

# **PARTNERSTWO Z ROZSĄDKU. ROLA I MIEJSCE NAUK SPOŁECZNYCH WE WSPÓŁCZESNYM PROJEKTOWANIU**

Tomasz Bierkowski  
Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

Andrzej Pawłowski, prekursor systemowego kształcenia projektowania w Polsce, twierdził, że głównym celem projektanta jest opracowywanie stosunków „między określoną przyczyną a skutkiem. Co więcej, [projektowanie jest] racjonalną działalnością, której wynikiem ma być konkretny skutek. Skutek ten zostaje w procesie projektowania zaplanowany przez projektanta, natomiast plan jest realizowany przez społeczeństwo. Dlatego możemy mówić, że projektowanie jest działalnością społeczną” (Pawłowski 2001a: 56). Przywołana wypowiedź pochodzi sprzed prawie pół wieku, a mimo to nie traci na aktualności<sup>1</sup>. Musiało jednak minąć wiele lat – przede wszystkim musiały się zmienić uwarunkowania społeczne, ekonomiczne i polityczne (na przykład w krajach byłego bloku sowieckiego) – żeby wyrażona w tym duchu myśl wyszła poza jedną specjalizację projektową i trafiła do świadomości szerszych grup, zajmujących się różnymi dziedzinami projektowania.

Publiczna dyskusja i upowszechnianie idei projektowania zorientowanego na generowanie skutecznych odpowiedzi na realne potrzeby jednostek lub społeczności coraz powszechniej wpływa na zmianę postaw, a w konsekwencji – na praktykę i rozwój teorii. Między innymi określono rolę dyscypliny projektowania i zadania jej przedstawicieli w społeczeństwie,

---

<sup>1</sup> Por. ze znaczeniami terminu „design” – między innymi: cel lub intencja, zmierzanie w określonym kierunku, planowanie rezultatu. Zob. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/design> (dostęp: 9.02.2023).

zmieniono podejście do wykorzystywania wiedzy z innych obszarów nauki i metod badawczych, a przede wszystkim wskazano na prymarną funkcję procesu projektowego. Zagadnienia te nie tyle zostały zdefiniowane lub uległy redefinicji, ile są stale dyskutowane, aktualizowane i – lepiej lub gorzej – dostosowywane do potrzeb zmieniającego się świata. Inną kwestią jest natomiast to, czy działania te – w odniesieniu do funkcji społecznych projektowania, beneficjentów projektów oraz przestrzeni ich funkcjonowania – są wystarczające; czy w większości wypadków nie pozostają ostatecznie w fazie teorii i nie mają jednak bardziej charakteru deklaracyjnego niż faktycznego.

Dzięki debacie na temat społecznej roli dizajnu, rozpoczętej w drugiej połowie XIX wieku, kontynuowanej i rozwijanej przez kolejne dziesięciolecia – między innymi przez Kena Garlanda (2011: 329), Victora Papanka, Andrzeja Pawłowskiego, Jorge Frascarę, Stevena Hellera, Katherine McCoy, Tima Browna czy Johna Thackarę – stylizacja i nadawanie estetycznej formy przez wiele współczesnych dizajnerów zaczęły być traktowane jako środki, a nie cele, do których się dąży. Różnorodność wskazanych osób nie jest przypadkowa. Ma zwracać uwagę na wspólne wartości i podejście niezależnie od wykształcenia, specjalizacji, wieku, kraju pochodzenia czy zakresu i rodzaju aktywności. Powszechniej niż kilkanaście lat temu dla wielu projektantek i projektantów priorytetem wynikającym ze świadomości realnych potrzeb stało się – jakkolwiek nie zabrzmiało to patetycznie – czynienie świata lepszym poprzez wpływanie na funkcjonowanie społeczeństwa i gospodarki z poszanowaniem środowiska naturalnego.

Jest sprawą oczywistą, choć dopiero stopniowo szerzej uświadamianą, że taka postawa nie przełoży się na skuteczne działania bez ścisłego aliansu projektowania z innymi dyscyplinami, przede wszystkim z naukami społecznymi<sup>2</sup>. Sukcesywnie w określonych obszarach tematycznych lub przy rozwiązywaniu szczególnych problemów projektowych ma miejsce – i stało się normą – przenikanie się wiedzy i doświadczeń oraz korzystanie z dorobku różnych specjalizacji, między innymi w postaci wykorzystywania metodyk specyficznych dla innych dyscyplin. Zatrudnianie, włączanie socjologów i psychologów do procesów projektowych zarówno przez duże firmy, jak i mniejsze studia projektowe to od kilku lat powszechna praktyka. Część przedstawicielek i przedstawicieli nauk społecznych przebrano- wilo się lub wyspecjalizowało. Korzystając ze swojej wiedzy i doświadczeń, prowadzą szkolenia dla projektantów, kierują zespołami, realizują bada-

<sup>2</sup> Uwagę na tę kwestię zwracał już pod koniec lat 90. Jorge Frascara (1996).

nia potrzebne do tworzenia i wdrażania projektów, usprawniają procesy projektowe, a także organizują warsztaty dla klientów. Ich umiejętności są pożytkowane między innymi w projektowaniu interakcji, projektowaniu usług, projektowaniu partycypacyjnym, badaniu konkurencji czy tworzeniu audytów wzorniczych i szkoleń. Wreszcie przedstawicielki i przedstawiciele nauk społecznych trafiają do szkół wyższych uczących projektowania i niezwykle pozytywnie wpływają nie tylko na jakość kształcenia, ale i zrozumienie faktycznej roli dizajnu.

