

AVATUD JA HÄGUS

Tärkavate disainipraktikate kaardistamine

Ruth-Helene Melioranski
Martin Pärn

Keeletoimetaja Eva Adamsoo
Kujundaja Maret Põldre
Tellija Eesti Disainikeskus
Rahastaja Kultuuriministeerium



KULTUURIMINISTEERIUM

EESTI ESTONIAN
DISAINI — DESIGN
KESKUS CENTRE

Lühikokkuvõte

Käesolev töö keskendus uute suundade ja muutuste otsimisele Eesti tänases disainipraktikas. Uuringu käigus viidi läbi analüüs **34** disaineri **68** disainitööst.

Süvitsi käsitletud praktikad:

AKU - Uku Küttis, Alari Orav

Disainiosakond - Kristi Rummel

Innovatsioonitiim - Daniel Kotsjuba

Rakett - Priit Isok

Velvet - Janno Siimar, Pärtel Vurma, Joel Kotsjuba

Iseasi - Martin Pärn, Janno Nõu

Meliorad - Ruth-Helene Melioranski

Töö eesmärk oli tuua välja

- uued disainisuunad ja –teemad
- näidata, kuidas on muutunud disaini mõistmine ja rakendamine
- kes on tänane disainer ja kellega ta koostööd teeb
- millised on disainerile vajalikud oskused ja teadmised
- kuidas on disainiprotsess üles ehitatud
- kuidas näeme ja hindame täna disaineri töö tulemit.

Objektikesksest holistlikumaks ja kontekstuaalsemaks

Uuringus käsitletud juhtumites on disainikäsitlus liikunud objektikesksest holistlikumaks ja kontekstualiseeritumaks, käsitledes suuremat süsteemi ja selles toimivaid suhteid. Objekti asemel on fookusesse tõusnud üldisemad eesmärgid, laiem kontekst ja muutuste juhtimisega seotud mõjud. Mitmel puhul näikse, et „objekti”, mida disainida, ei olegi enam.

Disain kui suhtekeskne kultuur

Disain on muutumas „ainetuks“ ehk materjalivabaks, sellist dematerialiseerunud disaini aga ei suuna enam materjalist tulenevad küsimused ja aspektid, vaid suhete võrgustikku moodustavad elemendid. Seetõttu saame käsitleda tähtsaid disainipraktikaid suhetekeskset ehk näha disaini suhetekeskse kultuurina, kus fookuses on suhted erinevatel tasemetel ja erinevate osapoolte vahel, kusjuures vaatleme neid nii üksikute paaridena (inimene–inimene, inimene–masin, inimene–ruum, inimene–aeg, inimene–ühiskond, inimene–kogukond, masin–masin jne) kui ka laiemate suhteraamistikena, mis kätkevad nii süsteemi muutujaid kui selles toimijaid.

Disaini uurimuslik olemus

Varasem Eesti disaini erakordselt suur praktikakesksus on hakanud muutuma uurimuslikumaks, sest disainiprotsessi alguse nihe varasemaks on disainipraktikas toonud kaasa sisemise nõudluse ja vajaduse uurimuse

Disaini demokratiseerumine

rakendamiseks, mis omakorda on sundinud stuudioid „akadeemilisust“ jäljendama.

Disainiuuringu fookuses on olukorra muutmise võimaluste otsimine ja tekitamine, teisisõnu: tegemist on genereeriva ehk konstrueeriva uurimusega, mis loomuldas on juba osa uue loomisest või muutuse läbiviimisest. Kõige laiemalt on kasutusel kasutajauuringud.

Toimumas on jõuline disaini demokratiseerumine, mida iseloomustab eeskätt disainiprotsessis osalejate oluliselt laienenud ring. Tavapäraseks on saanud erinevate erialade ekspertide kaasamine külgnevatelt elualadelt, kuid kaasatud on ka nii olemasolevast disainist mõjutatud kui oma kogemuse põhjal kaasa rääkivaid eksperte ning hilisema disainiga koostoimijaid. See tähendab ühtlasi, et disainer ei ole enam ainuke disainija, vaid disainimise oskus on kandunud üle teistesse valdkondadesse, niisamuti kui argitasandile igaühe baasoskuseks. Seda on lisaks teistele protsessidele hõlbustanud sobiva tehnoloogia areng ja kättesaadavus.

Disainimises osalejate ringi laienemine on jõudsalt arenenud käsikäes koosloome esiletõusuga. Nii „stuudiost“ kui „akadeemiast“ on disainerid edasi liikunud „põllule“ tegelema koosdisainiga, mis on viinud uudsete hübriidsete koostöövormideni akadeemia ja praktikute vahel.

Disaini tõus väärtusahelas

Kuna disaini on objekti loomise kõrval hakatud kasutama ka ülesande enda defineerimiseks loova sekkuumise kaudu, on see tõusnud teenusepakkujast organisatsiooni partneriks strateegilisel tasandil. Sellises väärtuspõhisemaks muutunud disainikäsitluses nähakse tulemina laiemalt loodavat väärtust, mis toetab soovitud muutuste algatamist ja ellu viimist. See saab toimuda vaid olukorras, kus disain on kaasatud strateegiliste otsuste tegemisse nii tellija organisatsiooni sisemiste kui väliste praktikate puhul, võttes samaaegselt arvesse nii väärtust kasutajatele, kestlikkust organisatsioonile kui teostatavust tehnoloogia ja ressursside seisukohast.

Disainiprotsessil on oma iseväärtus

Disaini sisuline muutus on kaasa toonud ka disainiprotsessi olemuse avardamise ja teisenemise: algus on hägustunud ja liikunud varasemaks (traditsioonilise loomisprotsessi ette) ning disainiprotsessi lõppemine, mis ei pruugi enam päädida objekti loomisega, võib jääda määratlemata ja oludega kohandatavaks. Hägusa alguse ehk eeluuringute peamine ülesanne on disainiprojekti väärtus artikuleerida ja osapoolte vahel kokku leppida, mistõttu on keskne roll protsessil endal.

Avatud lõpp määrab suunised muutuse ellu viimiseks, pakkudes nii pikaajalist võimaluste platvormi, mitte ühte

valmislahendust. Tihti on oluline just protsess ise, mis toob kaasa muutuse, mitte tulemina „üle antav”. Selle kõige ilmekamad näited on kogukonna kaasamisega seotud projektid.

Disaineri uus roll

Disaineri roll on muutunud kindlalt piiritletud „objekti” loojast disainiprotsessi algatajaks, arutelu juhtijaks ning suunajaks, koosloome tegevusjuhiks ja kuraatoriks. Keskele kohale disaineri tegevuses on tõusnud võimaluste otsimine, kirjeldamine ja testimine. Stiil ja vorm luuakse protsessi viimastes etappides, ning need on pigem tegevuse avaldumisvormid ja -kujud, mitte projekte käivitavad ajendid. Samas loovad avatud lõpuga protsessid olukordi, kus disainerist saab pikaajaline partner muutuste ellu viimise protsessis.

„Uue” professionaalsuse esiletõus

Disaini demokratiseerumise mõjul, mille puhul kõik võivad täieõiguslikult osaleda disainiprotsessis, süveneb ka vajadus professionaalse disaineri järele. Disainimõtlemise ja koosloome laineharjal on muutunud disaineri ametioskuste pagas. Lisaks traditsioonilistele ametioskustele vallata tehnoloogiaid, luua vormi ja jutustada lugu, peab tänapäeva disainer suutma töötada inimeste ja organisatsioonidega, mõistma suuri süsteeme ja suutma neid kirjeldada viisil, mis osutavad võimalustele muutuste esile kutsumiseks. Nii on tekkinud uued disaineriprofiilid, mis on võimelised horisontaalselt ühendama erinevaid traditsioonilisi disainivaldkondi. Keskkel kohal on endiselt visualiseerimine, kuid see on tõusnud visuaalse mõtlemise tasandile, ja seda kombineeritakse loova ja analüütilise mõtlemisega. Niisugune nihe ilmneb näiteks uuringufaasis info kogumisel pildilisi vahendeid kasutades või kompleksse ja laiavalguva info mõtestamises visuaalsete kaardistustena.

