

## Polskie wzornictwo przemysłowe w obszarze gospodarki rynkowej

Wzornictwo posiada bez wątpienia ściśle powiązania z gospodarką, a jego wykorzystywanie w procesie produkcji odzwierciedla poziom rozwoju danego kraju. Sytuacja związana z tym sektorem przemysłu w ostatnich latach w naszym kraju znacznie się poprawiła. Wśród polskiego społeczeństwa nadal jednak nie ma świadomości ogromnego znaczenia tej dziedziny dla gospodarki.

Wzornictwo przemysłowe (design) stanowi wyjątkowe zjawisko zarówno jeśli chodzi o obszar sztuki, jak i przemysłu. Można je bowiem swobodnie umieścić w zakresie obu tych dziedzin aktywności ludzkiej, często nieidących ze sobą w parze. Głównym celem działalności w sferze przemysłowej jest niewątpliwie zysk, tymczasem czynności związane ze sztuką niechętnie odnoszą się do postaw nastawionych na wzbogacenie, a podążają w kierunku, który trudno nawet precyzyjnie określić. Sztuka może być bowiem celem sama w sobie.

Według Pawła Balcerzaka - Projektanta Wzornictwa, wykładowcy na Wydziale Wzornictwa Przemysłowego, członka zarządu Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych, mimo bliskich związków ze sztuką, design ma jednak charakter działalności racjonalnej, opartej na właściwych metodach działania. Wzornictwo staje się zatem pomostem między techniką, strategią komercyjną a stylem i jakością życia. Celem projektowania jest w tym przypadku zauważenie, zdefiniowanie i twórcze rozwiązanie problemu. Kreacja twórcy, projektanta ma to ułatwić, ale nie zdominować.

### Konwergencja zjawisk

Design tradycyjnie umieszcza się w domenie sztuki. Idea otaczania się pięknymi przedmiotami towarzyszyła ludziom od wieków. W obecnych czasach wzbogacona została zaś ona o kwestie utylitaryzmu, a także o zagadnienia związane z ochroną środowiska oraz ergonomią. Współczesne projekty to produkty przede wszystkim funkcjonalne, ale także ekologiczne i przemysłane pod względem zajmowania miejsca w otaczającej je przestrzeni. Na wartość przedmiotu z obszaru sztuki użytkowej składa się zatem szereg czynników, jednakże kwestie sztuki pozostają niezmiennie priorytetowe.

Powiązania sztuki użytkowej z gospodarką są, zwłaszcza w czasach współczesnych, bardzo silne. Design stanowić może istotny czynnik rozwoju przemysłu i jego konkurencyjności. Dziedzina ta generuje wysoki poziom PKB, dzięki niej powstają też stałe miejsca pracy. Ponadto wpływa ona w dużym stopniu na stosowanie w procesie produkcyjnym nowych technologii i kreatywnych rozwiązań. Zapewnienie zaś, dzięki ośrodkom badawczo-rozwojowym, możliwości tworzenia nowych produktów w instytucjach otoczenia biznesu wpływa na rozwój kraju.

### Zapowiedzi, działania, zaniechania

Michał Stefanowski, prezes SPFP, projektant i wykładowca na Wydziale Wzornictwa ASP w Warszawie, w opracowaniu z 2007 r. pt. „Wzornictwo w Polsce dzisiaj” pisze, iż na początku lat 90. XX wieku wzornictwo przemysłowe zostało zaliczone przez ekspertów międzynarodowych do grupy dziedzin mających w naszym państwie największe perspektywy rozwoju. Przeznaczono wówczas na jego wspomaganie znaczną część pomocy zagranicznej. Mimo tych sygnałów i działań przez kilkanaście lat nie istniała jednak w naszym kraju, inaczej niż to jest w wielu państwach, z którymi polska gospodarka konkuruje, skoordynowana polityka rządowa, stymulująca rozwój wzornictwa i zachęcająca przedsiębiorców do włączania go w proces produkcji.

W reakcji na tę niekorzystną sytuację powstał szereg przedsięwzięć inicjowanych przez środowisko projektantów, SPFP, wykładowców wyższych uczelni i wydawców czasopism branżowych. Miały one na celu zwrócenie uwagi społeczeństwa, mediów i władz na znaczenie wzornictwa i zmianę podejścia do tej dziedziny. Rezultatem tego typu działań było pojawienie się, w przygotowanym przez Ministerstwo Gospodarki programie Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013, nowych, korzystnych dla polskiego wzornictwa zapisów. Dały one możliwość wykorzystywania funduszy europejskich na wspieranie tego sektora gospodarki. Dodatkowe pieniądze na ten cel przewidziano ponadto w programach regionalnych, umożliwiających m.in. rozwój innowacyjności w MŚP.