Za symboliczny dowód zasygnalizowanych zmian może posłużyć anachroniczne nazewnictwo specjalizacji nie tylko na polskich uczelniach: „projektowanie graficzne”, „projektowanie form przemysłowych” czy „wzornictwo przemysłowe”. W kontekście redefinicji dyscypliny i profesji projektantki oraz projektanta i związanego z tym wdrażania wiedzy i metod badawczych z innych dyscyplin dotychczasowe nazwy wydziałów, kierunków czy specjalizacji kształcących osoby projektujące tworzą znamienne *signum temporis*. Na szczęście trwa proces zmian na lepsze programów kształcenia, które mimo to ukrywają się za anachronicznymi szyldami, dezorientując tym samym kandydatki i kandydatów na studia oraz osoby niezwiązane z projektowaniem (takich jak na przykład potencjalne partnerki i partnerzy biznesowi lub naukowci uczelni).

Tworzenie innowacyjnych – odpowiadających realnym potrzebom użytkowników oraz dopasowanych do szerokich kontekstów – rozwiązań wymaga korzystania z adekwatnych do problemu projektowego metod badawczych. Chodzi przede wszystkim o te pochodzące z obszaru nauk społecznych, którym dizajn nie poświęcał właściwej uwagi i które dopiero od niedawna zaczynają być kształcone na uczelniach projektowych oraz są stosowane przez studia projektowe. Wywodzące się z nauk społecznych i wykorzystywane w projektowaniu metody badawcze umożliwiają nie tyle rozwiązywanie problemów projektowych (budowanie relacji między przyczyną a skutkiem w procesie projektowym), ile poznanie w ogóle, w tym „ustawiczne rozróżnianie między tym, co z konieczności wiem, a czego z konieczności nie wiem” (Jaspers 2017: 54).

Jeśli chcemy zmieniać (czytaj: poprawiać) rzeczywistość, konieczna jest umiejętność jej poznawania za pośrednictwem analizy i jej racjonalnej interpretacji. Musimy umieć rozpoznawać i rozumieć czynniki, które ją tworzą lub determinują, eksplorować możliwie szerokie konteksty. Sama znajomość niezbędnych do realizacji projektu faktów, ich analiza i logiczne wnioskowanie mogą się okazać niewystarczające. W przeciwnym razie wartości kryjące się za takimi pojęciami jak chociażby *human*

*center design, user centered design, universal design, inclusive design* są pustosłowiem lub myśleniem życzeniowym, które w najlepszym wypadku przerażają się w naiwne i nieporadne próby naprawiania świata lub też są zwykłym chwytym marketingowym.

Szersze spojrzenie przez projektantki i projektantów na rzeczywistości i jej poznanie jest szczególnie ważne w kontekście stosunkowo nowej globalnej tendencji zwanej „rozkładem prawdy”. Charakteryzuje się ona tym, że współczesny człowiek boryka się z problemem przekłamywania, ignorowania lub odrzucania wybranych faktów. Według badań opracowanych przez RAND Corporation na „rozkład prawdy” składają się cztery powody:

1. rosnąca niezgoda wobec faktów i interpretacji faktów oraz danych;
2. rozmycie granicy między faktem a opinią;
3. rosnąca przewaga opinii nad faktami;
4. malejące zaufanie do dotychczas respektowanych źródeł informacji (por. Markowski 2019: 342).

Przywołane źródła „rozkładu prawdy” mają charakter uniwersalny – nie są zasadniczo zależne od wieku, rodzaju profesji, poziomu wykształcenia, pochodzenia społecznego czy kultury. Warto jednak zwrócić uwagę, że wskazane przez RAND Corporation czynniki – przez to, że dotyczą każdego z nas – mogą skutkować problemami projektantów z miarodajną analizą danych oraz umiejętnością właściwego, a więc rzetelnego i uprawnionego, wnioskowania. Ta ostatnia kwestia, dotycząca znajomości i uwzględniania szerszych kontekstów, jest o tyle istotna, iż stoi u progu procesu projektowego i w konsekwencji ma doprowadzić do odpowiadającego potrzebie rozwiązania. Projektantki i projektanci nie tylko muszą być tego świadomi, przede wszystkim w odniesieniu do badawczego etapu procesu projektowego. Powinni wręcz wiedzieć, jak sobie z tym problemem radzić i gdzie szukać pomocy. I w tym wypadku *remedium* znajduje się w naukach społecznych.

Kolejnym ważnym dla projektujących obszarem wiedzy z dziedziny psychologii koniecznej do tworzenia użytecznych rozwiązań jest podstawowa znajomość przebiegu procesu poznawczego człowieka. Przede wszystkim znajomość tego, w jaki sposób przyjmowana jest przez niego informacja i co wpływa na jej interpretację, jak może się to przekładać na powstawanie wiedzy i dalej – na działanie. Te zagadnienia są istotne niezależnie od dziedziny projektowania, na co zwracają uwagę specjalistki i specjaliści reprezentujący różne jej dyscypliny (na przykład psychologia, projektowanie informacji wizualnej, typografia, komunikologia, teoria di-

zajnu, mediozawstwo)<sup>3</sup>. Na przykład w projektowaniu komunikacji wizualnej (mylnie zwanej projektowaniem graficznym) celem jest zaprojektowanie i osiągnięcie pożądanego rezultatu komunikacyjnego za pośrednictwem komunikatu wizualnego. Komunikat wbrew pozorom nie jest celem, a jedynie środkiem, który ma do niego zaprowadzić. Nie inaczej jest w dziedzinie projektowania produktu. Jak napisał Pawłowski w 1975 roku (!): „projektant powinien uznać, że projektowane przez nich urządzenia nie są celem samym w sobie. Tworzą jedynie elementy inicjujące skomplikowane procesy społeczne, których autorami są wszyscy biorący w nich udział, a więc zarówno organizatorzy, jak i realizatorzy” (2001b: 144).