Mõtlemise muutus

Professionaalse disaineri kompetents põhineb holistlikul lähenemisel probleemituatsioonile, kus ühtviisi kirjeldamata on nii probleemi täpne olemus kui lahenduselt oodatavad kriteeriumid. Disainerid kasutavad abduktiivset loogikat, mille puhul avastuslikus kontekstis püstitatakse uusi hüpoteese, mis omakorda põimib probleemituatsiooni mõistmise uue kontseptsiooni loomise protsessiga tervikuks. Disaineri oskus luua reaalseid lahendusi on rakendatud probleemi mõistmise teenistusse. Siin on samavõrd oluline holistlikum ja detailsem vaade kui disaineri klassikalised ja uued oskused. Loovus ja uudsus on sealjuures endiselt tähtsad, kuid neid ei hinnata mitte niivõrd objekti lõpptulemuse kui selle kujunemise protsessi ülesehituse ja kaugemale ulatuva mõju järgi.

Identiteet on hägustunud

Disaini tegevusväli on jõuliselt laienenud ning sisemiselt muutunud, mislääbi on hägustunud ka eriala identiteet. See toob kaasa erialase enesemääratlemise keerukuse. Laiem disainidiskursus on takerdunud endistesse mustritesse, uued praktikad aga ei ole veel etableerunud. Kuigi disain on liikunud objektilt protsessile, suhetele ja kogemustele, on objektid ja esteetika disainist mõtlemisel ja rääkimisel endiselt valdavaks jäänud. Disainikaanoni kujundajad lähtuvad eriala algusaegadel kinnistunud „objektikesksest“ lähenemisest: näitustel on „objektid“, auhindu jagatakse „objektidele“ ja autoritele. Teiste sõnadega: väga selgelt hinnatakse disaini ikka veel lähtuvalt varasema kultuuri dominantsest koodist, kuid uuringus kirjeldatud erisuste tõttu ei ole selline lähenemine enam kaugeltki alati sobilik. Uusi praktikaid viljelevad stuudiod hindavad oma tööd hoopis teistel alustel, lähtudes eelkõige pikaajaliste muutuste mõjust nende kõige erinevates vormides. Seetõttu on kriitilise tähtsusega uue mõisteraamistiku ja uue disainikultuuri arendamine laiemalt kui ainult praktiktiseeritava tegevusena. Seda vajadust kinnitab ka ingliskeelsete toorlaenude laialdane kasutamine praktikute poolt.

Avastamata võimalused

Võrreldes maailmas rakendatavate praktikatega näeme Eestis erialaselt katmata teemasid ehk nõ valgeid alasid, millele erinevad valdkondlikud institutsioonid võiksid edaspidi enam sisulist tähelepanu pöörata. Kõige silmatorkavam on jätkusuutlikkusega seotud teemade sügavama käsitlemise puudumine. Samuti ei näi meil olevat aega või ruumi spekulatiivsele või tulevikku vaatavale kriitiliste stsenaariumitega katsetavale disainile.

Turu mõju

Uuringu fookuses ei olnud turu nõudluse mõju praktikatele või küsimus sellest, kuivõrd disainipraktika suudab mõjutada turu nõudlust. Uuringus käsitletud juhtumid on kõik reaalsed praktikad, mis tänaseks juba oma elu elavad ja jõudumööda arenevad. Neil kõigil on individuaalne ja eksperimenteeriv loomus, kuid neid kõiki on ühtlasi tugevalt vorminud ja vormib edasi turusituatsioon ehk tellimused ja rahastus.

On selge, et peaaegu täielikult turumehhanismide valda jäetud eriala areneb tänases Eestis pigem vastavalt tellimustele, samas kui eksperimentaalsed ja uuenduslikud praktikad muudavad disainiturgu väga vaevaliselt. Selles kontekstis väärrib märkimist, et käesolevas töös vaadeldud uuenduslikud praktikad olid valdavalt seotud avaliku sektoriga, mis on kahtlemata olnud sellistele muutustele ja eksperimentidele märksa avatum kui erasektor.

Sissejuhatus

Eesti ühiskond on viimaste kümnendite jooksul põhjalikult teisenenud. Kiired muutused toimuvad nii ühiskondlikes oludes kui tehnoloogilistes ja keskkonnaprotsessides. Küsimus, kuidas disain muutuvate oludega kohaneb või neid suunab, on huvitav ning globaalses disainidiskussioonis pikalt esil olnud. Kuidas aga neile muutustele reageerib ja nendega kaasa läheb Eesti disain ja disainerkond? Kuna selles vallas kohalik diskussioon peaaegu puudub, siis püüame käesoleva analüüsiga selle tühimiku täitmist alustada ning disainereid ja disainihuvilisi aktiivsemasse erialasesse arutellu kutsuda.

Ühtaegu nii ettevõtluses disaini praktiseerijate kui akadeemilises maailmas tegutsejana näeme järjest sagedamini, kuidas disaini mõtestamise ja diskussioonide vähesus mõjutab praktika tajumist ning ka arengut. Meie situatiivsus, tegutsemine eksperdi rollis ja kohalikus kontekstis, annab meile mitmeid võtmeid meie endi hinnangul üliolulise arutelu käivitamiseks, ning teatud mõttes privilegieeritud seisus kohustab seda tühimikku täitma. Valdkonnas süvitsi sees olemine tagab kogemuse ja konteksti, mida nähtusi väljastpoolt uurijatel ei ole. Meil on disaineri vaatepunkt, mitte kriitiku oma. Töö üheks ajendiks ongi olnud omaenese erialase praktika muutuse tajumine ning vajadus seda laiemas kontekstis mõtestada. Uuringu üldine siht oli vaadelda, millised on disainipraktikate sisesed dünaamikad ning kuidas väljenduvad disaini territoriaalsed muutused.

Töö eesmärk oli tuua välja:

- uued disainisuunad ja –teemad
- näidata, kuidas on muutunud disaini mõistmine ja rakendamine
- kes on tänane disainer ja kellega ta koostööd teeb
- millised on disainerile vajalikud oskused ja teadmised
- kuidas on disainiprotsess üles ehitatud
- kuidas näeme ja hindame täna disaineri töö tulemit.

Käesoleva uuringu fookuses olid disainiteenuse pakkujad ning nende erialane praktika. Me ei käsitlenud siin oma tooteid valmistavate ja omanimelist brändi arendavate disaineritest ettevõtjate tegemisi ega arenguid disainihariduses, mis kahtlemata vajavad eraldi süvitsi käsitlemist. See analüüs ei kata kogu disainipraktikate tegevusvälja, vaid otsib ja püüab kaardistada selle uusi ilminguid. Keskendume muutustele disaini, disaineri ja disainimise olemuses ning mõistmises. Seega ei maksa järgnevat lugedes unustada, et paralleelselt selle uuema kihistuse kõrval eksisteerib klassikalisem disainikäsitlus, ning kindlasti on disainiteenuse kõrval ka teisi uuemaid nähtusi laiemal disainiväljal.

Uuringu teemadele lähenesime läbi disainiekspertide kirjelduste ja oma isikliku disainiväljal tegutsemise kogemuse. Esimeses infokogumise etapis koostasime ankeetküsitluse, mille vastustest saime suurema kogumi juhtumitest, mida disainiteenuse pakkujad ise peavad traditsioonilisteks ja mida uuteks praktikateks. Kogunes **34** vastust, kus kirjeldati **68** disainipraktika näidet. Eesmärgiks oli saada esmane ülevaade sellest, millisena disainerid ise kõne all olevaid muutusi tajuvad ning milles need praktiseerijate arvates avalduvad. Saadud ülevaadet kasutasime nõ suurema pildi „lahti joonistamiseks”, millest valisime intervjueeritavad, kelle praktikate mõistmiseks viisime läbi visualiseeritud süvaintervjuud. Kriteeriumiks intervjueeritavate valikul oli püüde käsitleda võimalikult erinevaid teenusepakkujaid ja näiteid

töödest, mis kataks ühelt poolt nii erialakirjandusest esile kerkinud kui me oma praktikas täheldatud muutusi, teiselt poolt aga avaks teemasid, mis uuringu ettevalmistusfaasis esile ei tõusnud.

