

FRI-2G.204-1-ID-01

DEFINING PHASES AND CRITICAL POINTS DURING THE FIRST STAGE OF THE “DESIGN PROCESS”²⁸

Silvia Tcheparova – PhD Student

Department of Industrial Design,
“Angel Kanchev” University of Ruse
Tel.: +373 88 820 2808
E-mail: scheparova@uni-ruse.bg

Abstract: *This article explores in detail the phases during the first stage of the design process from a graphic design perspective, during which the design problem and client brief are defined. Brief generation methods, written communication between client and designer and aspects of the contractual relationship are traced. The critical points in this stage are considered and methods for their solution are formulated.*

Keywords: *Design processes, Design thinking, Design Leadership, Design Communication, Design Management, Design education.*

ВЪВЕДЕНИЕ

Разглеждайки дизайна като пресечна точка на креативност и иновативност, неминуемо възниква въпросът „Как се случва дизайн?“. Креативността е централен аспект в дизайна, но тя се допълва от широк кръг други умения, които правят дизайн многостранна професия. Дизайнерите съчетават креативността с практичност, решаване на проблеми, изследвания и технически опит, за да създадат ефективни и въздействащи решения. Следователно и процесът на случване на дизайн е сложен, многопластов и итеративен.

Боб Гил е сред най-значимите имена в графичния дизайн. В своята книга „Графичният дизайн като втори език“ той дава следното определение за това какво е дизайн и „Как се случва дизайн?“. „*Не можете да държите дизайн в ръката си. Не е нещо. Това е процес. Система. Начин на мислене*“.

От тази кратка сентенция е видно, че успешната реализация на един дизайн проект е резултата от сложно протичащи процеси, съвкупност от редица взаимосвързани умения и компетентности, като: дизайн опит, креативни и комуникативни умения, умения за работа със софтуерни приложения, способност за работа в екип, маркетингови познания за пазара, познания за приложимост на технологии и материали. Тези познания биха били безсмислени, ако не бъдат приложени и организирани в определена последователност наречена „Дизайн процес“.

Правилното разбиране, прилагане и управление на етапите от дизайн процеса се превръщат все-повече във ключов фактор за успеваемостта на дизайн проектирането.

Именно затова и темата за това как се променят дизайн процесите в динамична среда е все по-актуален и належащ като тема за изследване.

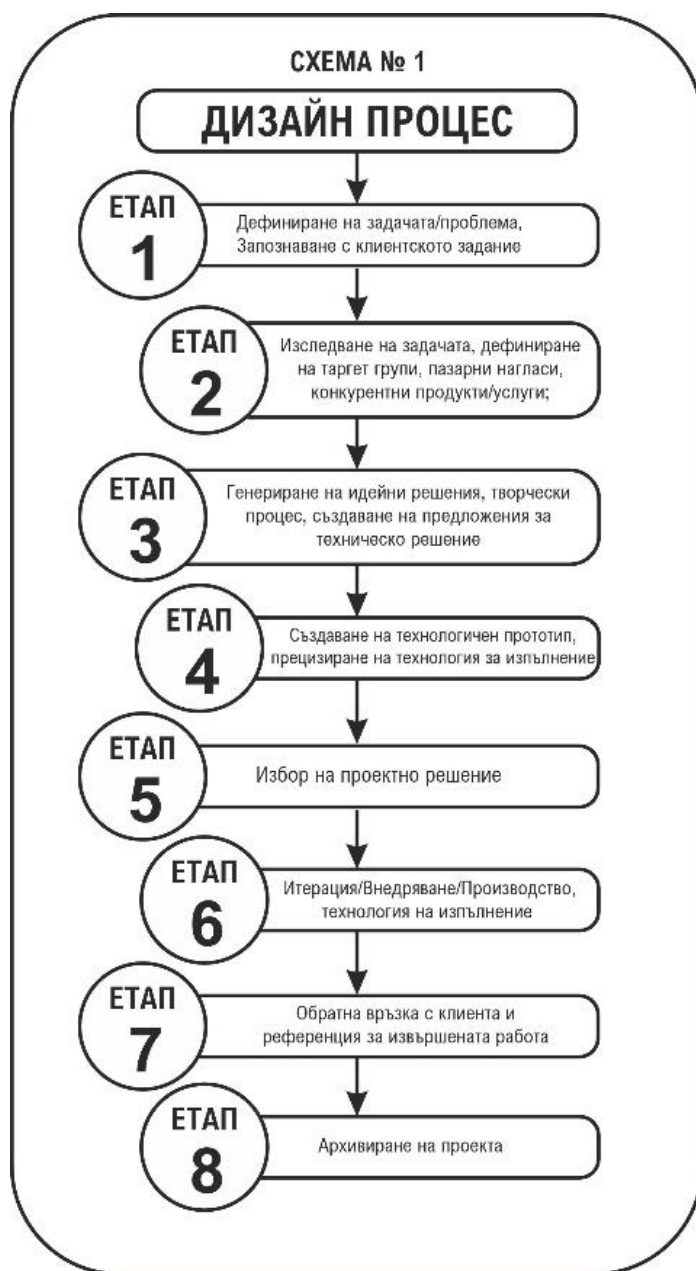
Какво е дизайн процес и как може да бъде формулиран той?