Żeby **skomplikowane procesy społeczne** pracowały na rzecz oczekiwanego i zaplanowanego rezultatu, nieodzowna jest z jednej strony znajomość wyników wybranych badań naukowych, a z drugiej – umiejętność tworzenia własnych racjonalnych metod badawczych, opierając się na wiedzy wywodzącej się z nauk społecznych. Dlatego też konieczne jest wspieranie się w praktyce projektowej wiedzą z obszarów psychologii, socjologii i antropologii, a także innych dyscyplin, na przykład medioznawstwa. Przy tym wsparcie wiedzą i doświadczeniem pochodzącymi z innych dyscyplin nie oznacza wyłącznie angażowania ich przedstawicieli. Interdyscyplinarność to nie tylko współpraca z reprezentantami innych gałęzi wiedzy, ale również korzystanie z dorobku wybranych nauk<sup>4</sup>. Można zatem postawić tezę, że nauki społeczne, a przynajmniej wybrane z nich zagadnienia – już od momentu uświadomienia sobie faktycznej roli projektowania w społeczeństwie i ukucia terminu „użytkownik” – stają się kluczowe zarówno w kształceniu, jak i profesjonalnym funkcjonowaniu osób zajmujących się projektowaniem.

Postulaty dotyczące wykorzystania w projektowaniu wiedzy z innych dyscyplin czy wręcz łączenia ich wbrew pozorom nie są niczym nowym. Na przykład w tak wąskiej dziedzinie projektowania, jaką jest typografia, na początku XXI wieku Robert Haslam i Phil Baines postulowali, aby w kontekście zadań, przed którymi stoi, typografię „umieścić w sercu współczesnego projektowania komunikacji” (por. Haslam, Baines 2005: 10)<sup>5</sup>. W odniesieniu do kształcenia tej sztuki autorzy pisali:

---

<sup>3</sup> Spośród wielu autorek i autorów opracowań pośrednio lub bezpośrednio kierowanych do projektantek i projektantów na uwagę zasługują: Donald Norman, Daniel Kahneman, Krzysztof Lenk, Otl Aicher, Halszka Ogińska, Michael Fleischer, Mariusz Wszolek, Tomasz Piekot, Gerard Unger, Paul Stiff, Sue Walker, Miles Tinker, Bror Zachrisson oraz Nicholas Carr.

<sup>4</sup> Por. <https://sjp.pwn.pl/szukaj/interdyscyplinarno%C5%9B%C4%87.html> (dostęp: 20.06.2022).

<sup>5</sup> Nie przypadkiem powołuję się na to samo opracowanie, lecz sięgam do dwóch źródeł: oryginału (przyp. 8) oraz tłumaczenia (przyp. 9). Według mnie zdanie z przypisu 8 nie zostało dobrze przetłumaczone; w oryginale jest: „modern communication design”, a w wersji polskiej: „współczesny model komunikacji”.

to szczególna anomalia w systemie edukacji, że nauczany przedmiot – język – i system opracowany do jego zapisywania – typografia – są wykładane w niepowiązanych ze sobą uczelniach. Antropologia, lingwistyka, historia języka, języki obce i literatura są wykładane na uniwersytetach, podczas gdy typografię naucza się w akademiach sztuk pięknych. A przecież typografia jest dla języka tym, czym mapy dla geografii, nuty dla muzyki, a algebra dla matematyki. (Haslam, Baines 2010: 10)

W kontekście toczących się dyskusji poświęconych zależnościom i związkom między projektowaniem a naukami społecznymi oraz obecności i roli badań w procesie projektowania warto doprecyzować, na których jego etapach szeroko pojęte prace badawcze są szczególnie istotne. Na wstępie należy zaznaczyć, że różnice między naukami społecznymi a projektowaniem są na tyle duże, że ich alians może wydawać się niemożliwy. Przed wszystkim nauki społeczne zajmują się tym, co jest – zjawiskami i procesami społecznymi. W dużym uproszczeniu – mają charakter raportujący. Dla odmiany zadaniem projektowania jest generowanie pozytywnych zmian poprzez budowanie relacji między przyczyną a skutkiem – przez przejście od pomysłu na lepszą rzeczywistość do jej realizacji. Jest to różnica zasadnicza. Jednakże przeciwieństwo celów dyscyplin nie jest przeszkodą, natomiast ma ono charakter komplementarny. Nauki społeczne nie dają bowiem gotowego rozwiązania, za to – opierając się na logicznej analizie – rozpoznają i wyjaśniają projektującym fenomeny społeczne, pomagają je zrozumieć, a także dostrzec prawidłowości i powiązania. Nauki społeczne dają więc teoretyczną, konieczną podstawę praktycznych działań dizajnu.