Süvaanalüüsisime järgmisi disainipraktikaid:

Priit Isok; Rakett. Põhjamaade suurima kaubanduskeskuse MALL of Tripla lanseering Soomes. Rakendades disainistuudio 12 inimarhetüübi brändiarenduse protsessi, loodi kaubanduskeskusele terviklik brändilahendus, töötati välja visuaalse identiteedi juhised, kujundati pakendid ja telereklaam. Koostöö kliendiga jätkub.

Janno Siimar, Pärtel Vurma, Joel Kotsjuba; Velvet. Tallinna linna organisatsiooni disain keskendus arusaama loomisele, kuidas organisatsioon ennast ja oma teenuseid arendab. Protsessis suunati ametnikud ise oma teenuste kasutajaid intervjuerima ja nende olukorraga tutvuma. Kümnes ühises töötoas kinnistati arusaam probleemi olemusest ja kujundati visioon soovitud kultuuriliste muutuste ellu viimiseks.

Uku-Kristjan Küttis, Alari Orav; AKU. Võrdlesime mitut erinevat AKU viimastel aastatel läbi viidud projekti: Tallinna linna visuaalse identiteedi väljatöötamine, EASile Eestit tutvustava identiteedi loomine, Designitile ettevõttesiseste dünaamikate visualiseerimine jne.

Kristi Rummel; Disainiosakond. Tartu linnale jalgsi ja jalgrattaga liiklejate viidasüsteemi arendus. Protsess toimus kahes suuremas etapis, millest esimeses viidi läbi andmete ja infokogumine, ning mille pinnalt valmis teise etapi sisendiks viidasüsteemi prototüüp. Teises etapis projekteeriti viitade tootedisain ning kujundati tootemitenähtel käsitletavatel viitadel esitav infograafika.

Daniel Kotsjuba; Innovatsioonitiim. Põhja-Eesti Regionaalhaigla vähipatsiendi raviteekonna kaardistamise eesmärgiks oli muuta raviteekond sujuvamaks, toetades võimalusi vähi varasemaks avastamiseks ning tulemuslikumaks raviks. Viidi läbi intervjuud ja vaatlused nii patsientide kui kõikide erinevate arstidega selle teekonnal. Osapooltega toimusid mitmed töötoad uurimistulemuste analüüsiks ning lahenduste välja töötamiseks. Projekti osapooled olid PERH, Sotsiaalministeerium, Haigekassa ja Riigikantselei juhtimistalentide programmi liikmed. Tehtud ettepanekuid katsetati PERHis ja Tartu Ülikooli Kliinikumis. Vähiprojekt jätkub kahe haigla vahelise koostööna.

Janno Nõu, Martin Pärn; Iseasi. Elisa töökeskkonna visiooni loomine, mille käigus kaasati ettevõtte töötajad oma käitumist analüüsima ja mõõtma, viidi läbi süvaintervjuud ja koosloome töötoad, mille toel kirjeldati soovitud käitumismudelid ja visualiseeriti organisatsiooni ruumikasutuse visioon. Koostöö jätkus ideede prototüpeerimise ja arhitektuurse lahenduse väljatöötamise nõustamisega.

Ruth-Helene Melioranski; Meliorad. ARS Kunstilinnaku visiooni ja äristrateegia loomise (koostöös Muki UÜ, Geroli Peedu) ning ellu rakendamise keskmes on ARSi kogukonna areng, jõustamine ja nähtavamaks tegemine. Hilisemat elluviimist raamistasid mitmed traditsioonilisema disaini tööde juhtimine ja põimimine kogukonna heaolu ja arengu saavutamiseks nagu ARSi brändi arendus (Ad Angels), kodulehe jm digitoodete kujundus (Dint), maja renoveerimine (arhitektuuribüroo Peil), ja veel mitmed erinevad kujundustööd näitustest trükimaterjalideni, mida teostasid nii meeskonna ja kogukonna liikmed ise kui osteti sisse partneritelt.

Nende lugude ja kogemuste kaudu püüame illustreerida suuremaid Eesti disainiväljal toimuvaid muutusi ja neist tõukuvaid küsimusi. Me ei püüa käesoleva raportiga üheselt ja lühidalt disaini defineerida, meie lähenemine on pigem kvalitatiivne ja uutele nähtustele osutav kui hindav ja kategoriseeriv. Me lähtume ankeetides ja intervjuudes esile toodud teemadest ja praktiseerivate disainerite poolt kirjeldatust. Me ei anna uuringus hinnanguid, milline on Eesti disaini tase ja kui hea või halb on üksiku disainiprotsessi tulem ning millist tegelikku mõju see omab. Lähtusime eeskätt seisukohast, et disaini olemust defineerib professionaalne disainer, kes tegeleb disainimisega ning tema tegevuse tulemus on disain, mis võib olla ajas muutunud ning varasemalt disainiks peetust oluliselt erineva.

Intervjuude tulemeid analüüsidest joonistus muutuste selgitamiseks välja neljane jaotus, mille alusel on raport koostatud. Need on:

- **Mis on disain? Millena disaini mõistetakse?**
- **Kes on disainer?**
- **Kuidas disainitakse? Milline on disainiprotsess?**
- **Mida disainitakse? Milline on disaini tulem?**

Mis on disain? Millena disaini mõistetakse?

Disain kutsealana on suhteliselt noor, kuid disainimine kui selline ise igivana. Disainerialana sündis, kui tootmine ja arendamine üksteisest lahutati. Manzini¹ kirjelduste alusel konstrueeriti disaini traditsiooniline mudel 20. sajandi alguse Euroopas, lähtudes ajastule omasest tööstuslikust tootmisest. Keskendudes seeriatootmiseks mõeldud kaupade disainimisele, pani see aluse arusaamale disainist kui ekspertide tegevusalast. Sanders ja Stappers² kirjeldavad traditsioonilisi disainidistsipliine kui tootele ja/või tehnoloogiale keskenduvaid, kusjuures disaineril on ekspertoskus ette kujutada ja kuju anda „objektidele“ nagu brändi-identiteedid, siseruumid, tarbeesemed jne. Sellise disaini käigus valminud prototüübid representeerivad objekte, näiteks võimalikke tooteid, keskkondi või trükiseid. Erialakeel, mida disainerid koolis õpivad, on spetsialiseerunud mainitud objektide loomisele. Sellise valmistava disaini kehastumised kujutavad endast näiteks visandeid, jooniseid, prototüüpe, mudeleid, ning on üldjuhul isoleeritud laiemast disaini tulemi rakenduse kontekstist.

Samas on disain laiemat konteksti alati mõjutanud, sest loodud artefaktid suunavad ja määratlevad võimalikud käitumisviisid ja elustiilid. Kuid varem ei olnud disainerite fookuses mitte niivõrd nende käitumisviiside ja elustiilide mõtestamine kui võrd objektide eneste loomine, st disainituga laiemalt seotud protsesside mõjutamisega ei tegeldud kuigivõrd. Daniel Kotsjuba selgitab: „Disain on asi iseeneses, aga tahes-tahtmata teenib see alati ka teisi eesmärke. Küsimus on disaineri teadlikkusest, st kas ta on teadlik oma loodu teistest, kaasnevatest eesmärkidest ja kas ta aitab nende eesmärkide saavutamisele kaasa.“ Kuigi mõned intervjuueeritud disainerid kirjeldasid oma töö lõpptulemustena ka traditsioonilisi

disainiobjekte nagu viidad linnaruumis, tootepakend või näitusekataloog, tuli erakordselt selgelt välja, et oma tegevust reeglina ei kirjeldata läbi lõpp-produktide disaini. Lühidalt: need valmisobjektid ei defineeri intervjuueeritute jaoks nende töö olemust. Kohati on suhtumine objektikesksest lähenemisest isegi kontrastselt erinev, sest „objekt“ kui selline on pildil kas teisejärguline või puudub sootuks.

