

DESIGN DLA KAŻDEGO, DLA WSZYSTKICH, DLA NAS

Oddajemy Państwu – naszym Czytelnikom, pierwszą publikację o designie. Chcemy, abyście lepiej zrozumieli, o co w tym wszystkim chodzi i – może z czasem, a może od razu, „włączyli” design w swoje życie zawodowe czy codzienne. Design to ogromna, globalna dyscyplina, która pomaga nam wszystkim w codziennym funkcjonowaniu, choć nie zawsze to sobie uświadamiamy. Jest czymś pozytywnym. Od nas jednak zależy, czy i jak poprawi jakość naszego życia i czy zechcemy się otworzyć na możliwości, jakie nam wszystkim, choć w różny sposób, daje.

MARGINALIA

Dodatkowe teksty zamieszczone w kilku miejscach dotyczą decyzji projektowych podjętych podczas prac nad graficznym opracowaniem broszury.

Zasadnicza treść publikacji, stała się więc pretekstem do opowiedzenia, jak powstaje projekt graficzny.

Dodatki/komentarze, takie jak ten, który teraz czytasz zostały wydrukowane kolorem niebieskim.

CO TO JEST DESIGN?

DESIGN – DIZAJN, PROJEKTOWANIE, WZORNICTWO

Dookoła wszystko jest zaprojektowane – wszystko, z wyjątkiem natury, choć i ona może być poddana interwencji projektantów. Mieszkania w których mieszkamy, ubrania, które nosimy, urządzenia, których używamy, procesy, systemy i usługi, z których korzystamy, parki, do których chodzimy na spacer, czy wizytówki, które dajemy nowo poznanym osobom. To, co jest zaprojektowane, ma nam służyć i pomagać. Wielu ludzi myśli, że design jest zawsze drogi, czy prestiżowy. Ale dobry design jest dostępny i egalitarny. Jest dla każdego.

Projektowanie łączy kwestie estetyczne, produkcyjne, handlowe i funkcjonalne. Bliżej mu do rynku niż sztuki. Choć design to także estetyka i stylizacja.

FORMAT

Zależało nam na pogodzeniu przyjaznych proporcji broszury ze znormalizowaną ofertą formatów dostępnych papierów. Broszura powinna mieć poręczny, kieszonkowy rozmiar, który zachęca do wzięcia jej ze sobą.

Ostateczne wymiary wynikają z ekonomicznego dopasowania wybranego formatu broszury do wielkości arkusza drukarskiego. Ważne było dla nas, aby zminimalizować straty w materiale. Poszerzając format o 10 mm zużylibyśmy dwukrotnie więcej papieru.

120 mm

160 mm

ZROZUMIEĆ DESIGN

Projektowanie – design/ dizajn – to rozwiązywanie problemów. Słowa „design” używamy dziś dużo częściej, niż polskiego „projektowanie”, czy „wzornictwo”. I zdecydowanie za często rozumiemy też słowo design, jako coś ekskluzywnego, czy drogiego. „Designerskiego” i niedostępnego. A przecież design to rozwiązanie realnych problemów nas wszystkich i naszego świata, czasem większych, czasem mniejszych. Nie utożsamiamy więc słowa design tylko z wyglądem produktu i z czymś co jest tylko dla nielicznych.

Design, o którym piszemy to nie jest design wystawowy czyli taki, z którego nie korzystamy, a jedynie oglądamy go na wystawach. Często stworzony przez i dla celebrytów.

Wpływ na ułatwianie życia jest w projektowaniu kluczowy. Ważne są kwestie ekologii, użytych materiałów, ergonomii czy estetyki, tak nierozzerwalnie kojarzonej z designem. Dobry design to taki, który realnie poprawia jakość naszego życia, choć często sobie tego nie uświadamiamy. Z designu korzystamy codziennie, są to projekty bardzo różne, często nie myślimy o tym, że to, co nam służy, zostało przez kogoś świadomie zaprojektowane, po to by nam ułatwić codzienne czynności.

KOLUMNA

Kolumna, czyli zadrukowana część strony, powinna być proporcjami dopasowana do formatu. Dla komfortu czytania najważniejsza jest liczba znaków w wierszu, która nie może przekraczać 65. Utrzymanie tej ilości jest możliwe przez odpowiednie dobranie wielkości pisma (tzw. stopień pisma) i szerokości kolumny.

Decyzja o wymiarach marginesów może wynikać z różnych czynników, w przypadku naszej broszury z konieczności zamieszczenia dodatkowych komentarzy (marginaliów).