Jeżeli przyjąć, że proces projektowy to budowanie relacji między przyczyną a skutkiem, można założyć, że prace badawcze najmocniej wspierają proces projektowy na jego początku i końcu. Wiedza i metody badawcze wyrosłe z nauk społecznych stają się niezbędne dla projektantek i projektantów przede wszystkim do określenia celu, ale chyba najbardziej w ocenie rezultatu. Na przykład jeden z ważniejszych, lecz nie zawsze docenianych etapów procesu projektowego – przewidywanie skutku (również nieoczekiwanego i/lub niepożądanego) – niejednokrotnie nie jest możliwy bez prac badawczych lub wykorzystania wiedzy wynikającej wprost z innych dyscyplin naukowych. Tym samym badania odgrywają istotną rolę zwłaszcza na pierwszym i ostatnim etapie procesu projektowego. Dzięki naukom społecznym – wyniesionej z nich wiedzy teoretycznej, w tym opierającej się na badaniach interdyscyplinarnych – osoby projektujące są w stanie doko-

nać na początku procesu projektowego znaczących rozróżnień: oczekiwania od potrzeb, a także realnych potrzeb od tych wygenerowanych. Bazując na metodach umożliwiających pogłębione rozpoznanie, są w stanie zdefiniować potrzebę, dostrzec ją i nazwać.

Potrzeba zaś to deficyt czegoś istotnego dla funkcjonowania i/lub życia jednostki, grupy, społeczności lub społeczeństwa. Można mówić o realnej potrzebie, kiedy mamy do czynienia z sytuacją, gdy coś nie funkcjonuje tak, jak powinno. Wtedy zadaniem osób zaangażowanych w projekt jest opracowanie „sposobów postępowania mających na celu zmianę sytuacji istniejącej na pożądaną” (Herbert A. Simon za: Thackara 2010: 18). Dlatego też właściwie zdiagnozowana potrzeba jest punktem wyjścia do dalszych prac projektowych.

Niestety nie zawsze zespoły projektowe – szczególnie składające się wyłącznie z dizajnerek i dizajnerów – są tych dwóch kwestii świadome. Nawet jeśli tak, to miewają kłopoty z rozpoznaniem lub nazwaniem potrzeby w wyniku nieznamości odpowiednich metod, którymi posługują się w tym celu inne dyscypliny. Odpowiedzą na ten problem jest – po raz kolejny – sojusz dizajnu z naukami społecznymi. Dowodzi tego między innymi Agata Urbanik z Pogotowia Facylitacyjnego, która nie będąc wykształconą projektantką, a socjolożką zajmującą się między innymi projektowaniem i prowadzeniem procesów partycypacyjnych i facylitacyjnych, w prywatnej korespondencji z autorem niniejszego artykułu pisze: „diagnoza potrzeb to badanie społeczne szyte na miarę. Dzięki niej poznasz lepiej dany kontekst i ludzi, którzy w nim żyją, pracują, działają. Możesz dzięki niej lepiej zaprojektować działania, usługi i oferowane produkty”<sup>6</sup>.

Skoro więc diagnoza potrzeb jest badaniem społecznym, a projektowanie zajmuje się opracowywaniem odpowiedzi na potrzeby, to integralność obu dyscyplin w pewnych obszarach wydaje oczywista. W tym miejscu warto nadmienić, że zdiagnozowana i nazwana potrzeba stojąca na początku procesu projektowego jest dla dizajnerek i dizajnerów wciąż przesłanką<sup>7</sup>. Można ją jednak zweryfikować, a następnie określić dalszy kierunek działań projektowych między innymi za pośrednictwem metody badawczo-projektowej, polegającej na znalezieniu odpowiedzi na sześć pytań:

1. Co jest potrzebą?
2. Z czego ona wynika? (Ustalenie problemu – jakie jest źródło problemu?)

<sup>6</sup> Agata Urbanik w prywatnej korespondencji z autorem z dnia 7 maja 2017 roku.

<sup>7</sup> Według *Słownika PWN* „przesłanka” to ‘1. okoliczność sprzyjająca realizacji pewnych zamiarów; 2. zdanie stanowiące punkt wyjścia wnioscowania’; zob. <https://sjp.pwn.pl/sjp/;2511169> (dostęp: 10.08.2022).

3. Jakie inne problemy mogą wynikać?
4. Kogo ten problem dotyczy?
5. Jak tego problemu uniknąć?
6. Jakie były próby rozwiązania problemu?

Rola dizajnerek i dizajnerów może polegać na wypracowaniu praktycznych rozwiązań na podstawie odpowiedzi na każde ze wskazanych pytań. Przede wszystkim mogą one pomóc w zweryfikowaniu, doprecyzowaniu i nazwaniu kwestii, którym jesteśmy w stanie (lub nie) zaradzić, oraz w zdefiniowaniu problemu projektowego. Często bowiem zlikwidowanie **przyczyny** problemu leży poza możliwościami projektowania (pkt 2), jednak może ono na przykład: **przeciwdziałać skutkom** (pkt 1), **przeciwdziałać** kolejnym **problemom** wynikającym z pierwotnego problemu (pkt 3), **pomóc** w uniknięciu skutków problemu (pkt 5) lub też **usprawnić** dotychczasowe rozwiązania przeciwdziałające problemowi (pkt 6).