Tähelepanu kese on kandunud üksikobjektilt laiematele seostele, kontekstile ja probleematikale. Tähtsamaks on saanud küsimused taustast ja eesmärkidest – miks me midagi teeme ning millises kontekstis toimetame. Enam ei räägita sellest, mida kellegi toode „teeb“, vaid sellest, millega su projekt tegeleb ja mis on selle tegevuse eesmärk. Näiteks Kristi Rummel rõhutab Tartu viidasüsteemi loomise peaeesmärgina inimeste suunamist autost loobumisele ning rattasõidule ja jala käimisele üle minemisele. Disaini ülesanne on siin inimese käitumisharjumuste muutmine, jalgsi või rattal liikumise toetamine. Sarnaselt räägivad ka kõik teised intervjuueeritud muutuste esile kutsumisest kui disaini peamisest eesmärgist. Priit Isok Raketist kirjeldab disainerit kui võlurit või maagi, kes muutusi esile kutsub, aga ka korda loob ja paremaks teeb. Ta rõhutab, et need, kel on kõik juba niigi hästi, teda ei vaja, küll aga on ta omal kohal seal, kus vajadus muutuseks on ilmne. Ka Velvet toob välja, et nad tegutsevad alati eesmärgiga saavutada mingisugust muutust mingis kokkulepitud suunas. Nad ise kutsuvad oma praktikat „nihke disainiks“, mis muuhulgas sisaldab „nihkega“ tuleviku ette kujutamist ja visualiseerimist. Kui varem üritati disainida „nihet“ ettevõttes, siis nüüd on esmatähtis teha nihe ära ja hakata siis disainima selle sõna traditsioonilises tähenduses.

Sellise disainikäsitluse teisenemisega käsikäes on disain tõusnud organisatsioonide väärtusahelas strateegilisemale tasandile. Kui varasemalt esitati disainerile reeglina konkreetne lähteülesanne toote-, ruumi- või kommunikatsioonilahenduse loomiseks, siis toimetas disainer ettevõtte tegevuste operatiivsel tasandil, st. disainis lahendusi, mille funktsionaalsus ja eesmärk, aga tihti ka muud parameetrid nagu kliendigrupp või positsioneerimine tooteportfellis olid selgelt ette määratletud. Siin analüüsitud praktikate puhul näeme, kuidas on muutunud disainitellimuste ja disainile esitatavate ülesannete amplituud, mille ulatuses defineeritakse loova sekkumisega ühtaegu nii ülesannet ennast (seatud eesmärki) kui hüve, mida lõpplahendusena kasutajatele ja teistele osapooltele soovitakse pakkuda. Nii on uudne disainiteenus haakunud organisatsiooni strateegiliste ülesannete kujundamisega, olles jõuliselt kaasatud edasiviivate muudatuste mõtestamisele, algatamisele, vormistamisele ja ellu viimisele, ning aidates seeläbi luua sisuliselt uusi väärtusi.

Näiteks on Rakett ühendanud objektile suunatud graafilise disaini edukalt organisatsiooni brändi DNA väljaselgitamise ja sõnastamisega. Nad on oma tegevuse üles ehitanud perfektselt välja tuunitud lähenemisele, mis toetub arusaamale 12 inimarhetüübi olemasolust ja brändi kuvandi sidumisega ühega neist. See tööriist annab pikaajalise strateegilise suunise ettevõtte kogu tegevusele ja positsioneerimisele turul – niisamuti kui iseenda olemise mõistmisele. Margaret Mark & Carol S. Pearson'i³ poolt välja töötatud teooriat on Rakett ise süvitsi testinud ja edasi arendanud. Nende edu ja disainiteenuse ekspordi taga võib näha just diskussiooni viimist objektidisainilt strateegilisele tasandile, määrates nii organisatsiooni pikaajalise visiooni ja identiteedi ning tehes seda kogu ettevõtte perele arusaadaval moel.

Arhetüübipõhine lähenemine võimaldab Raketil pääseda sügavuti ettevõtte strateegiliste tegevuste ligi, kuna seob välise (toote)kommunikatsiooni ettevõtte ja ettevõtja isikliku identiteedi ja olemusega. Metoodika pakub ühtaegu tunduvalt laiahaardelisemad vahendid ettevõttele oma tegevuse mõtestamiseks ja hoiakute kujundamiseks, võimaldades üksiti

ühendada tooted ühise kommunikatsiooni alla. Ülejäänud töö on traditsiooniline disain, mis on protsessis hea ja selge lähteülesande saanud. Lähenemine kirjeldab samaaegselt pehmeid, objekti tajutavaid, aga mitte kindlalt defineeritavaid väärtusi, nii nagu neid disainiprojekti juhtimiseks ja suunamiseks vaja läheb, pakkudes samas kliendile arusaadava tööriista disaini loodu hindamiseks ja oma muu tegevusega sidumiseks. Seega on Rakett osav kasutama meetodit, mis on tõstnud algselt operatiivse tasandi disainitöö strateegilisele tasandile.

Velvet käsitleb oma strateegilise ulatusega tegevust brändiloomena, mille all nad mõtleavad muudatuse viimist ettevõttesse „koha peale”. Selle muudatuse algatajaks on kasutajate või ka organisatsiooni sisemiste tegutsejate mõistmine ja nende väärtuste järgi joondumine. Sedasama väidab oma töö kohta ka disainistuudio AKU: tegelikult pole küsimus niivõrd selles, kas tehakse ühe- või teistsugune märk või süsteem, vaid selles, kuidas see ettevõtte sees rakendada ja toimima panna ning kuidas inimestele selgitada, milleks selline asi üldse tehtud on. Nii on disainiobjekti taga tegelikult hoopis teised eesmärgid.

Näeme, et strateegilise disaini teenus on leidnud koha disainiteenuse pakkujate enesemääratluses ja pakkumise portfellis. Seeläbi osutatakse professionaalsele tegevusväljale, kus disainerid kasutavad oma põhimõtteid, tööriistu ja meetodikaid, et mõjutada organisatsioonide strateegiliste otsuste tegemist. Nii ei olda enam loova teenuse pakkuja operatiivsel tasandil, vaid partner organisatsioonile strateegilise visiooni loomisel ja otsuste tegemisel. Disaineri ülesandeks on samaaegselt siduda kasutajatele loodavat väärtust, mõista lähenduse kestlikkust organisatsiooni vaatepunktist, ja planeerida selle teostatavust olemasolevate tehnoloogiate ja ressursside kasutamisel.

Nii rakendatakse disain ühtaegu nii ettevõtte sisemiste kui väliste praktikate teenistusse. Sisemises rollis keskendutakse reeglina organisatsioonikesksete eesmärkide seadmisele, muutuste juhtimisele, kommunikatsiooni korraldamisele ning teadmiste ja arusaamade ühendamisele. Väljapoole suunatud strateegiad on reeglina juhitud tegevuse kontekstist ja keskenduvad sellele, kui hästi disain jõuab kõigi seotud osapoolteni, kuidas toetab ja edendab see brändi identiteeti ja kindlustab konkurentsivõimet. Eelpool toodud Raketi lähenemine on heaks näiteks sisemiste ning väljapoole suunatud tegevuste ühendamisest. Samas kui Velveti lähenemine Tallinna linna teenusepõhise organisatsiooni mudeli loomisele toimub tasandil, kus alles otsitakse väljundeid ning fookus on üheselt organisatsiooni sisemiste eesmärkide seadmisel ja muutuste juhtimisel.

Süvitsi käsitletud juhtumite puhul näeme ka, kuidas disainerid on hakanud teadlikumalt tegelema võimu- ja hierarhiaküsimustega ning kuidas üldiste eesmärkide taga paistab disainerite oma maailmavaade ja agenda muutuste mõjutamiseks läbi disaini. Neid protsesse ilmestab disaini muutumine nii suhetekesksemaks kui suhtestuvamaks.