Od 1950 r. działa ponadto w naszym kraju Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Instytucja ta ma przede wszystkim za zadanie upowszechnianie wzornictwa. Od piętnastu lat IWP prowadzi też program monitorowania i promocji designu, co roku wyróżniając najlepsze produkty godnymi Dobry Wzór i Wzór Roku, w kategoriach produktów dla domu, do miejsca pracy i sfery publicznej. Od 2010 r. inicjatywa ta obejmuje także ocenę usług. W 2008 r. IWP rozpoczął zaś 3,5-letni kompleksowy

projekt systemowy, finansowany w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, dotyczący tworzenia środowiska umożliwiającego powstawanie coraz lepszych i efektywniejszych produktów.

W ostatnim czasie zaobserwować można w naszym kraju wzrost zainteresowania wzornictwem i jego stosowaniem. Producenci zaczęli w nim dostrzegać użyteczne narzędzie służące podnoszeniu jakości, a poprzez nią konkurencyjności produktów. Mimo tych pozytywnych sygnałów i szeregu działań promujących design, wśród polskiego społeczeństwa, w tym także przedsiębiorców, nadal nie ma świadomości olbrzymiego znaczenia wzornictwa przemysłowego dla gospodarki. Tymczasem w najbardziej konkurencyjnych firmach na świecie design stanowi stały element procesu tworzenia nowego produktu, a coraz częściej uznawany jest za bardzo istotny czynnik innowacyjności. Projektanci zazwyczaj uczestniczą tam w procesie powstawania nowego wyrobu już na etapie kreowania jego wizji.

#### Rodzime wzornictwo wkracza na rynek

Nowa sytuacja geopolityczna, gospodarcza i społeczna, zaistniała w Polsce po 1989 r., zapoczątkowała przemiany kulturowo-cywilizacyjne w zakresie dotyczącym wzornictwa, czyli stylów życia, ilości i jakości produktów. Spowodowało to przede wszystkim głębokie przemiany ich strony wizualnej. Powiększyła się liczba czynników, które brane są pod uwagę przy projektowaniu i odbiorze estetycznym produktów, uległy zwielokrotnieniu i urozmaiceniu powiązania między nimi. Gospodarczo-społeczne i kulturowe otwarcie naszego kraju na różnorodne wpływy, swoboda działalności gospodarczej, a także intensywna wymiana importowo-eksportowa znalazły również swoje odbicie w stylistyce nowych wyrobów.

Na polskim rynku wzornictwa, po roku 1989, działalność rozpoczęli indywidualni projektanci lub firmy jednoosobowe. Powstawać zaczęły także przedsiębiorstwa funkcjonujące w oparciu o prawo handlowe, jako spółki cywilne lub spółki z o.o. Wiele firm zajmujących się kreowaniem produktów oferuje usługi w zakresie typowego projektowania wzorniczego, wspartego często studiami rynkowymi, opracowaniami techniczno-konstrukcyjnymi, a także technologicznymi. Firmy projektowe współpracują także z przedsiębiorstwami usługowymi w zakresie modelowania i prototypowania. System pracy w obszarze sztuki użytkowej w naszym kraju jest już obecnie porównywalny do stosowanego od wielu lat przez firmy projektowe na świecie. W ostatnich latach na polskim rynku projektowania pojawiło się ponadto inne znamienne zjawisko. Dotyczy ono produktów przeznaczonych na specyficzne, niszowe rynki i polega na łączeniu sztuki przedmiotu – unikat (rzemiosła, drobnej wytwórczości) ze stosunkowo małą produkcją zaspokajającą bardziej indywidualne potrzeby.

Polskie firmy projektowe, jak również indywidualni wytwórcy, działają obecnie najczęściej w kilku specjalizacjach. Ich działalność dotyczy przede wszystkim projektowania produktu, komunikacji i informacji wizualnej (grafika użytkowa), wzornictwa opakowań, reklamy wizualnej, architektury i dekoracji wnętrz. Głębsza specjalizacja jest utrudniona ze względu na zbyt płytki rynek zleceń w większości tych branż. W Polsce projektanci po studiach wyższych w zakresie wzornictwa są w zasadzie przygotowani do realizacji większości zadań oraz do samokształcenia i wchodzenia na nowe obszary zawodowe. Jest to zresztą, ze względu na dynamikę przemian kulturowych, gospodarczo-społecznych oraz rozwój technologiczny, zjawisko ogólnoświatowe.