W zarysowanym kontekście interesujące wydaje się spostrzeżenie psycholożki, projektantki usług, współzałożycielki studio TENKA – Natalii Kacprzyk. Zwraca ona uwagę, że:

proces projektowy jest trudny emocjonalnie (ocena pracy przez inne osoby, niepewność, jaki będzie efekt i czy jest już wystarczająco dobry, niepewność, czy rozwiązanie, które tworzymy, jest adekwatne do odbiorców), to jeden z powodów, przez który chodzimy na skróty, przez co obniżamy skuteczność naszych działań. W sytuacji tak wysokiej niepewności potrzebujemy znaleźć coś pewnego/stabilnego. To jest moment, w którym potrzebujemy ograniczyć bodźce, a w efekcie rezygnujemy z badań, bo nas przeciążają, w dodatku mogą podważać poczucie własnej wartości. Łatwiej jest zredukować ten stres, nie włączając kolejnych osób w proces, które mogą mieć inne zdanie, może im się coś nie podobać. Łatwiej jest czerpać z własnych doświadczeń i coś założyć. Jak nie uciekać i odważyć się na badania? Planować je jak najwcześniej w procesie (zawsze można powiedzieć sobie, że to tylko weryfikowanie hipotez) + wypracować sobie własne sposoby radzenia sobie ze stresem i świadomie nim zarządzać<sup>8</sup>.

Opisane pokrótce metody również dowodzą przenikania się dyscyplin i wskazują, jak ważna jest umiejętność szerszego spojrzenia i analizy możliwie wielu kontekstów. Jak, gdzie i kiedy postulowane umiejętności i wiedza mają

<sup>8</sup> Natalia Kacprzyk w prywatnej korespondencji z autorem z dnia 9 listopada 2021 roku.



być nabywane i czerpane przez dizajnerki i dizajnerów? Odpowiedź jest banalna: profesjonalści nabędą ją w ramach – tak istotnej dla projektantów – ustawicznej edukacji i procesu poszerzania kompetencji, a adepci na uczelniach.

Komunikolog Mariusz Wszolek, opierając się między innymi na **pojęciu pierwotnej woli wiedzy**, skonstruowanym przez Karla Jaspersa, słusznie wywodzi, iż „projektowanie wymaga «chłodnej głowy i gorącego serca», czyli balansu między postawą naukową a postawą kreatywną” (Wszolek 2021). Jak wyjaśnia autor, pierwsza oznacza gotowość do rozwiązywania problemów, z kolei druga – ciekawość i chęć odkrywania nowych faktów.

Polskie uczelnie kształcące projektantki i projektantów nie mają problemu z wykuwaniem **gorących serc**, natomiast wciąż istnieje trudność z uzyskaniem **chłodnych głów**. Nie oznacza to, że w szkołach tych nie ma miejsca na współpracę i wsparcie ze strony przedstawicieli nauk społecznych; są one jednak niewystarczające. Chodzi przede wszystkim o nadanie właściwej rangi wiedzy oraz istotnym w odniesieniu do specyfiki procesu projektowego metodom badawczym z obszaru psychologii, socjologii i antropologii w procesie kształcenia projektantek i projektantów. Ponadto takie umiejętności akademickie jak:

- umiejętność ukierunkowanego wyszukiwania wiarygodnych źródeł informacji;
- umiejętność poszukiwania nowych informacji lub analizy istniejących rozwiązań w nowym kontekście;
- umiejętność czytania (przyjęcia i zrozumienia tekstu) oraz analiza tekstów naukowych, w tym danych i wyników badań;
- w końcu umiejętność logicznego wnioskowania i przekładania wskazanych już sprawności na praktykę projektową

są równie ważne, a niejednokrotnie ważniejsze niż umiejętności nabywane w modelarniach czy laboratoriach cyfrowych.

Dlatego też wprowadzenie na stałe do programów nauczania na kierunkach projektowych wybranych zagadnień z psychologii, socjologii i antropologii oraz ich równoważność z innymi przedmiotami projektowymi musi stać się rozwiązaniem systemowym. Angażowanie do stałej współpracy psychologów, socjologów i antropologów pracujących na co dzień w uniwersytetach, studiach lub zespołach projektowych ma już miejsce na niektórych publicznych i prywatnych uczelniach kształcących dizajnerów w Polsce. Tam, gdzie ma to miejsce, taka praktyka przynosi doskonale rezultaty: absolwenci są lepiej przygotowani do zawodu, podnosi się jakość badań naukowych oraz jakość kształcenia, rozwija się również współpraca interdyscyplinarna na polu projektowym.

Przykładów rezultatów ścisłego współdziałania psycholożki (Natalia Kacprzyk) oraz projektanta komunikacji wizualnej (Tomasz Bierkowski) dostarcza program przedmiotu „metody projektowe: projektowanie społeczne”, opracowanego dla studiujących na I roku studiów magisterskich na Wydziale Projektowym ASP w Katowicach. Jego celem jest zrozumienie roli nauk społecznych w projektowaniu oraz poznanie wybranych metod badawczych. Wiedza i umiejętności z obszaru prac badawczych są kształcone w ścisłej relacji do procesu projektowego, którego najbardziej reprezentatywne modele są również omawiane. Studentki i studenci kierunków projektowanie graficzne i wzornictwo poznają też znaczenie metodologicznego aspektu badań, podstawowe różnice między stosowanymi w projektowaniu badaniami oraz specyfikę innych dyscyplin najczęściej współpracujących z dizajnem (psychologia, socjologia, antropologia). Studentki i studenci nabywają lub pogłębiają także umiejętności społeczne. Współpracują w grupach, których członkinie i członkowie są dobierani pod względem zróżnicowania specjalizacji, wieku, doświadczeń, wykształcenia (studujący reprezentują różne dyscypliny, nie tylko projektowe, na przykład architekturę).