Suhetekeskne disain tegeleb suhetega erinevatel tasemetel ja erinevate osapoolte vahel, käsitledes neid nii üksikute paaridena (inimene–inimene; inimene–masin; inimene–ruum, inimene–aeg; inimene–ühiskond; inimene–kogukond; masin–masin jne) kui laiemate suhteraamistikena, mis kätkevad nii süsteemi muutujaid kui selles toimijaid. Lähemalt vaadeldud praktikates esines suhete ja võimu „ümberdisainimist” erinevas kontekstis: Innovatsioonitiimi vähipatsiendi teekonna kaardistamise käigus tegeleti osaliste rollide ümbermõtestamisega, sh meditsiiniõdede jõustamisega; ARS Kunstilinnaku arenduse keskne eesmärk oli kogukonna sisese ja välise suhetevõrgustiku arendamine ja kogukonna võimestamine; Elisa

töökesekkonna arenduse fookuses oli töö olemuse mõtestamine ja vastava keskkonna loomine, mis toetaks sisuliselt erinevaid tegevusi ja tööalased suhted; Velveti toel vormiti Tallinna linna organisatoorne mudel, mille raames tegeleti linna struktuurides toimivate uute suheteaamade loomisega.

Disaini nähakse järjest enam ka suhestuvana (*relational design*). Suhestuva disaini eesmärgiks peetakse vastu seismist passiivsele tarbimisele üldisemal tasemel, kusjuures passiivsete kasutajate asemel soovitakse protsessides osalejaid aktiveerida ja jõustada. Neid fenomene ilmestavad hästi nii Disainiosakonna 15 minuti Tartu viidasüsteemi agenda inimesi rohkem jala ja rattaga liikuma saada või Innovatsioonitiimi vähipatsiendi teekonnal õdede ja lähedaste jõustamine. Suhestuvale disainile on iseloomulik jätta disain „avatuks“ ja kohanduvaks, mida ilmestab Elisa töökesekkonna näide, mille eesmärk on anda töötajatele otsustusõigus oma töökoha valikul vastavalt käsiloleva töö olemusele. Suhestuva disaini väljundiks võib olla ka millegi võimaldamine, mis haakub ARSi arenduse peamise sihiga olla kogukonda võimestav ning nende loometööd toetav ja võimaldav platvorm.

Erinevaid ilminguid kokku võttes võime tõdeda, et kartesiaanlikust maailmavaatest, maailmast kui üksikute, isoleeritud objektide kolleksioonist on toimunud selge nihe holistliku suhete- ning seostepõhisele reaalsustaju poole. Oma tegevust nähakse integreerituna laiahaardelisse ja dünaamilisse suhetevõrgustikku, mida disainiga juhitakse või mõjutatakse. Seetõttu saame käsitleda tärkavat uut disaini suhetekeskset ehk näha seda suhetekeskse kultuurina. Selline disain on vabanenud teda seni kammitsenud materjalist ehk disain on dematerialiseerunud, mis ühtlasi tähendab, et disaini ei suuna enam materjalist tulenevad küsimused ja aspektid, vaid suhted, suhetevõrgustikud ning seda moodustavad elemendid. Disain oma uues ilmingus on kui suhete organiseerija või erinevate jõujoonte modifitseerija.

Kes on disainer?

Üks võimalus disaini muutusi analüüsida on teha seda läbi isiku, kes disainib, ning vaadelda, milline on tema roll, ülesanne ja selleks vajalikud teadmised ja oskused. Sellest perspektiivist joonistub nähtavalt välja kaks peamist muutust. Esiteks on disainer oma varasemalt, väga piiratud erialakeskselt teadmiste ja oskuste alalt väljunud. Näeme, kuidas on teistest distsipliinidest üle võetud uut ning koos teiste erialadega arendatud vajalikke distsipliinideüleseid kompetentse komplekssete teemade käsitlemiseks. Disaini hoogsam rakedamine nii strateegilisel tasandil kui kogukondade kaasamisel on toonud päevakorda ka disaineri sisemise erialase enesearengu.

Teiseks keskseks tähelepanekuks on disainis osalejate ringi märkimisväärne laienemine, ja seda nii teiste ekspertide kui argikasutajate lisandumise kaudu. Tavapäraseks on saanud erinevate erialade ekspertide kaasamine käsitledava ülesandega seotud elualadelt. Järjest enam kaasatakse ka olemasolevast disainist mõjutatuid kui oma kogemuse eksperte ning hilisema disainiga koostoimijaid. See tähendab ühtlasi, et disainer ei ole enam ainuke disainija, vaid disainimise oskus on kandunud üle nii teistesse valdkondadesse kui argitasandile igaühe baasoskuseks.

Analüüsitud juhtumites nägime vabanemisprotsesse erialakesksusest nende erinevates ilmingutes. Tunnistades endale oma erialase oskusteabe piiratust, on hakatud tegema koostööd teiste erialade ekspertidega. Näiteks tõi Daniel Kotsjuba esile, kuidas ta on aastatega kogenud, et ainult graafilise disaineri teadmistest ei piisa ettevõttega koostöök: vaja läheb teadmisi ettevõtlusest, brändi ehitamisest jne kuni ekspordini välja. Sarnasel põhjustel kerkis esile laialt kasutatav võrgustikupõhine ärimudel mahukamate ja keerulisemate tööde tegemiseks. Kristi Rummel Disainiosakonnast kirjeldas oma põhimõtet, mille alusel ei ole oluline ise kõikides aspektides kasvamine, küll aga võimaldab kõik koos, „ühes pundis“ tegutsemine ette võtta selliseid suuremaid projekte, kus on hästi palju erinevaid ekspertiise koos, kuigi samaaegselt võidakse mingites teistes projektides olla üksteise konkurendid. Disainiosakond kaasas Tartu viidasüsteemi arendusse eri etappidel erinevaid partnereid, näiteks oli kasutajauuringu läbi viimiseks kaasatud Ruth-Helene Melioranski (Meliorad), tootemid disainis Veiko Liis (Taikonaut), väga mahuka graafilise osa detailses lahendamises osales Stúdio Stúdio jne. Melioradil on samuti võrgustikupõhine toimimismudel, mida ilmes-tavad lisaks ARSi projektile nii näiteks Tallinna 2021+ strateegia kaasamise töötubade läbi viimisel koostöö Geroli Peedu (Muki) ja Ionel Lehariga (Identity) või Connected Health klasteri tervishoiuprojektis „KOK Fookuses“ Maarja Mõtusega.

Kuna disainiprotsessi on kaasatud järjest rohkem inimesi erinevatelt elualadelt, ei pruugi koostöö piirduda vaid eri disainivaldkondade vahelise läbikäimisega. Teised kaasa löövad spetsialistid on peamiselt disainiga piirnevatest valdkondadest (turundus, inseneeria, arendajad, antropoloogid), aga ka kaugemalt. Disainiosakond aitab luua Tallinna uut arengukava, ning on teinud seda koos nii graafilise disaini büroo Stúdio Stúdio kui ka Platvormiga, kes tegeleb programmeerimisega.

Sellise distsipliinideülese koostöö tulemusena on ühelt poolt disain võtnud üle teiste meetodeid ja tööviise, samal ajal kui teised spetsialistid on järjest enam hakanud tegema varem vaid disaineri pärusmaaks peetud tööd. Teiste sõnadega, disaineri kompetentsid on paralleelselt hakanud teistesse erialadesse sulanduma. See protsess on mõlemal suunal väga aktiivselt otsiv ja avastuslik, mistõttu lõpuni välja kujunenud praktikatest on veel vara rääkida. Innovatsioonitiim on siinkohal väga hea multidimensionaalne näide: ühelt poolt on sünteesitud disaini ja antropoloogia võimalusi, teisalt aga tegeldakse nende pidevalt edasi arendatavate teadmiste ja tööriistade jagamise ja juurutamisega avalikus sektoris laiemalt. Kui Innovatsioonitiim alustas, viis Daniel Kotsjuba ise läbi 20 intervjuud vähihaigete või nende lähedastega, et vähipatsiendi teekonda kaardistada, nüüd aga saadetakse ametnikud projektide raames peale spetsiaalset koolitust ise välitööd tegema - mõistagi ennekõike selleks, et ametnikud tuleksid laua tagant välja „päris“ inimesega kokku saama ja empaatiat kasvatama. „Me aitame küsimused koostada ja anname neile välitöö kaardid, millega varustatuna inimesed välja lähevad ja ennast intervjuudeks häälestavad,“ selgitab Kotsjuba „Ja need meetodid on kõik arendatud nõ jooksvalt. Meie meetoodika ei ole lukus, me kujundame seda protsessi käigus kogu aeg ja otsime, kuidas anda kõige paremini edasi seda, mida teeme.“ Sarnasest tendentsist saame rääkida ka Velveti puhul, kes Tallinna uuele teenusemudelile üle mineku projektis jätsid samuti uurimise läbi viimise ametnike enda teha ning osalesid ise intervjuusid tehes vaid põgusalt. Velveti ülesanne oli aidata kogutud infot järgnevateks sammudeks mõtestada, kaasates selleks kogu linna arendusmeeskonna.