В своята книга „Дизайн мислене“, Гавин Амброуз и Пол Харис дават формулировка на определението за дизайн процес: „*Дизайнът е процес, който превръща кратък проект или изискване в завършен продукт или дизайнерско решение*.“

Дизайн процесът е верига от взаимно обвързани дейности следващи определен ред и посока на действия и осъзнатост на функциите. Това е и формат на изграждане на партньорски взаимоотношения между клиент и дизайнер, и те продължават до края на приключване на взаимните ангажменти. Осъзнаването на тази партньорска връзка от взаимни ангажменти и

²⁸ Докладът е представен на Научната сесия на Секция „Промислен дизайн“ на 27 октомври 2023 г. с оригинално заглавие на български език: ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ФАЗИТЕ И КРИТИЧНИТЕ ТОЧКИ ПО ВРЕМЕ НА ПЪРВИЯ ЕТАП НА „ДИЗАЙН ПРОЦЕСА“

задължения подпомага не само добрата среда на работа, но и степента на успеваемост на проекта.



Дизайн процеса може да бъде проследен в отделни 8 етапа, които имат следната последователност (фиг. 1):

ЕТАП 1 - Дефиниране на задачата/проблема, запознаване с клиентското задание;

ЕТАП 2 - Проучване/изследване на задачата, дефиниране на таргет групи, пазарни нагласи, конкурентни продукти/услуги;

ЕТАП 3 - Генериране на идейни решения, творчески процес, създаване на предложения за техническо решение;

ЕТАП 4 - Създаване на технологичен прототип, прецизиране на технология за изпълнение;

ЕТАП 5 - Избор на проектно решение;

ЕТАП 6 - Итерация/ Внедряване/ Производство, технология на изпълнение

ЕТАП 7 - Обратна връзка с клиента и референция за извършената работа

ЕТАП 8- Архивиране на проекта.

Фиг. 1. Последователност и функции на „ДИЗАЙН ПРОЦЕСА“

Целта на настоящата статия е да проследи и разгледа фазите протичащи през първия етап на дизайн процеса, а също така и да акцентира върху най-често срещаните проблеми възникващи по време на дефиниране на заданието.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Дефиниране на задачата/проблема, запознаване с клиентския бриф

Правилното преминаване през първия етап е от ключово значение за успеваемостта на проекта. Неговото успешно протичане определя не само по нататъшното темпо, но е и индикация за професионалните качества на дизайнера.

Този етап включва в себе си няколко отделни фази, които се подреждат в следната логична последователност:

1. Среща с клиент. Запознаване с проблема. Срещата с клиент не е задължително да бъде физическа. Тя може да се проведе онлайн или писмено, но винаги започва с излагане на проблема. По време на срещата дизайнера запознава клиента със своето портфолио и опит и задава редица от уточняващи заданието въпроси. Този етап е особено интензивен в комуникационно отношение и е важен старт за създаване на стабилна верига от взаимно свързани дейности. Много често една среща не е достатъчна или има по-голяма продължителност от първоначално предвиденото, но ако не бъде правилно проведена, възникват предпоставки за дестабилизиране на останалите етапи. По време на първоначалното запознаване с проблема се демонстрира емпатия и се очертава обема за поставената задача.

2. Генериране на задание/бриф. Генериране на бриф рядко се случва по време на първата среща. Обичайно клиентските изисквания се формулират след нея. Те могат да бъдат заявени устно или писмено, могат да бъдат прости или сложни. Исканията трябва да съдържат конкретна цел, която трябва да бъде постигната от дизайна. Клиентите имат различен опит в дизайнерските услуги и поради тази причина качеството на исканията и начина по който те биват заявени варират в широки граници. Писменото формулиране на проблема, както и тяхното прецизиране и доуточняване от страна на дизайнера са в състояние значително да повишат разбирането относно поставянето на задачата. Ето защо писмената форма е силно препоръчителна при формиране на бриф. Лиз Лидиат е сред специалистите по професионална практика в консултациите по дизайн. Тя споделя следното: *„Способността да се изразяват мисли и да се съобщава информация на ясен писмен английски (или друг език) е от основно значение за работата на консултантската фирма по дизайн. Клиентите често се чувстват некавалифицирани да правят естетически преценки, но те ще бъдат повлияни от качеството на писмената работа и качеството на услугата, идваща от консултанта”*.