Każde z zajęć – prowadzonych w formie warsztatów – składa się z wykładów, ćwiczenia praktycznego, omówienia jego rezultatów oraz dyskusji. Nie bez znaczenia jest ponadto przeprowadzana na koniec każdego z czterech zajęć ewaluacja. Pozwala to prowadzącym na bieżąco kontrolować jakość swojej pracy (sprawdzać, na ile zostały osiągnięte cele dydaktyczne), reagować na potrzeby oraz oczekiwania studentek i studentów, modyfikować formy, a nawet wybrane treści kształcenia. W końcu wyciągać wnioski na kolejny rok akademicki. Po cyklu zajęć studenci i studentki wykorzystują oraz pogłębiają nabytą wiedzę i doświadczenia w praktyce na innych przedmiotach projektowych. Korzyści wykształconej wiedzy i umiejętności wyniesionych z interdyscyplinarnego przedmiotu są dostrzegane zarówno przez wykładowców, jak i studiujących oraz podnoszą jakość praktycznych prac dyplomowych.

W ASP w Katowicach przedstawicielki i przedstawiciele nauk społecznych również prowadzą na studiach magisterskich seminaria dyplomowe. Jest to ważne, ponieważ z zasady teoretyczne prace dyplomowe – w przypadku Wydziału Projektowego – mają ścisły związek z pracami praktycznymi. W ten sposób osoby studiujące nie tylko nabywają kompetencje akademickie, ale przede wszystkim pogłębiają swoją wiedzę w interesującym je obszarze, poszerzają zagadnienia, uczą się logicznego wnioskowania i krytycznego myślenia. Dodatkową wartością tego systemu jest to, że doświad-

czenie i wiedza wynoszone ze współpracy z promotorką lub promotorem pracy teoretycznej są przekładane na praktyczną pracę dyplomową.

Katowicka uczelnia w zakresie równoprawnego włączania wiedzy z dziedzin nauk społecznych do nauki projektowania nie jest wyjątkiem. Podobnie, choć z różną dynamiką i ulokowaniem w programach studiów, dzieje się to w innych ośrodkach w Polsce (między innymi PJATK, WFP ASP w Krakowie, SWPS). Ścisła współpraca na przykład w postaci tworzenia wspólnego, zintegrowanego programu kształcenia ma też miejsce na Wyższej Szkole Europejskiej im. Tischnera w Krakowie już na I roku studiów licencjackich.

Chyba jeszcze nigdy społeczna rola dizajnu, wiążąca się z tym odpowiedzialność projektantek i projektantów, a także powiązania projektowania z innymi dyscyplinami nie były dyskutowane przez osoby mniej lub bardziej bezpośrednio zajmujące się dizajnem tak szeroko, powszechnie i na wielu obszarach. Zarazem jednak rzeczywistość niejednokrotnie mówi „Sprawdzam!” naszym przekonaniom i egzaminuje nas, by zobaczyć, w jaki sposób wdramamy nasze najświatlejsze wartości. Dowodami tego są chociażby katastrofa klimatyczna, obecna sytuacja społeczno-polityczna w Polsce czy najazd Rosji na Ukrainę.

Wydaje się, że mimo pochwały interdyscyplinarności dizajnu, w tym rozumienia w niej roli nauk społecznych, wsparcia pochodzącej z nich wiedzy czy tworzenia kolejnych wcieleń tego samego podejścia do projektowania (na przykład w postaci subdyscyplin, takich jak *human centered design*, *inclusive design*, *participation design*, *result-oriented design*), jesteśmy w obliczu tych dramatów nieskuteczni lub „tylko” niekonsekwentni. Warto zastanowić się nad przyczyną tego stanu rozbieżności między deklaracjami a rzeczywistymi działaniami i ich skutecznością. Może po prostu nie analizujemy wystarczająco wnikliwie, a w konsekwencji nie wiemy, jaka powinna być odpowiedź projektowania z uwzględnieniem istniejącej wiedzy na jak najbardziej realne problemy lub ich konsekwencje?

80% zawodowych projektantów współpracuje z branżą reklamową, lecz przygotowanie nawołującego do działania plakatu lub kampanii medialnej nie jest tym samym co pomaganie konkretnym ludziom w konkretnych miejscach i prowadzenie wyjątkowej walki z ich wymagającą głębokich przemian rzeczywistością. (Thackara 2010: 161)

Mimo upływu kilkunastu lat od napisania tych słów przez Johna Thackarę nie straciły one na aktualności. Oczywiście zdarzają się spektakularne

wyjątki, czego przykładem może być słynny plakat Luki Rayskiego *Konstytucja*. Do jego stworzenia autor nie zastosował żadnych strategii i praktyk badawczo-projektowych, a jednak plakat wykonał – w stopniu nieprzewidywanym przez samego twórcę – doskonałą pracę w odniesieniu do budowania i poczucia tożsamości oraz wspólnotowości znacznej części polskiego społeczeństwa.