Branże, które najczęściej w Polsce współpracują z projektantami to sektor AGD (np. Zelmer, Amica, MPM), meblarski (np. Balma, Noti, Mikomax, Com 40, Nowy Styl, ProfiM), oświetleniowy, a także transport publiczny (koleje, tramwaje, autobusy).

#### Targi, wystawy i promocja kraju

Tradycyjnie miejscem ekspozycji wzornictwa są targi branżowe. Polscy kreatorzy i ich projekty, za pośrednictwem wystawianej na tego typu imprezach oferty przedsiębiorstw, uczestniczą właściwie we wszystkich istotnych wydarzeniach na świecie: Premiere Vision w Paryżu, Orgatec w Kolonii, IFA w Berlinie, Clinical Lab Expo, Ambiente i Heimtextil we Frankfurcie i wielu innych. Także w Polsce, w ramach Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz Centrum Targowego EXPO XXI w Warszawie, organizowane są wystawy sztuki użytkowej. Podczas odbywających się w 2007 r. Targów Światło zostały natomiast zaprezentowane prace laureatów konkursu dla młodych projektantów, przygotowanego we współpracy z firmą Osram i SPFP.

Wystawy wzornictwa organizowane przez polskie instytucje za granicą, mają na celu promowanie naszej kultury materialnej i prezentowanie potencjału rodzimych przedsiębiorstw. Takie zadanie miała m.in. wystawa prac młodych projektantów pt. „Wobec konsumpcji”, przygotowana przez Fundację „Rzecz Piękna” i Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych, uhonorowana przez organizatorów Grand Prix Biennale Projektowania w Saint-Étienne. Jednym z ważniejszych dla polskiego wzornictwa wydarzeń była ekspozycja sztuki użytkowej na wystawie „Cold War Modern: Design 1945 to 1970” w Victoria & Albert Museum w Londynie w 2008 r.

Kulturotwórczą i proinnowacyjną rolę wzornictwa zaczęły dostrzegać także polskie miasta. Ich działania w tym obszarze mają przede wszystkim na celu powiększenie własnej atrakcyjności inwestycyjnej. Gdynia, we współpracy z IWP, organizuje

Gdynia Design Days (od 2008 r.), Łódź – Międzynarodowy Festiwal Designu – Łódź Design (od 2007 r. – jest to wydarzenie zorientowane głównie na środowisko studentów i projektantów wzornictwa). Szereg projektów regularnie prezentuje też cieszyński Zamek. W styczniu 2007 r., drugiej rocznicy działalności towarzyszyło otwarcie wystaw „Kooperacje” z St-Etienne i „Najlepsze Dyplomy”. Uzupełnione były one ponadto o Design PL, konferencję zorganizowaną przez Urząd Patentowy RP w Bibliotece Narodowej w kwietniu 2007, pt. „Wzornictwo przemysłowe marką narodową”. W tym samym czasie zainaugurowano wystawę kolejnej edycji zorganizowanego przez IWP w nowej formule konkursu „Dobry Wzór”. Jego regionalnym odpowiednikiem jest, organizowany od 2006 roku przez Śląski Zamek Sztuki i przedsiębiorczości w Cieszynie, konkurs na najlepiej zaprojektowany produkt i wieńcząca go wystawa pod nazwą „Śląska Rzecz”.

#### Upowszechnianie sztuki użytkowej

Zdaniem Michała Stefanowskiego wzornictwo „nowego państwa” po 1989 roku ściślej związało się z przedsiębiorczością i zaczęło funkcjonować na zasadach biznesowych. Oparte zostało ono o ekonomię, prawo handlowe oraz regulatory rynkowe – podaż i popyt. Wraz z otwarciem się rynku na wyroby zagraniczne, społeczeństwo uzyskało szerokie możliwości wyboru nabywanych produktów i usług.