Писмената форма на задание има и още една важна функция и тя е да удостовери в нагледна форма същността на целите. В юридически контекст писмената комуникация изпълнява и силата на договорни отношения между двете ангажирани страни. В „Дизайн и Управление на дизайн Стратегия, процес и внедряване“, Катрин Бест потвърждава тази теза, казвайки следното: *„Проектното задание е част от „договора“ между клиента и дизайнерския ресурс. Заданието за проектиране може да бъде преразгледано или да стане по-подробно с развитието на процеса на проектиране, така че е важно клиентът да участва и да се актуализира на всички етапи и дизайнерският екип редовно да преразглежда споразумението и да получава съгласието на клиента, ако има такова настъпват промени“*. Не случайно брифа, комуникацията и изясняването на заданието са обект на толкова много публикации, описания и съвети. Старта на всеки проект е важен и определя в известна степен и начина по който би протекъл целия процес.

3. Уточняване на параметрите на заданието. Обратна връзка към клиента за целите на заданието. След получаването на брифа, дизайнера има за цел да се запознае детайлно и подробно с клиентските цели и поставените задачи и да даде обратна връзка към клиента за това как разбира проблема. Дейл Синклер дава изключително ценни указания в „Управление на дизайн и дизайнерски екип в дигиталната ера: *„Добрият брифинг е от основно значение за успешното стартиране на процеса на проектиране и следователно качеството на брифинг е от интерес за водещия дизайнер. Водещият дизайнер и дизайнерският екип трябва да прегледат първоначалното описание на проекта, преди да започнат етап 2, за да преценят дали той съдържа цялата необходима информация, необходима за започване на дизайна. Целите са това, което клиентът се надява да постигне чрез възлагане на проектантска работа и е важно те да бъдат напълно разбрани и „очертани“ към дизайнерско мислене. Целите трябва да бъдат определени, така че дизайнера да знае какво трябва да постигне. Запознавайки се с клиентския бриф и вниквайки в естеството на поставената проблематика, дизайнера трябва да си отговори на няколко ключови въпроса. В „Дизайн Мислене“ Гавин Амброуз и Пол Харис формулират тези въпроси в следния ред: „Разбирате ли какво иска клиентът? Съгласни ли сте с определението на термините? Можете ли да управлявате очакванията на клиентите?“ Положителните отговори на тези въпроси дават възможност за преминаване към следващия етап от дизайн процеса.*

4. Сключване на договор. Сключването на договор между дизайнер и клиент бележи официалното споразумение между двете страни по отношение на обема на работата, реда и условията на професионалните им взаимоотношения. Договорът служи като правно обвързващ документ, който очертава правата и отговорностите както на дизайнера, така и на клиента. Ето някои ключови елементи, които обикновено се включват при сключването на такъв договор:

Идентификация на страните: Договорът трябва ясно да посочва имената и информацията за контакт както на дизайнера, така и на клиента. Това помага да се гарантира, че споразумението е между правилните физически или юридически лица.

Обхват на работа: Договорът трябва да описва подробно конкретните дизайнерски услуги, които дизайнерът ще предостави. Това включва описание на проекта, етапи на проекта, резултати и всякакви ограничения или изключения.

График: Важно е да бъде описан график на проекта, включително крайни срокове за резултати и завършване на проекта. Това помага да се управляват очакванията и се гарантира, че двете страни имат еднакви очаквания по отношение на етапите на проекта.

Условия за плащане: Договорът трябва да очертае структурата на плащането, включително общата цена на проекта, график на плащане и всички допълнителни такси или разходи. Трябва също така да се уточни как и кога ще се извършват плащанията.

Интелектуална собственост: Договорът трябва да засяга правата на интелектуална собственост. Обикновено дизайнерът запазва авторските права върху работата си, докато клиентът не плати изцяло, след което собствеността може да се прехвърли на клиента. Договорът трябва да уточнява и как клиентът може да използва проектантската работа.

Клауза за прекратяване: Това е клауза, която очертава обстоятелствата, при които договорът може да бъде прекратен от която и да е от страните, и процеса за това.

Разрешаване на спорове: Договорът трябва да уточнява как ще се разрешават спорове между дизайнера и клиента, независимо дали чрез преговори, посредничество или правни действия.

Подписи: И двете страни трябва да подпишат и да поставят дата на договора, за да покажат съгласието си с правилата и условията.