106 mm

146 mm

7 mm

7 mm

ZAPROJEKTOWAĆ MOŻNA WSZYSTKO

- produkty
- opakowania
- modę
- tekstylia
- systemy, procesy, lub usługi
- grafikę użytkową
- komunikację, systemy informacji, identyfikację wizualną
- multimedia
- gry
- strony www i aplikacje
- budynki (architektura)
- przestrzeń publiczną, ogrody, parki, zieleń

ą ć ę ł
ń ó
ś ź ź

FONT

Za sprawą rewolucji cyfrowej projektowanie fontów stało się niezwykle rozbudowaną dziedziną. Na poziomie projektowania pojedynczych znaków rozwiązuje się problemy wyświetlania na ekranach urządzeń mobilnych albo czytelności znaków drogowych. W tej broszurze użyliśmy fontu Karmina Sans. Ważne były przede wszystkim dwie cechy tego kroju: po pierwsze jest ekonomiczny – co w praktyce oznacza, że złożony nim tekst zajmuje mniej miejsca, po drugie ma dobrze narysowane i umieszczone znaki akcentowe.

STRUKTURA

Każdy projekt, niezależnie od poziomu skomplikowania, wymaga świadomego rozplanowania i zdefiniowania wyglądu wszystkich elementów. Dzięki temu czytelnicy są w stanie jednoznacznie zidentyfikować znaczenie każdego z nich i, w konsekwencji, bez trudu „poruszać się” w tekście.

Przykładowo, w broszurze przyjęliśmy, że tekst podstawowy składamy Karminą Sans wielkości 9,5 punkta a marginalia – 8 punktów. Tytularia również składamy tym samym krojem – pierwszy rząd tytułów ma wielkość pisma równą 27,5 punkta a drugi – 10 punktów.

DESIGN DLA EMOCJI

W każdej chwili i w każdej życiowej sytuacji doświadczamy designu. Wszystko, czym się otaczamy i z czego korzystamy, ktoś zaprojektował. Nieważne, czy mówimy o meblach, sprzęcie AGD, czy opakowaniu ulubionych ciastek – każda z tych rzeczy została poddana ingerencji projektanta. Często sobie tego nie uświadamiamy, ale są przedmioty, które bardziej lubimy i są przedmioty, z których nie mamy ochoty korzystać (ale nie umiemy powiedzieć dlaczego). To także zależy od tego, jak zostały zaprojektowane. Dobry projektant stara się rozwiązać problem (czasem np. wydawałoby się bagatelny bo związany np. z efektywnym obieraniem warzyw), myśli o użytym materiale (są miłsze i mniej miłe w dotyku i dla środowiska) i estetyce. Po dobrze zaprojektowane produkty sięgamy częściej i naprawdę nie wszystkie są bardzo drogie.

TYTUŁ Karmina Sans
1. RZĘDU 27,5 pkt

TYTUŁ 2. RZĘDU 10 pkt

Tekst podstawowy 9,5 pkt

Marginalia 8 pkt

DESIGN DLA BIZNESU

Warto inwestować w design, ponieważ stanowi on ważny element każdego biznesu, pomaga budować tożsamość firmy. Budowanie silnej, dynamicznej i nowoczesnej organizacji wymaga innowacyjności i kreatywności. Design w organizacji to coś więcej niż poprawa jakości produktu/usługi – design powinien się stać częścią większej strategii biznesowej. Tym bardziej, że wpływa na podniesienie konkurencyjności, efektywność i pozycję biznesową, może również zmniejszyć ryzyko biznesowe. Design powinien stać się częścią strategii firmy.

Korzystanie z designu w działalności biznesowej przekłada się na m.in. jakość produktów i usług i zwiększenie ich sprzedaży, a nawet na skrócenie czasu wprowadzenia na rynek nowych produktów czy usług. Design również wpływa na relacje z klientami, pomagając poznać ich potrzeby.

Dzięki designowi można zredukować koszty produkcji, można też sprawić, że wykorzystywane materiały, będą nie tylko używane bardziej efektywnie, ale również przyjaźniejsze dla środowiska.

W biznesie można wykorzystać design na różne sposoby, szczególnie, gdy uświadomimy sobie, że to coś więcej, niż tylko jego materialne efekty. Ujawnia się w wielu aspektach codziennej biznesowej działalności – od przygotowania logotypu i identyfikacji wizualnej, poprzez utworzenie strony internetowej, nowego produktu, usługi, opakowania. Design jest też ważny, gdy chcemy zorganizować przestrzeń do naszej działalności biznesowej (biuro, sklep itd.), stworzyć stoisko na targach, czy zaaranżować wystawę sklepową.

AUDYT WZORNICZY

W zrozumieniu roli designu w biznesie mogą pomóc tzw. audyty wzornicze. Ich celem jest kompleksowe poznanie działalności organizacji, określenie potrzeb w zakresie zarządzania designem i analiza oferty pod kątem wykorzystania wzornictwa. Taki audyt sprawdza potencjał, doświadczenie, zasoby, ale też świadomość zmian, które miałyby zajść, aby podnieść atrakcyjność oferty i konkurencyjność.