Veelgi suurem nihe on toimunud seoses disainist mõjutatute kaasamisega disainiprotsessi, mille käigus on disainimisega seotud nii kasutajad, erinevad osapooled, kogukondade liikmed kui valdkondlikud eksperdid. Teadlikult on hakatud arendama nõ argidisaini, et kõik

saaksid rakendada disaini pakutud võimalusi oma eluolu parandamiseks ning mõttekamaks muutmiseks. Siin võiks näiteks tuua nii muutunud iseloomuga kasutajakeskse disaini ilmingud, koosdisainipraktikad kui nõ määratlemata lõpuga disainiprotsessid, kus disainiga koostojimijad peavadki ühel hetkel edasised arengud enda peale võtma. Täpsemalt vaatleme nende ilmingute kohalikkude sisu järgmises, protsessile keskenduvast peatükis, siin on vaatluse all kuidas disaineri rolli olemus on neist muutustest mõjutatud.

Üheks igaüks-disainib-tendentsi tagant tõukajaks on olnud tehnoloogia areng. Kui varem on disainerit määratletud läbi töövahendite kasutamise oskuse, siis nüüd on arvuti-programmide kasutusoskusest saanud üleüldine digipädevus. AKU töökogemuse põhjal saavad kliendid ise väga hästi kujundamisega hakkama, küsimuseks on vaid see raamistik, mille sees toimetama hakatakse. Tallinna visuaalse identiteedi väljatöötamisel on klientidel olnud soov luua selline raamistik, mille abil, kui kasutada Uku-Kristjan Küttise sõnu, „saaksid kultuurinõunike abid vajalikud A5 plakatid isadepäeva spordipäeva kuulutuseks üle tee maja peale tehtud.” Intervjuu ajal päriselus kõik veel AKU ideaalpildis ei toimunud, kuid suund sellele on võetud.

Siinkohal tekib küsimus disainerist kui autorist, mis siiani on olnud disaineriks olemise keskseks määratlejaks, kuid on tänaseks fenomenina mitmetes praktikates haihtumas. Lisaks disainerite ringi laienemise ja igaüks-disainib-tendentsi mõjule soosib autorsuse kadu ka klassikaliste autoriõiguste raamistikust väljaspoole nihkunud disaini olemuse mõiste laiemalt. Näiteks Tallinna linna kui organisatsiooni toimimismudelid või ARS Kunstilinnaku strateegia ei allu autoriõigusega kaitstavale. Huvitava spekulatsioonina autorsuse küsimuse üle proovisid AKU disainerid Uku-Kristjan Küttis ja Jaan Sarapuu TAB 2017 kataloogi disainiprotsessi olulisi disainiotsuseid langetama (näiteks kirjatüüpi valima) kaasata limahallitust. „See vist on ainuke projekt, kus AKU on proovinud ehitada masinat, mis tema eest töö ära teeks,” kommenteeris seda algatust Alari Orav, „Siiani mitte veel sajabrotsendilisel õnnestunult.”

Kogu seda disainiprotsessides osalejate ringi laienemist võib vaadelda üpris jõulise disaini demokratiseerumisena. Selle all ei peeta kummatigi silmas kõigi kuulutamist disaineriteks. Näiteks Ockerse⁴ ei näe selles võrdse litsentsi andmist kõigile mittekvalifitseeritud osalistele, et sooritada ekspertide spetsiaalseid oskusi nõudvaid tegevusi, vaid konkreetses situatsioonis vajaliku mitmekesise sisendi peegeldamist koostöös ja lõimimises. Vastupidi, disaini demokratiseerumise mõjul, mille läbi kõik saavad voli täieõiguslikult disainiprotsessis osaleda, vajadus professionaalse disaineri järele hoopis tugevneb.

Sanders & Stappers⁵ põhjendavad disaineri rolli koosdisaini meeskondades kui vajaliku ekspertteadmise valdaja oma, mida teistel seotud osapooltel ei ole. Näiteks jälgivad disainerid pidevalt uute tehnoloogiate arengut professionaalsest vaatenurgast, mõistavad tootmisprotsesse ja ärikontekste ning oskavad neid eelkõige omavahel ja kontekstist lähtuvalt käsitleda ja tervikuks siduda. Lisaks traditsioonilistele erialaoskustele, mis kätkevad endas tehnoloogiate valdamist, materjalide ja tööriistade tundmist, vormi ja visuaali loomist ning loo jutustamist, peab tänapäeva disainer suutma töötada inimeste ja organisatsioonidega, mõistma suuri süsteeme ja kirjeldama neid viisil, mis osutavad võimalustele muutuste esilekutsumiseks. Disaineri roll on muutunud kindlalt piiritletud „objekti” loojast disainiprotsessi algatajaks, diskussiooni juhtijaks ning suunajaks, koosloome tegevusjuhiks ja kuraatoriks. Keskse koha disaineri tegevuses on saanud uute, probleemsituatsioonide võimalike lahenduste või lubavate võimaluste otsimine, kirjeldamine ja testimine. Stiil ja vorm luuakse protsessi viimastes etappides ning need on pigem tegevuse avaldumisvormid ja -kujud, mitte

disaini käivitavad aspektid. Käsitletud näidetes kirjeldasid disainerid oma tegevust läbi nende nn käivitavate aspektide, st toetades ja nügides organisatsiooni saavutama oma innovatsiooni eesmärgi. Kristi Rummeli sõnade kohaselt nende stuudio loomingus vorm pelgalt kaasneb strateegilise mõtlemise ja planeerimisega, kuna trendidega nemad ei tegelevat ja vormi uudsust taga ei ajavat.

Vaadeldud juhtumite põhjal saab teha üldistuse: disaineri uudne professionaalsus põhineb holistlikul lähenemisel probleemsituatsioonile, kus ühtviisi kirjeldamata on nii probleemi täpne olemus kui ka lahenduselt oodatavad kriteeriumid. Disainerid kasutavad selleks abduktiivset loogikat, kus avastuslikus kontekstis püstitatakse uusi hüpoteese, mis põimib ühtseks tervikuks probleemsituatsiooni mõistmise ja uue kontseptsiooni loomise protsessi. Disaineri klassikaline oskus luua reaalseid lahendusi on nüüd rakendatud probleemist ja kontekstist aru saamise teenistusse. Siin on oluline nii terviklikum kui detailsem vaade; inimkesksus käsikäes tehnoloogiate valdamisega, st disaineri klassikalised oskused kombineerituna uute vajadustega.

Disaini tõus väärtusahelas nõuab oskust viia läbi probleemi olemust avavaid ja võimaluste välja kaardistavaid uuringuid. Need ei ole üksnes lahenduse loomisele eelnevad infot koguvad tegevused, vaid täiesti iseseisvad loovad protsessid, mille tulemusel peaks klient mõistma oma tänast ja perspektiivset situatsiooni ning disainist oodatavaid tulemusi, oskab seada eesmärgi ning saab endale tööriistad praktilise disainitöö hindamiseks. Mitmed käsitletud juhtumitest keskendusidki uue tulevikuvaate loomele probleemi mõistmise abil: näiteks Elisas tehtava töö analüüsi abil disainiti uus töökeskkonna visioon või ARSi kogukonna vajaduste ja lootuste kaardistamise pinnale kogu Kunstilinnaku uus strateegia.