Obszarem dotyczącym sztuki użytkowej zainteresowały się w ostatnich latach również media. Zaczęto powszechnie eksponować design produktów jako element szerszego trendu promowania jakości życia (life style). Pozytywne strony tego zjawiska to uświadomienie znaczenia roli designu, a także kształtowanie gustów społecznych. Zaistniało jednak w związku z tym poważne zagrożenie „tabloidyzacją” wartości wzornictwa, przez większość mediów postrzeganego jako zewnętrzna forma produktu (styling), jakość pozwalająca na uatrakcyjnienie pisma lub programu oraz pozyskanie reklamodawców (product placement). Mimo tych obaw korzystnym efektem obecności wzornictwa w mediach jest rosnące zainteresowanie tą dziedziną. Zaczyna być ona bowiem postrzegana przez społeczeństwo jako element „jakości życia”. To z kolei daje możliwości przenoszenia poprzez wyroby sztuki użytkowej wysokich wartości kulturowych.

Wzornictwo, podobnie jak gospodarka, przestaje być lokalne. Młodzi polscy projektanci biorą udział w ważnych europejskich festiwalach, nabywają doświadczeń w zagranicznych studiach projektowych, by następnie, już jako doświadczeni profesjonaliści, pracować dla światowych marek. Coraz częściej są oni zapraszani do współpracy przez międzynarodowe koncerty, co zawdzięczają swojej kreatywności i rzetelnemu warsztatowi projektowemu. Jednocześnie polskie przedsiębiorstwa zaczynają korzystać z usług zagranicznych projektantów, mających wymagane doświadczenie, referencje i wiedzę o rynku ważną dla polskich eksporterów.

#### Design na przyszłość

W naszym kraju planowane jest utworzenie, w ramach systemu realizacyjnego Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013, Centrów Wzornictwa. Głównym celem ich działalności będzie współpraca z projektantami i przedsiębiorcami, zapewnianie specjalistycznego doradztwa i usług oraz prowadzenie działań promujących polskie wzornictwo przemysłowe w obszarze ogólnopolskim i międzynarodowym. Nasze państwo posiada wykwalifikowane kadry w dziedzinie wzornictwa, których potencjał jest w niedostatecznym zakresie wykorzystywany. Stworzenie w Polsce silnych instytucji zajmujących się rozwojem oraz promocją tej dziedziny, przyczynić się może nie tylko do rozwoju polskiej gospodarki, ale także do wzrostu atrakcyjności kraju dla dużych międzynarodowych inwestycji.

Według Beaty Bochińskiej i Iwony Palczewskiej, auterek Raportu IWP o wzornictwie, Polska potrzebuje w tej dziedzinie mądrej krytyki, której zadaniem byłoby wskazanie na wartość dodaną designu. Niezbędne jest zatem stworzenie programu upowszechniania wzornictwa, w którym finanse będą przeznaczane na projekty, a nie na instytucje. Inicjatywa taka powinna objąć zarówno tradycję, jak i dzisiejsze osiągnięcia.

Mimo iż w naszym kraju wciąż nie docenia się dostatecznie ogromnej wartości wzornictwa, staje się ono coraz bardziej znaczącym sektorem polskiego przemysłu. Wiele firm dostrzega związane z nim korzyści. Dobry wzór oraz mądrze przygotowany projekt, uwzględniający zarówno wizualną stronę produktu, jak i jego funkcjonalność, może przyczynić się bowiem do zwiększenia nie tylko konkurencyjności przedsiębiorstwa, ale także wpłynąć na jego prestiż. Również uczestnictwo w targach i wystawach sztuki użytkowej podnosi rangę marki oraz poprawia wizerunek firmy.

Wzornictwo przemysłowe to dziedzina, która w obszarze polskiej gospodarki rynkowej wykazuje duży potencjał. Dzieje się tak przede wszystkim za sprawą bardzo zdolnych polskich artystów oraz ich projektów, zaczynających zdobywać uznanie zarówno w kraju, jak i za granicą. Istnieje zatem duże prawdopodobieństwo rozwoju tej dziedziny w przyszłości, a dodając do tego wzrost zainteresowania tym obszarem działalności naszego państwa, mającym swoje odzwierciedlenie w programach strategicznych, można przewidywać, iż polski design ma przed sobą obiecujące perspektywy.

Źródło: [http://www.kongreskultury.pl/title,Raport\\_o\\_wzornictwie,pid,400.html](http://www.kongreskultury.pl/title,Raport_o_wzornictwie,pid,400.html)  
[http://www.spfp.diz.pl/spfp\\_content.html](http://www.spfp.diz.pl/spfp_content.html)