Audyt wzorniczy to przegląd elementów wykorzystywanych w relacjach z klientami, otoczeniem biznesowym, społeczeństwem, takich jak: marka, identyfikacja wizualna, produkt, usługa, komunikacja z klientami (zdefiniowania potrzeb i grupy docelowej), model biznesowy, strategie marketingowe, struktura organizacyjna itd. W audycie bierze się pod uwagę również branżowe trendy, wykorzystywaną technologię i materiały. Dokonywana analiza dotycząca np. produktu, czy usługi dotyczy również przebadania jej na tle pozycji konkurencji.

Konsekwencją audytu wzorniczego są rekomendacje zawarte w przygotowanej strategii wzorniczej (strategii designu), która pokazuje najlepsze rozwiązania, które wpłyną na podniesienie konkurencyjności firmy.

SIATKA

zapewnia spójność układu typograficznego w całej publikacji, gdyż wyznacza możliwe położenie poszczególnych elementów dla każdej strony.
O ile czytelne ustrukturyzowanie tekstu jest narzędziem dla czytelnika, o tyle siatka stanowi pomoc dla osoby projektującej w konsekwentnym rozmieszczaniu wszystkich składowych oraz w utrzymaniu kompozycji.

Często zastanawiamy się, kto może nam zaprojektować coś, czego potrzebujemy. Bardzo ważne jest, aby nasz projekt był wynikiem pracy profesjonalisty, czyli projektanta (designera). Projektant to zawód i jeśli chcemy, aby nasze oczekiwania wobec projektu zostały spełnione – korzystajmy z usług profesjonalistów. Projektant ma odpowiednią wiedzę i przygotowanie do wykonywania swojej pracy, a dobrego, wykwalifikowanego specjalisty nie da się zastąpić. Tym bardziej, że ma znajomość zasad ergonomii, wie o materiałach, ekologii, zna trendy, ma też wycucie estetyczne. I jeśli chcemy mieć dobry projekt, to projektant jest tego gwarantem.

Projektanci często mają specjalizacje – meble, identyfikacja wizualna czy moda. Każdy z tych obszarów wymaga specyficznej wiedzy. Jednak naprawdę dobry projektant to taki, który w centrum swojego projektu stawia człowieka – odbiorcę.

Przygotowanie do zawodu jest więc niezbędne. Coraz więcej wyższych uczelni w Polsce kształci designerów, zatem coraz więcej osób wykonuje ten zawód – a co za tym idzie, projektanci są coraz bardziej dostępni. Warto więc, myśląc o swojej firmie czy organizacji, zadbać o współpracę z projektantem, który nie tylko zaprojektuje to, czego potrzebujemy, ale np. pomoże patrzeć na naszą firmę, czy organizację w szerszym kontekście.

WARTOŚCI

PROJEKTOWANIE UNIWERSALNE

Dobry projekt to taki, który bez żadnych dodatkowych modyfikacji będzie dostępny dla jak najszerszej grupy potencjalnych odbiorców. To podstawa projektowania uniwersalnego. Konieczność jakiegokolwiek adaptacji jest jego zaprzeczeniem.

Dobrze zaprojektowany produkt to taki, który może być używany przez osoby o różnej sprawności fizycznej; dobra przestrzeń, np. łazienka, będzie miejscem wygodnym zarówno dla zdrowej, sprawnej osoby, jak i kogoś poruszającego się na wózku. Dostępny urząd to taki, który zakłada otwartość – zarówno tę fizyczną, w postaci wygodnego wejścia i odpowiednio zaprojektowanych przestrzeni dla klientów, jak i informacyjną, np. poprzez zastosowanie wyraźnych, zrozumiałych opisów procedur, tłumaczeń, użycia języka migowego czy alfabetu Braille'a.

Koncepcja projektowania uniwersalnego stworzona została przez architekta Ronalda Mace'a. Początkowo adresowana była jedynie do budownictwa, jednak z czasem idee zostały rozszerzone na cały obszar projektowania. Ważną zasadą projektowania uniwersalnego jest to, by włączając maksymalnie szeroką grupę odbiorców, było jednocześnie niezauważalne.

PAPIER

Wybór papieru ma przede wszystkim decydujący wpływ na reprodukcję barw, choć w wielu wypadkach ma także znaczenie dla czytelności tekstu.

Za pośrednictwem właściwości papieru (grubość, faktura) publikacja oddziałuje również na nasz zmysł dotyku.

W przypadku tej broszury o wyborze papieru zdecydowały również względy ekologiczne. Więc obok konieczności dobrej reprodukcji tekstu w druku papier musiał posiadać odpowiednie certyfikaty.