Kogutud lugusid koos vaadates näeme, et on tekkimas uued disaineri profiilid, mis täiendavad disaineri seniseid ametikirjeldusi, ja mis on võimelised horisontaalselt ühendama erinevaid traditsioonilisi disainivaldkondi.

Mitmete näidete puhul ilmnes, et disaini kontseptuaalset poolt arendavad ühed tegijad ja objekti lõpplahendustega töötavad teised. Sellised tööjaotused on juurdunud nii Velvetis kui Raketis, kus strateegilisema iseloomuga tööd on eraldatud klassikalise disaini poolest. Iseasi töökeskkonna visiooniloomel lõppedes sisearhitektide töö alles algab; ARS Kunstilinnaku erinevate klassikalise disaini töödeks aga oli kaasatud lai ring spetsialiste arhitektist graafiliste disaineriteni. Tartu viidasüsteemi näide oli Tartu linna poolt sisse ostetud kahe hankega, mis omavahel eristasid neid nimetatud kaht poolt. Nende näidete puhul on tegemist disainerite kui strateegidega, kelle fookuses on sisulise strateegia välja töötamine muutusteks.

Demokraatlikumas, kaasamisel põhinevas strateegialoomes lähevad disaini loomisprotsessid kohati üle disainijuhtimiseks, mis valdkonnana on samuti muutunud eeskätt seoses oma autori- ehk võimupositsiooni loovutamise ning kogukondadele sõnaõiguse andmisega. Disainijuhi rollis on disaineril katta kaks valdkonda: ühelt poolt juhtida ja hallata protsessi ning teisalt seda eestvedajana kureerida, teiste sõnadega, olla disaineri kui liidri (*leadership*) rollis. AKU tõi välja, kui oluline on väga laialivalguvas sisenditulvas tabada ära õige hetk selgema visiooni loomiseks või edasiseks arenguks loov**briifi** kirjutamine. „Ühel hetkel sul tekib sellise viimase destilleerimise koht, kus pead aru saama – ma mõtlen, päriselt aru saama – mis on need ühisosad kõikide nende infohulkade vahel, millest tekiks hea loov**briif**,” selgitab Uku-Kristjan Küttis. „See on päris raske, et seal tekiks just nimelt loov**briif**,

mille alusel saaks ideid genereerida, mitte selline lahendatud kokkuvõtte kõigest räägitust.“ Säärane mitmepalgeline töö oli ARS Kunstilinnaku arendus, kuna üheaegselt tuli kureerida sisuloomet ja teostust ning kanaliseerida läbi keskse visiooni kogukonna eripalgelisi huve ühistesse tegevustesse.

Veel üks hübriidne profiil, disainer kui uurija, on tekkinud uuringute ühte sulandumisest disainimise varase faasiga. Siin kehastub disainer uuringuplaani väljatöötajaks ja läbiviijaks. Selles rollis on vaja oskust infot koguda, märgata seda, mida pole seni tähele pandud, ja mõtestada seeläbi tulevikku. Hübriidsus profiilis ilmneb vajaduses sulandada kogutu sisendiks ja visiooniks järgnevatele etappidele protsessis. Siin on laiemale mõtestamisele lisaks uuenenud visuaalsuse rakendamine ühtaegu nii info kogumiseks kui selle mõtestamise illustreerimiseks. Velvet on loonud oma meeskonnas kolmest liikmest koosneva strateegia tiimi, kes seda ülesannet täidab.

Need kolm kirjeldatud profiili toimivad hübriidina, sidudes endas nii traditsioonilisi kui uusi disaineri ametioskusi. On alles vara täpsemalt hinnata nende edasist kulgu, kuna ollakse alles kujunemisejärgus, kuid nende kohalolu juba mitmes praktikas kinnitab, et nad on tulnud, et jõudsalt edeneda.

Sanders⁶ toob teadusajakirjas She Ji välja, et vajadus ei kao kunagi ei disainerite järel, kes oskavad tulevikule kuju anda ega ka nende järel, kes oskavad tulevikku mõtestada. Järgmise sammuna näeb Sanders vajadust neid kaht oskust jõudsamalt kombineerida, ning üheks võimaluseks on siin arendada tööviise ja -riistu, mis võimaldaksid tulevikku mõtestada sellele kuju andes. Nagu eespool kirjeldatud, on meil praktikaid, mille puhul need kaks (maailma mõtestamine ja sellele kuju andmine) on selgelt eristatavad tegevused. Kuid kohalikus kontekstis näeme pigem, et uued erialase tegevuse ilmingud on kasvanud välja traditsioonidest, samas neid hülgamata. Teisisõnu: kuju andmise oskuseid ei ole üle parda visatud. Selle asemel on neid oskuslikult rakendatud tuleviku mõtestamiseks, sh uute küsimustega tegelemisel või välja uutel aladel, näiteks visualiseerimine väga komplekssetest teemadest aru saamiseks või rakendussituatsioonide ja kasutuskogemuse prototüüpimine koosdisaini töötubades.

Suuremate kultuuriliste nihetena jäävad ilmselt veel mõneks ajaks diskussiooni üleval hoidma kaks disaineri rolli ja olemust muutvat teemat. Üheks neist on disaineri kui autori rolli teisenemine või lausa kadumine, mis tuleneb disaini dematerialiseerumisest. Teine, põhimõttelisem muutus seostub võimupositsiooni loovutamise, mis kaasneb koos- ja kaasava disaini levikuga. Need kaks nihet on muidugi üksteisega läbi põimunud, sest teatud mõttes loobutaksegi autori võimust, kuid samas on need ka vastandlikud, sest kuigi disain on nüüd oluliste otsuste tegemisega vahetumalt seotud, tuleb see õigus kätte läbi protsessi demokratiseerumise.

Kuidas disainitakse? Milline on disainiprotsess?

Disainiprotsess on selle sajandi jooksul disainist rääkides saanud keskseks mõisteks, millekski, mille najal on disaini väga tihti tema keerukuses defineerida ja teistest valdkondadest eristada püütud. Seetõttu on disaini ja disaineri kirjeldamise kõrval oluline vaadelda, kuidas täpselt disainerid oma rollis toimetavad ja milliseid muutusi disainiprotsessis täheldada võib. Disaini sisuline muutus, nt demokratiseerumine ja nii autori kui objekti kadumine, väljendub ka disainiprotsessi olemuse teisenemises, mis on märkimisväärselt avardunud. Start on liikunud varasemaks (traditsioonilise loomisprotsessi ette), alguse olemus on hägustunud, ning disainiprotsessi lõppemine, mis ei pruugi enam pädida objekti loomisega, võib jäädagi määratlemata ja oludega kohandatavaks.

Disainiprotsessi keskne „algatav sütik“ on ikka ja alati olnud probleem, mida soovitud suunas lahendama asutakse, viis aga, kuidas seda lahendatavat probleemsituatsiooni mõistetakse ning sellele lähenetakse, on ajas selgelt muutunud. Traditsioonilises, nn „objekti“- (või lahenduse-)keskses disainikäsitluses on ülesanne kindlapiirilisel kirjeldatud ja seeläbi antud disaineri tööle selge raamistus, mis määratleb ära nii tulemuse formaadi kui funktsiooni, selle toimimise konteksti, tööd piirava eelarve ja rakendatavad ressursid. Selline lähenemine on omal kohal, kui otsitakse oma nurka kehtivas konkurentsituatsioonis kokku lepitud reeglitega mängides. Uuringu aluseks olnud ankeetküsitlusega kogutud andmed näitavad, et seda tüüpi, täpse lähteülesandega varustatud tööd moodustavad täna enamuse disainitellimusest Eesti turul, olgu selleks siis pakendi kujundus tooteseeriale, tootedisaini planeeritud kaubale või e-poe arendus. Sedalaadi näited moodustasid ankeetides toodud traditsiooniliste juhtumite kogumi, kuid neid kirjeldati mõnel puhul ka uudse praktika juhtumitena.

