

Agnieszka Skowrońska

"Socjologia designu", Magdalena Piłat-Borcuch, Warszawa 2014 : [recenzja]

Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne nr 9, 130-131

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Agnieszka Skowrońska

Magdalena Piłat-Borcuch, *Socjologia designu*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2014.

Design jest elementem kultury o szerokim zasięgu i dużej sile oddziaływania społecznego. Pojęcie to ma związek z wieloma aspektami otaczającej nas rzeczywistości. Za przykład może posłużyć sztuka, architektura, moda i przemysł. Nawet osoby niezainteresowane designem mają kontakt z tą dziedziną kultury na co dzień. W każdym obszarze życia społecznego można zauważyć wzrost zainteresowania problematyką designu. To właśnie za sprawą tego ostatniego tworzy się oraz ciągle ulepsza otoczenie człowieka. Przyczynia się on jednak także do bezrefleksyjnej konsumpcji i bezmyślnego spędzania czasu wolnego.

Niewątpliwie można stwierdzić, że design stał się ważną częścią świata współczesnej kultury. Socjologia, która zwraca szczególną uwagę na znaczenie przemian społeczno-kulturowych, może ułatwić próbę zrozumienia przemian zachodzących w świadomości współczesnego pokolenia konsumentów. Zrozumienie fenomenu rozwoju designu bez uwzględnienia tej znaczącej perspektywy socjologicznej byłoby trudno albo wręcz niemożliwe.

Autorka *Socjologii designu* postawiła sobie za cel, jak wskazuje sam tytuł, analizę problematyki designu z perspektywy socjologicznej. Empirycznym założeniem tej pracy było przedstawienie wyników badań przeprowadzonych przez autorkę. Dotyczyły one świadomości designu wśród mieszkańców Kielc. Magdalen Piłat-Borcuch podjęła w swej pracy także próbę socjologicznego sportretowania środowiska designerów związanych z Kielcami. Recenzowana książka ma charakter teoretyczno-empiryczny. Składa się z czterech rozdziałów, a każdy z nich zawiera po trzy podrozdziały.

Pierwszy rozdział zatytułowany „Design w perspektywie socjologicznej” stanowi charakterystykę designu z perspektywy współczesnych badań socjologicznych. Można odnaleźć w nim próbę zdefiniowania samej socjologii designu. Autorka definiuje ją jako społeczny aspekt kształtowania wzornictwa i wymienia problematykę, która mogłaby znaleźć się w obszarze zainteresowań tej dziedziny. Akcentuje takie zagadnienia, jak funkcjonowanie designu w społecznej świadomości i relacje między elitarnością a masowością designu. Ważnym punktem jest dla niej także oddziaływanie designu na społeczeństwo i odwrotnie. Autorka podkreśla tu znaczenie designu w kontekście odpowiedzi na potrzeby społeczne oraz podaje przykłady tego rodzaju działań. Za pomocą przykładów skłania czytelnika do własnych przemyśleń i szerszego spojrzenia na zwykłe rzeczy, otaczające go na co dzień. Ciekawym pomysłem jest nawiązanie do idei Marksa przy omawianiu kwestii nowych rewolucji technologicznych.

Celem kolejnego rozdziału „Konsumpcyjne wymiary designu” jest podkreślenie kreatywności jako podstawowego wyróżnika designera. Zaakcentowana zostaje tu rola socjalizacji, która jest nie tylko podstawowym procesem społecznym, dzięki któremu jednostka internalizuje normy społeczne, ale także procesem „zabijania” kreatywności. Autorka dużą uwagę przywiązuje do tego, jaką rolę w kształtowaniu i rozwoju kreatywności danej jednostki pełni kultura. Za pomocą rysunku, w przystępny i prosty sposób przedstawia czytelnikowi cechy osobowości nowoczesnej. W rozdziale tym przedstawiona została też problematyka społeczeństwa konsumpcyjnego.

Według Magdaleny Piłat-Borcuch to właśnie jego rozmiary determinują rozwój designu. W zakończeniu rozdziału przedstawione zostało krytyczne ujęcie designu. Tak jak w poprzednim rozdziale pojawiają się tu ciekawe przykłady, które obrazują opisywane zagadnienia.

Trzeci rozdział *Socjologii designu* zatytułowany „Historyczne uwarunkowania rozwoju designu” przedstawia zmieniające się rozumienie designu na przestrzeni czasu. Godna uwagi jest przejrzysta tabela ukazująca definicje tworzone przez różnych autorów, z której czytelnik szybko dowiaduje się, jak ewoluowało tytułowe pojęcie. Dalej autorka przechodzi do krótkiego przedstawienia historii designu na świecie. Więcej uwagi poświęca rozwiniętej analizie historii designu w Polsce. Udaje jej się przedstawić to zagadnienie w prosty i czytelny sposób za pomocą tabeli.

Ostatni rozdział „O designie w świetle badań własnych” Magdalena Piłat-Borcuch poświęciła prezentacji wyników badań empirycznych. Badania te zostały przeprowadzone wśród mieszkańców Kielc oraz związanych z Kielcami designerów. Na początku autorka skupiła uwagę na portrecie środowiska designerów kieleckich. Niestety wyniki tych badań nie dają możliwości wyciągania szerszych wniosków i uogólnień, ponieważ posiadają jedynie mikroskalowy charakter. Następnie autorka skupia się na kwestii pozycji designu w świadomości społecznej. W tym zakresie również prowadziła badania, których respondentami byli Kielczanie – dokładnie 252 mieszkańców miasta. Tak jak w badaniu designerów, także i tu nie ma możliwości wyciągnięcia wniosków dotyczących szerszej zbiorowości, można jednak przyjąć, że niektóre konkluzje mogą mieć walory bardziej ogólne. W zakończeniu rozdziału autorka w punktach przedstawia najważniejsze wnioski z badań.

W książce wykorzystano różnorodny materiał, zarówno naukowy, jak i publicystyczny. Wykorzystanie tak bogatej literatury przedmiotu nadaje książce wysoki walor naukowy. Na uwagę i pozytywną ocenę zasługuje również czytelność i prostota tabel, rysunków i wykresów oraz spójna, przejrzysta struktura publikacji. Z racji przejrzystości i prostoty języka, którym autorka posługuje się w książce, można ją polecić nie tylko socjologom, ale także przedstawicielom innych dziedzin, np. architektom, projektantom i wszystkim, których interesuje tematyka designu. Publikacja ta wypełnia lukę w polskiej literaturze z zakresu socjologii designu i może stanowić ciekawy punkt wyjścia do dalszych badań w tej dziedzinie, tak ważnej zwłaszcza we współczesnym świecie, gdzie szybki rozwój nowych technologii oraz konsumpcji stanowi jedno z najważniejszych zjawisk.