10 ZASAD DOBREGO PROJEKTOWANIA

Jeden z ojców współczesnego projektowania/designu Dieter Rams na bazie swoich wieloletnich doświadczeń opracował 10 zasad, które cechują dobre wzornictwo.

Wśród tych reguł znalazło się, m.in. nowatorstwo (nie powielamy istniejących rozwiązań, ale zajmujemy się nowymi wyzwaniami), użyteczność, estetyka, zrozumienie (by korzystać z rozwiązań bez skomplikowanych instrukcji), skromność (w przeciwieństwie do dzieła sztuki), uczciwość (czyli nieudawanie, że jest się czymś innym), długotrwałość, skrupulatność (czyli skupienie na najdrobniejszym szczególnie wykonania), przyjazność środowisku. Najważniejszą jednak zasadą dobrego designu jest ta, która mówi, że mniej znaczy więcej.

DESIGN THINKING

Z racji tego, że powyższe określenie nie doczekało się dobrego polskiego odpowiednika, można użyć frazy, że jest to „myślenie użytkownikiem”. Ta metoda projektowania, stworzona przez David’a M. Kelly z Uniwersytetu Stanforda, zakłada, że głównym celem jest odbiorca. To nie nasze przekonania, doświadczenia czy pomysły powinny kierować procesem projektowania, ale właśnie dobrze zdiagnozowane potrzeby.

Trzy podstawowe zasady design thinking mówią o koncentracji na użytkowniku, pracy w interdyscyplinarnym zespole oraz częste eksperymentowanie, weryfikowanie stawianych hipotez.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

I... DESIGNU

Wobec tego, że przedsiębiorstwa nie funkcjonują w społecznej próżni, jednym z wyzwań jest takie prowadzenie działalności, by uwzględniać interesy społeczne oraz ochronę środowiska. Kluczowe jest także wchodzenie w interakcje z różnymi grupami – ludźmi, instytucjami, organizacjami, firmami, społeczności, które mogą mieć wpływ na naszą działalność, lub pozostają pod jej wpływem. Tym właśnie jest CSR (*corporate social responsibility*) czyli społeczna odpowiedzialność biznesu.

Dobrze przygotowana polityka prowadzenia odpowiedzialnej firmy włącza te zasady w proces myślenia strategicznego, związanego z identyfikowaniem i zarządzaniem społecznymi zagrożeniami, prowadzeniem dialogu i zaangażowaniem szeroko rozumianego otoczenia we współpracę. Dotyczy też szerokiej analizy informacji o prowadzonej działalności i jej wpływie na środowisko.

Wydatki na CSR powinny być traktowane nie jako zwyczajny koszt, ale inwestycja w innowacje. Z racji tego, że dobrze rozumiany design jest procesem (a nie jedynie końcowym produktem), społeczna odpowiedzialność biznesu nierozzerwalnie łączy się z całym obszarem projektowania. Od projektantów w dużej mierze może zależeć realizacja zasad CSR, gdyż to właśnie oni mają wiedzę i sprawczość w podejmowaniu kluczowych decyzji w tym zakresie.

DRUK

Typowy projekt wydawniczy jest wdrażany w drukarni. Znajomość przebiegu procesów produkcyjnych (technika druku, oprawy, działanie i możliwości poszczególnych urządzeń) jest konieczna przy podejmowaniu decyzji projektowych. Broszurę zdecydowaliśmy się zszyc nicią koloru niebieskiego, co stanowi wyróżnik projektu i jest nawiązaniem do identyfikacji instytucji.

LUBELSKI INSTYTUT DESIGNU

WIEDZA, WSPARCIE, WSPÓŁPRACA

Gromadzimy wiedzę i dzielimy się nią – aktywnie uczestniczymy w branżowych wydarzeniach, poznajemy ludzi i środowiska, tworzymy bibliotekę.

Wspieramy merytorycznie – organizujemy seminaria, konferencje, warsztaty a także prowadzimy indywidualne konsultacje zgłaszanych problemów; ustalamy standardy w zakresie projektowania i innowacji, promujemy dobre praktyki w zakresie designu.

Sieciujemy, tworząc platformę współpracy pomiędzy środowiskiem projektantów, biznesem, uczelniami i administracją publiczną.

[LUBELSKI INSTYTUT DESIGNU](http://www.lubelskiinstytutdesignu.pl)

Lubelski Park Naukowo

Technologiczny s.a.

ul. Dobrzańskiego 3

20-262 Lublin

design@lpnt.pl

www.design.lublin.pl

www.lpnt.pl



TEKSTY I REDAKCJA

Lubelski Instytut Designu

PROJEKT GRAFICZNY I TEKST MARGINALIÓW

kilku.com (Idalia Smyczyńska, Robert Zajęc)