku. Projektant wspiera definiowanie założeń koncepcyjnych nowego produktu już na wstępie. Efektem takiego procesu wzorniczego są zazwyczaj bardzo konkretne, wymierne korzyści i zyski. Natomiast czwarty, najwyższy stopień to: **dizajn jako strategia i innowacja**. W tym modelu używa się metodologii projektowania, jako klucza do budowania koncepcji i formułowania strategii rozwoju biznesu. Trwa stały kontakt dizajnera z zarządem firmy, a wzornictwo jest włączone w sam proces analizy modelu biznesowego i w określanie kierunków rozwoju firmy. I to właśnie poprzez innowacje odbywa się budowanie przewagi nad konkurencją.

Łatwo zauważyć, że ta ostatnia rola projektanta jest niezwykle odpowiedzialna, a jej pełnienie wymaga specjalnych predyspozycji, umiejętności dbania o stały rozwój, samokształcenia i nabywania szczególnych kompetencji. To bardzo duże wyzwanie, angażujące do aktywności na wielu polach. W jego realizacji pomagają fakt, że kształcenie projektantów wzornictwa - dizajnerów (traktując te terminy jako tożsame znaczeniowo i stosując wymiennie) odbywa się w Polsce w uczelniach typu artystycznego, podobnie jak w znakomitej większości państw europejskich. W naszym kraju największą rangę mają państwowe akademie sztuk pięknych, które utworzyły kierunek wzornictwo na wydziałach projektowych, równoległe z renomowanymi uczelniami Europy, czyli w większości cztery – pięć dekad temu. Od tego czasu budowane jest tam doświadczenie dydaktyków, którymi są aktywni twórcy, sami uprawiający

zawód projektanta.

Oparcie tego specyficznego rodzaju kształcenia o szkoły artystyczne było bardzo ważne, bo uwzględniało niezbędne predyspozycje, jakimi powinien cechować się projektant, między innymi: wrażliwość na wizualne aspekty rzeczywistości, kreatywność i umiejętność definiowania nowych form, rozumienie związków formalno-przestrzennych i odczytywanie ich wzajemnych relacji.

Jednocześnie ten typ edukacji bardzo poważnie traktuje całą szeroką sferę związaną z humanistycznym kontekstem rzeczywistości - następuje pogłębianie wiedzy teoretycznej, dotyczącej m.in. kultury, historii sztuki i kultury materialnej, psychofizjologii, wiedzy o różnych aspektach funkcjonowania człowieka w dzisiejszym świecie. Dopełnia ten proces edukacji doświadczanie samodzielnych realizacji prac projektowych, prowadzenie działań-projektów zespołowych i pogłębione studiowanie tej problematyki, poprzez bardzo indywidualnie prowadzone korekty. To wszystko składa się na pełne wykształcenie projektantów, którzy powinni mieć utrwaloną cechę: dążenie do permanentnego rozwoju, poznawania nowych zagadnień, ale też pogłębiania znajomości tego, co już znane. Sednem jest kreatywne podejście do rozwiązywania problemów, co w połączeniu z wiedzą i umiejętnościami praktyczno-realizacyjnymi oraz znajomością procedur działania - daje najlepsze efekty. Trzeba tutaj też wyraźnie podkreślić: ten model kształcenia jest skutecznym budowaniem świadomości, że projektant staje się niejako "ogniwem pośrednim", mediatorem pomiędzy użytkownikiem, a producentem - jest rzecznikiem potrzeb jednego, wobec wymagań drugiego. Poszukując rozwiązań w najwyższym stopniu funkcjonalnych - starać się musi, aby były możliwe wykonawczo i spełniały wymagania technologiczne, a ponadto umie się znaleźć wobec finansowych możliwości i ograniczeń.

Jednak najważniejsze powinno dziać się dopiero później: tak ukształtowani absolwenci powinni znaleźć się w środowisku, dającym możliwość nabierania doświadczeń, trafiać do zespołów projektowych i firm, gdzie można stopniowo włączać ich w coraz bardziej złożone zadania, powierzać im wykonywanie coraz trudniejszych elementów pracy. Niestety, jeszcze nie zawsze się tak dzieje - i czasem "rzucony na głęboką" wodę, świeżo upieczony projektant-ideowiec, realizując pierwsze zlecenia popełnia błędy, wynikające z braku doświadczenia (także w ocenie zagrożeń, płynących z nieświadomości czy też braku rzetelności samego zleceńodawcy). Sytuacja ta jednak stopniowo się w Polsce poprawia, jest coraz więcej firm aktywnych na tym polu. A programy propagujące wiedzę o wzornictwie - takie, jak realizowany przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego projekt "Wzornictwo-Biznes-Zysk" - są niezwykle ważnym elementem szerokiej edukacji, która w bezpośredni sposób wzbogaca wiedzę o działaniach, które są niezbędne, by skutecznie realizować proces wdrożenia nowego produktu.

Rozwijanie umiejętności to także uczestniczenie w różnorodnych konferencjach i seminariach. Wiedza dzisiaj nie jest dystrybuowana ani jednotorowo, ani jednostronnie. Te skierowane m.in. do absolwentów i profesjonalistów imprezy są efektywnym dopełnieniem edukacji akademickiej.

Poszerzają horyzonty, wzbogacają o informacje, które byłyby trudne do uzyskania inną drogą, niż poprzez czerpanie z wiedzy i doświadczeń wybitnych prelegentów, starannie wyszukiwanych, dobieranych pod kątem problematyki konferencji. Wymiana poglądów, czasem ścinanie się odmiennych postaw, powodują, że w istotny sposób wzbogaca się świadomość zainteresowanych, uczestników takich wydarzeń.

Inną ścieżką jest uczestniczenie w imprezach typu targi, gdzie można na bieżąco zapoznawać się z osiągnięciami branży. Na renomowanych wydarzeniach targowych spotykają się najwyższej klasy projektanci, producenci, dystrybutorzy. Takim imprezom towarzyszą także pokazy specjalne, wykłady i prezentacje, które spełniają niezwykle ważną rolę poznawczo-edukacyjną. Ferment intelektualny, jaki się przy takich okazjach wytwarza, jest akceleratorem nowych postaw, nowych koncepcji i zacznem twórczym, niezbędnym, by dalej działać kreatywnie. Koncepcje wizjonerskie i produkty rynkowe, nowatorskie idee i materialny konkret, nowe technologie i stare techniki rzemieślnicze - to wszystko tworzy tygiel, w którym mieszają się koncepty, budujące już za chwilę naszą teraźniejszość. Te elementy są czasem niejasne i mało wyraźne dla jednych, lecz wyłapywane przez tych, którzy je rozpoznają, dotykają, a potem współtworzą, niosąc dalej i tłumacząc je na nowy język naszej zmiennej rzeczywistości.

O Autorce

Bogumiła Jung - Profesor Sztuk Plastycznych, projektant wzornictwa, dziekan Wydziału Architektury i Wzornictwa na Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu, kierownik Pracowni Designu Inspirującego w Katedrze Designu, prezes Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych. Prowadzi szeroką działalność popularyzatorską w zakresie uprawianej dyscypliny, autorka licznych publikacji w specjalistycznej prasie o tematyce wzornictwa. Członek jury ogólnopolskich i międzynarodowych konkursów projektowych. Stale prowadzi aktywną działalność projektową z zakresu wzornictwa i architektury wnętrz. W latach 2006-2008 członek międzynarodowego zespołu DEEDS Program – opracowującego założenia edukacji projektantów europejskich w zakresie *sustainable design* – projektowania odpowiedzialnego.