Не при всяко дизайн задание се сключва договор, тъй като този акт отнема време за подготовка, а обема и сроковете при някои задания не предполагат това. Както стана ясно, по-горе писмената комуникация и бриф могат да имат силата на договор, но при обемни задания с продължителен срок сключването на официален договор е препоръчително. Договорът служи като официално споразумение, което помага за предотвратяване на недоразумения и спорове по време на хода на проекта, като гарантира, че и двете страни са наясно със своите задължения и очаквания.

Често срещани проблеми през първия етап.

7. Проблем при формулирането на задание от страна на клиента

Проблема с неправилното формулиране на целите и поставяне на задачата може да се дължи на редица фактори, като слаб опит при подаване на задание от страна на клиента, неясни цели, липса на изградена мениджърска стратегия по отношение на дизайна. За да бъде преодолян този проблем е желателно между клиент и дизайнер да се поддържа писмена форма на комуникация. Ако възложителя не предостави в писмен вид своето задание, правилния подход е дизайнера да оформи такова съгласно дадените референции и указания от клиента. Писмения формат на задание служи като документ на базата на който дизайнера изгражда своя проект.

8. Лоша комуникация между клиент и дизайнер

Комуникационния дисбаланс между възложител и дизайнер е сериозна пречка за реализация на проекта.

В много случаи този проблем възниква по следните причини:

- Неяснота и разминавания в терминологията;
- Липса на достатъчна ангажираност към проекта от страна на възложителя;
- Причини от смесен характер.

Преодоляване на комуникационния стрес се случва след разясняване на употребата на термини, изясняване на взаимните ангажменти спрямо проекта и поддържане на писмения формат спрямо изясняването на заданието и задачите които всяка от страните има. Комуникацията между клиент и дизайнер е нишка която следва целия дизайн процес. Тя поставя своите основи по време на първия етап и продължава по време на целия процес.

9. Липса на достатъчно конкретна информация относно целите от страна на клиента.

За да бъде постигната ясна конкретика относно целите на проекта дизайнера е необходимо да подготви списък от уточняващи въпроси към клиента. Дори и в първоначалния етап част от въпросите да останат без отговор, клиента поема ангажимент да намери отговори и по този начин да допринесе за изясняване на целите които си е поставил. Те са индивидуални спрямо всеки проект и е трудно да бъде създадена единен формат, който да е универсален за всеки тип проектно задание.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От изложеното по-горе става ясно, че доброто познаване на дизайн процеса е предпоставка за генериране на качествен дизайн. Познаването за случващото се в тези процеси е в резултат не само на натрупан опит, но и на обучение и анализ за тяхната същност и функция.

По отношение за фазите протичащи в първия етап от дизайн процеса се налагат няколко важни извода:

1. Първия етап на дизайн процеса е основополагащ и определящ за развитието на целия процес. Ако не бъде правилно преодолян възникват предпоставки за дестабилизиране на останалите етапи;

2. Въвеждането на писмена форма на комуникация между страните е най-правилния метод за онагледяване на поставените задачи и може да има силата на договорни отношения;



Фиг. 2. Логическа последователност на фазите на „ДИЗАЙН ПРОЦЕСА“

3. Съставянето на индивидуални въпросници, които имат за цел да прецизират заданието не е универсална формула и е строго индивидуално спрямо всеки проект и задание;

4. Проблеми от комуникационен, терминологичен и информационен характер е задължително да бъдат преодоляни в края този етап, тъй като без тяхното решение е невъзможно да се премине към следващите етапи от процеса.

Изучаването на дизайн процеса е важен елемент от общото образование на дизайна във всичките му разновидности. Подобна дисциплина би довела до повишаване на реализацията на студентите изучаващи дизайн и би спомогнала успешната им интеграция в динамичната икономическа ситуация.

REFERENCES

Ambrose, G. (2010), Paul Harris, DESIGN THINKING the action or practice to use your mind to consider the design, An AVA Book.

Best, K. (2006) Design Management, Managing Design Strategy, Process and Implementation, An AVA Book, ISBN 978-2-940373-12-3.

Best, K. (2010). The Fundamentals of Design Management, An AVA Book.

Birkhofer, H. The Future of Design Methodology, Springer London Dordrecht Heidelberg New York, ISBN 978-0-85729-614-6.

Chair of Product Development and Machine Elements TU Darmstadt.

Doychinov, Y. (2011) Design - where, when or how? Proceedings. Volume 50, Book 1.2. 159-159 p. **(Оригинално заглавие: Дойчинов, Й. (2011). Дизайнът - накъде, докога или как? Научна конференция на РУ/ НАУЧНИ ТРУДОВЕ, Том 50, Серия 1.3, 156-159).**

Rymsey, R. Business Thinking for Designers, DesignBetter.Co, by InVision.