Nawiązując do słów Thackary, należałoby przyznać, że zamiast dobrze zaprojektowanych usług rozwiązujących, przynajmniej po części, problemy uchodźczyń i uchodźców mamy wysyp memów, projektów plakatów i wystaw plakatów poświęconych wojnie w Ukrainie. Są one – w odróżnieniu od osób niosących pomoc ukraińskim uchodźcom lub syryjskim i czeczeńskim uchodźcom na Podlasiu – mało skuteczne, a przede wszystkim budują fałszywe poczucie sprawczości i szczerze uczucie samozadowolenia. Wkład niektórych polskich dizajnerek i dizajnerów w poprawę dramatycznej sytuacji ukraińskich uchodźców lub tych znajdujących się na polsko-białoruskiej granicy, bynajmniej niewynikający z jakichkolwiek strategii i praktyk badawczo-projektowych, jest nieporównywalnie większy od najlepszego od strony wizualnej plakatu lub innych podobnych form reagowania przez twórców na sytuacje ekstremalne. Poświęcenie części polskich projektantek i projektantów, ich trudne wybory w postaci zaangażowania własnych środków i czasu zamiast tworzenia skutecznych rozwiązań projektowych może dowodzić – z jednej strony – zwycięstwa postawy stawiającej na wartości ogólnoludzkie, a z drugiej – częściowej porażki dizajnu w zakresie kreatywnego i skutecznego wykorzystywania wiedzy pochodzącej z innych dyscyplin. To bezprecedensowe doświadczenie powinno skłaniać do refleksji i przełożyć się na praktyczne wnioski.

Być może mamy do czynienia z kryzysem projektowania, skoro nieporównywalnie bardziej skuteczne okazują się takie działania jak wyjazd na granicę, zbiórka darów czy zorganizowanie pobytu w Polsce uchodźcom, wynikające ze zwykłej solidarności i empatii, a nie przemyślanych rozwiązań projektowych? Borykamy się nie z kryzysem wartości, ale z problemem wykorzystania naszej profesjonalnej wiedzy i umiejętności w odniesieniu do jasnych, niebudzących wątpliwości potrzeb. Co z tego, że ogólnoludzkie wartości są wielu z nas bliskie, skoro nie potrafimy ich zaadaptować poprzez wykorzystanie metod badawczo-projektowych w odniesieniu do konkretnych potrzeb konkretnych ludzi? Zdajemy egzamin z człowieczeństwa jako zwykli obywatele, ale jako projektanci ponosimy porażkę. To powinno również skłaniać do refleksji. Nie odnośnie do wartości w projektowaniu, lecz ich skutecznego adaptowania w odniesieniu do specyfiki

problemu, ludzi, których on dotyczy, i szerokich kontekstów. Najwyraźniej wciąż nie potrafimy nie tylko wdrażać tych wartości, przekładać na praktykę postaw, które postulujemy w dyskusji o roli i celach dizajnu, ani wykorzystywać istniejącej wiedzy, którą oferują nauki społeczne. Może my, dizajnerki i dizajnerzy, jesteśmy jeszcze – wbrew deklaracjom – zbyt mało otwarci na współpracę interdyscyplinarną i uwięzieni w zawężonym rozumieniu swoich sposobów działania, specjalizacji oraz roli i miejsca nauk społecznych w dyscyplinach projektowych? A być może problem leży zupełnie gdzie indziej? Dyscyplina, jaką jest projektowanie, zwyczajnie nie jest w stanie rozwiązywać problemów społecznych, do czego pretenduje. Może po prostu nie jest do tego zdolna, a wszyscy, którzy wierzą w sprawczość dizajnu, przeszacowali jego możliwości? Może też wpadli w pułapkę – czasami patetycznego i protekcjonalnego w tonie – myślenia życzeniowego „projektowanie jako droga do zmiany świata na lepsze”? Wydaje się, że nie posiadamy wystarczających danych, żeby wyciągnąć ostateczne wnioski i jednoznacznie odpowiedzieć, czy mamy do czynienia z kryzysem dyscypliny, czy też jej nieuświadomionymi ograniczeniami. I chociażby z tego powodu konieczna jest ścisła, oparta na partnerstwie, współpraca – a może nawet integracja w pewnych obszarach – dyscyplin: projektowania i nauk społecznych. Wręcz superwizja!

W tym kontekście może trzeba spuścić z tonu i starać się pozytywnie wpływać na rzeczywistość w mniejszym zakresie, metodą małych kroków. „Nasze działania powinny charakteryzować się świadomością kontekstu, różnorodnych powiązań i możliwych konsekwencji” (Thackara 2010: 169). Znajomość kontekstu może również oznaczać świadomość ograniczeń projektowania w odniesieniu do konkretnego problemu. Nie sposób tego osiągnąć bez ścisłego współdziałania projektowania z naukami społecznymi. Nie tyle czerpania z nich, ile właśnie współdziałania.

Możliwości, a przede wszystkim percepcja projektowania zmieniły się od czasu stwierdzenia przez Milтона Glasera – *good design is good citizenship* (za: Heller 2003: IX). Żeby dzisiaj być dobrym projektantem-obywatelem, alians nauk społecznych i dizajnu wydaje się jedynym sensownym rozwiązaniem, jeśli w ogóle poważnie myślimy o wprowadzaniu pozytywnych zmian albo nawet próbie ich dokonywania. Nie ma sensu opowiadanie o odpowiedzialności i społecznych celach dizajnu oraz wykorzystywaniu w tym kontekście prac badawczych, skoro nawet znając rzeczywistość, nie potrafimy lub nie próbujemy zmienić jej najbardziej dramatycznych aspektów. Zamiast tego skupiamy się na tworzeniu lub usprawnianiu kolejnych produktów i usług poprawiających komfort życia sytych i tylko pozornie – jak się okazało 24 lu-

tego 2022 roku – bezpiecznych społeczeństw. Tak jak nie ma miejsca na dizajn niepracujący na rzecz zrównoważonego rozwoju, tak też nie ma projektowania bez interdyscyplinarnej wiedzy, która pozwalałaby go osiągać.

