

PROFESINIO VAIDMENS SLINKTYS: VIENA DIZAINERIŲ KARTA VILNIUJE*

Rūta Mickienė

VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJA

Maironio g. 6, LT-01124 Vilnius

Straipsnis, grįstas atvejo studija, apima dvidešimties metų laikotarpį Lietuvos dizaine. Pagrindinis jame keliamas klausimas – dizainerio vaidmens kaita ir naujų vaidmenų perspektyvos. Ši kaita analizuojama dizaino lauke, kurio kiti du dėmenys – dizaino produktas ir jo vartotojas. Nagrinėjant dizaino lauko dalyvių vaidmenis, ieškoma jų veiklos persidengimo sričių ir šių persidengimų rezultatų. Atvejo studija grindžiama šiandien aktyviai kuriančių dizainerių apklausa ir jų darbų pavyzdžiais. Aprašius esamą dizaino lauką, įvardijamos kaitos tendencijos ir siūlomos dizainerio vaidmenų modifikavimo galimybės.

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: dizaineris, dizaino laukas, dizaino produktas, dizaino kaita, Lietuva, Pierre Bourdieu.

Gyvename apsupti daiktų, kuriuos vartojame, keičiame, išmetame ir kuriame naujus. Ne tik daiktai yra veikiami žmonių pasaulio, bet ir žmonės nuolat patiria jų įtaką: daiktai keičia mūsų elgseną ir įpročius, ženklina pozicijas, anonsuoja charakterį. Galima deklaruoti buvimą „aukščiau daiktų“, nepriklausymą materialiam pasauliui, tačiau vis tiek sėdėsi ant daikto – kėdės, nepriklausymą reikši ant daikto – popieriaus arba per daiktą – kompiuterį. Netgi dabar vartojamos populiarios „nedaiktiškumo“, „nematerialumo“ sąvokos „virtualus pasaulis“, „interaktyvi komunikacija“ kuriamos ir suvokiamos su daiktais ir per juos.

Nesvarbu, pripažįstame tai ar neigiamo, bet žmonija egzistuoja ir evoliucionuoja kurdamą, perkurdamą

ma ir vartodama daugiau ar mažiau materialius daiktus. Procesą, kurio metu, sąveikaujant kūrybiniam, loginiam, poreikio tyrimo faktoriams su medžiaga, sukuriama turintys paskirtį daiktai ar paslaugos, galima įvardyti dizainu, sąveikos rezultatus – dizaino produktais, žmones, kūrybiškai apdorojančius medžiagą, t. y. kuriančius tuos daiktus ar paslaugas ir iš šios kūrybos pragyvenančius – dizaineriais. Dizaino kūrėjus, produktus ir vartotojus apimančią erdvę apibrėžiu dizaino lauko sąvoka.

Dizaino lauką galime įsivaizduoti it netaisyklingą ir nuolat besikeičiantį trikampį, su aiškiai įvardytomis kampais: dizaineris – dizaino produktas – suvokėjas (vartotojas/užsakovas). Šis trejetas yra tarpusavyje glaudžiai suaugęs, ir nors įmanoma įsivaizduoti pavienį jų egzistavimą, dizainerį, kuriantį tik sau, be autoriaus ar įmonės vardo egzistuojančius produktus ir

* Dėkoju dr. Gintautei Žemaitytei ir prof. Aušrai Lisauskienei už pagalbą ir konsultacijas rengiant šį straipsnį.

SHIFTING PROFESSIONAL ROLES WITHIN ONE GENERATION OF VILNIUS DESIGNERS

Rūta Mickienė

KEYWORDS: designer, design field, design product, design change, Lithuania, Pierre Bourdieu

SUMMARY

This case study-based article spans a period of twenty years in Lithuanian design. The text focuses primarily on the changing role of the designer and the prospects that new roles offer. This change is analysed in the design field, the two other components of which are the design product and its consumer. The analysis employs Pierre Bourdieu's concepts of the *field*, *agents*, *capital*, and *habitus*, applied in a somewhat simplified version limited to professional activity, as well as theories of cultural experience and memory. This pilot analysis is based on a survey of currently active designers who are alumni of Vilnius Academy of Art. The research has revealed a lack of reflection on professional roles among the designers themselves. Occupying stable positions in the design field, its participants fail to reflect on their roles, seeing the latter as regular, and change or modification takes place seemingly unconsciously. Like two decades earlier, designers focus on the product and not on the creative process, and thus change is more evident from the perspective of another agent of the field – namely, the perceiver (the client/end user). Yet certain shifts – trends of developing a closer relationship with the client/end user, maintaining two-way communication with the creative product, and the growing need for products that provide a space for self-expression – are clearly visible.

The article suggests some options for modifying the role of the designer – a return to the philosophy of design and a design practice based on the latter, when the conception of the designer's profession is complemented by self-reflection on the roles of the designer and a desire to further build up on these roles, and when design is understood not only as the creation of a product, but also as the provision of a service.