Projektowanie powinno możliwie szybko reagować na zmiany, które zachodzą tu i teraz; nie tyle podążać za nimi, ile przede wszystkim przewidywać – naturalnie, na ile to możliwe – ich konsekwencje. W tym kontekście rola nauk społecznych w dizajnie jawi się jako oczywistość.

Zwiększenie naszej świadomości o różnorodności i niejednoznaczności świata pozwala nam projektować skuteczniejsze rozwiązania; [nauki społeczne] pozwalają być bliżej kontekstu wykorzystania i dopasowywać się zamiast narzucać wizję; pozwalają zobaczyć rzeczywistość i jej problemy z lotu ptaka (ogromny przywilej w tworzeniu codzienności)<sup>9</sup>.

Koniecznością, ale i wciąż wyzwaniem dla osób zawodowo angażujących się w procesy projektowe jest włączanie wiedzy, doświadczeń i metod pochodzących z nauk społecznych do prowadzonych prac badawczych i uczynienie z nich codziennej, niewarunkowanej budżetem praktyki. Wychodzące się z uniwersytetów umiejętności akademickie oraz działania badawczo-projektowe powinny się stać nieodzownym elementem rzemiosła projektantki i projektanta. Z kolei w programach nauczania uczelni projektowych psychologia, socjologia i antropologia muszą – w określonym zakresie, ale wysoko w hierarchii ważności przedmiotów – zagościć na stałe. Chcąc zmieniać na lepsze rzeczywistość, a przynajmniej jej nie szkodzić naszymi decyzjami projektowymi, musimy umieć ją właściwie analizować i wyciągać uzasadnione, praktyczne wnioski, dlatego też odpowiedzialne projektowanie nie ma przyszłości bez tworzenia ścisłych powiązań z naukami społecznymi. Jedno jest pewne – tam, gdzie projektowanie jakkolwiek spotyka się z naukami społecznymi, zawsze jest bliżej do rozwiązania problemu.

#### Bibliografia:

/// Frascara J. 1996. *Graphic Design. The Art or Social Science*, [w:] *The Idea of Design*, red. V. Margolin, G.R. Buchanan, MIT Press, s. 44–55.

/// Garland K. 2011. *Najpierw rzeczy pierwsze*, [w:] J. Mrowczyk, P. Dębowski, *Widzieć/wiedzieć*, Karakter, s. 335–336.

<sup>9</sup> Natalia Kacprzyk w prywatnej korespondencji z autorem z dnia 9 listopada 2021 roku.

/// Haslam R., Baines P. 2005. *Type and Typography*, Laurence King Publishing.

/// Haslam R., Baines P. 2010. *Pismo i typografia*, [tłum. D. Dziewońska], Wydawnictwo Naukowe PWN.

/// Heller S. 2003. *Citizen Designer. Perspectives on Design Responsibility*, Altworth Press.

/// Jaspers K. 2017. *Idea uniwersytetu*, tłum. W. Kunicki, Narodowe Centrum Kultury.

/// Markowski M.P. 2019. *Wojny nowoczesnych plemion*, Karakter.

/// Pawłowski A. 2001a. *Inicjacje. O sztuce, projektowaniu i kształceniu projektantów*, Wydział Form Przemysłowych ASP w Krakowie.

/// Pawłowski A. 2001b. *Projektowanie aktywizujące*, [w:] *Inicjacje. O sztuce, projektowaniu i kształceniu projektantów*, Wydział Form Przemysłowych ASP w Krakowie, s. 139–144.

/// Thackara J. 2010. *Na grzbiecie fali*, tłum. Ł. Kotyński, A. Ronzewska-Kotyńska, Wydawnictwo SWPS „Academica”.

/// Wszolek M. 2021. *Empiria w projektowaniu (komunikacji)*. <https://formy.xyz/artukul/empiria-w-projektowaniu-komunikacji/>; dostęp: 10.08.2022.

/// **Tomasz Bierkowski** – profesor doktor habilitowany w Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach na Wydziale Projektowania i Szkole Wyższej Psychologii Społecznej we Wrocławiu, kierunek grafika. Projektant, badacz, trener oraz krytyk dizajnu. Zajmuje się metodologią procesu projektowego oraz użytecznością komunikacji wizualnej. Autor książek: *O typografii* (2008), *Solidaryca – fenomen komunikacyjny* (2018), *Typografia dla humanistów* (2018, współautorka: Ewa Repucho), *Teksty nie tylko o typografii* (2020), *Six Lessons in Typography at RISD* (2021, współautor: Krzysztof Lenk). Autor licznych artykułów naukowych, które ukazały się między innymi w „Designum”, „Acta Poligraphica”, „Formy.xyz”, „Sztuka edycji” czy „2+3D”.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3419-7103>

E-mail: [tomasz.bierkowski@aspkat.edu.pl](mailto:tomasz.bierkowski@aspkat.edu.pl)