Probleemi lahendamise kõrval on disaini keskseks rolliks tähenduse loomine. See ei teki mitte kõrvalproduktina hädadele väljapääsu otsimise ja vormimise käigus, vaid on disaini tegevuse keskmes juba ülesande lahtimõtestamisel. Tähenduse loomine seostub inimestega, kellele lahendust luuakse ja kelle positsiooni disainer esindama asub. Kasutaja vaatenurga sisse toomine on olnud pikalt disaineri pädevus. Varemalt kippus see siiski olema „kõhutunde pealt“ tehtud, ilma sügavuti minevate sammude ja tegevusteta. Tihti on selles osas kõige konkreetsem meetod olnud valmis lahenduste testimine kasutajagruppidega; teisisõnu, see on toimunud disaini kõige viimases valmimisetapis lõpliku kinnituse saamiseks. Samuti on disaineri praktikate „tööriistakastis“ eksisteerinud lähteülesande ümberkirjutamine. Kokku lepitud raamides „objekti“ disaini tellimisel on selline tegevus siiski piiratud lähteülesannet täpsustava rolliga, mitte selle ümbermõtestamise või -raamistamisega.

Vormimaks lähteülesannet sisuliseks, on oma koha tänases disainipraktikas leidnud eeluuring. On tajutav, et Eesti disaini senine erakordselt suur praktikakesksus on hakanud muutuma uurimuslikumaks. Selle rõhuasetuse muutuse põhjusena võib näha disaini tõusu väärtusahelas, mille tulemusel on disainiprotsessi algus nihkunud oluliselt varasemale ajale, isegi traditsioonilise lähteülesande vormimise ette, selle suunajaks, ning need arengud on toonud disainipraktikas kaasa sisemise nõudluse ja vajaduse täiendavate teadmiste hankimiseks. Kristi Rummel meenutab, kuidas nad Tartu viidasüsteemi prototüüpi tehes nägid väga selgelt, kuidas neil ilma teatud konkreetsete andmeteta osutus võimatuks edasi töötada. „Siis pidime kogu aeg mõtlema andmete rakendamise peale, et kuidas realselt selline hästi suur ja lai linnauuring, kuidas sellest saab üks viit, et see kogutav info sinna

peale ka jõuab," valgustab ta vajadust. „Aga ma arvan, et see õnnestus meil lõpuks päris hästi, sest meil oli üsna selle uuringu baasil kogu järgnev etapp ka üles ehitatud. Ma ise olen selles mõttes rahul, et tean, et see ei olnud mingi tühja andmestiku kogumine, vaid sealt läks ka väga palju kasutusse.“

Disainipraktikute poolt läbiviidavad uuringud ei ole oma taotluses akadeemilised, vaid nende keskne roll on koguda sisendit, leida uusi suundi, vormida kogu järgnevat disainiprotsessi ja selle tulemit. Nende disainiuuringute fookuses on olukorra muutmise võimaluste otsimine ja tekitamine.

Käsitletud näidetes ilmnes muu hulgas, et disainiuuringud algavad üldiselt hägusalt, disainile esitatud ülesanne on teadlikult sõnastatud avatult ja pigem väljakutse vormis, mitte tulemust defineerides. Näiteks kirjeldas Velvet Tallinna organisatsioonidisaini lähtekohta järgnevalt: „Ta tuli sellise mõttega, et me täpselt ei tea, mida me tahame, aga midagi on vaja muuta.“ Sarnased väljakutsed esitati pea kõigis analüüsitud juhtumites – nagu Tartu viidasüsteemi või ARS Kunstilinnaku strateegia ja tegevusplatvormi väljatöötamiseks, Elisa töökeskkonna ja -käitumise visioonide seadmiseks või vähiravi patsiendi teekonna käsitluse võimaluste mõistmiseks. Kõigile neile projektidele on omane, et need kutsutigi ellu situatsiooni uue mõistmise loomise eesmärgil. Erinevalt tavapärasest uuringust, mis mõõdab ja kirjeldab olukorda, või konsultatsioonist, mis annab suunised muutusteks, ütlemata, kuidas, sisaldab disainiuuring endas ka loovat ja väärtuspõhist visiooniloomet, mis võib pakkuda välja uue raamistikuga situatsiooni mõistmiseks ja erinevad viisid lahenduse disainimiseks, andes nii ette suunised, nagu disainiideoloogia, -printsüübid, -hoiakud või -keel. Seega on tegemist genereeriva ehk konstrueeriva uurimusega, mis loomuldasa on juba osa uue loomisest või muutuse läbi viimisest.

Seda laadi töö sisu ongi olukorra mõistmiseks ainulaadse uurimisprotsessi loomine: loov, julge ja eksperimenteeriv lähenemine, disainiprotsessi enda disain. Velvet nimetab oma sedalaadi töid „pungiks“, vastukaaluks disainistuudiole tavapärase õpitud duuride toel kulgeva „rocki“ või „popi“ kõrval. Janno Siimar tõdeb, et need eksperimenteerivad projektid, mis, tootes küll stressi ja segadust, on see aines, mis disainistuudios elevust ja loovust üleval hoiab. „Nii on meil võimalik teha *cutting edge*-asja, kus me pole päris kindlad, kas see välja tuleb. Kus meil on eelarve suht pohlak, kus me ise oleme nõus minema välja riskile nii eelarves kui ajas. Aga neid on realselt hästi vähe.“ Sellise avatud töö tellijaks on eelkõige teadlikum klient, kellel on endal juba mingi arusaam ja ülevaade disainist olemas. Vajadus on pigem professionaalse disaineri toe järele meeskonnasisese arusaama ühildamiseks. Süvitsi käsitletud juhtumitest näeme, et ka disaini tellijate poolt on sedalaadi uuringud aktsepteeritud kui mõistetav osa disainiprotsessist. Mitmel puhul oligi see töö keskne osa ehk tellitud töö sisu. Näiteks Tartu viidasüsteemi loomisprotsess koosnes kahest osast, ning esimene hange sisaldas kasutajauuringut osana kontseptuaalse süsteemiprototüübi loomisest⁷.

Eeluuringu või ka disaini eelfaasiks nimetatud keskne mõte on lisaks olemasolevast olukorrast süvitsi aru saamisele mõtestada ümber esialgne probleemipüstitus ja sellele uus raamistus, ning vaatenurk luua. On tavapärane, et algselt planeeritud osutub probleemi kitsaks vaateks ega ole seetõttu kõige asjakohasem ega tõhusam lahendusviis. Uute teemade ilmnmisel tuleb tähelepanu pöörata probleemi välja laiemale mõistmisele ja olla valmis otsima võimalusi lahenduseks sootuks teistest valdkondadest, teiste tööriistade ja oskustega. Seepärast on seda uudset disainiprotsessi algust taotluslikult määratletud kui hägusat

(*Fuzzy Front End*), et selle jooksul omataks õigust ekselda, avada uusi teemasid, küsida lapselikult, kuid värskes sõnastuses lihtsaid ja otsekoheseid küsimusi, ning püüda näha nähtamatut, et seeläbi jõuda sisuliste probleemide ja nende põhjusteni. Meisterlikkus sellest võimaluste rägastikust õigete otsustega väljuda määrab järgneva disainiprotsessi edukuse. Iga uus ja huvitav väljakutse ise suunab uutmoodi infot koguma, uusi meetodeid ja tööriistu välja töötama, teistlaadi töötubasid korraldama. Selline lähenemine sobib olukorda, kus nii tellija kui disainer on avatumad tulemuse osas, kus ootused probleemi lahendusele ei ole jäigalt fikseeritud, vaid on defineeritud oodatavate kvaliteetide või väärtustena. Tellija on sisenenud protsessi ilma eelneva kindla nägemuseta tulemuse saavutamise täpsest viisist. Tema motivatsiooniks on eelkõige oma väärtuste „nihutamine” ja muudatuse elluviimine soovitud suunas. Tellijast saab sellises protsessis partner, kuna disainerile usaldatakse uuringu juhi ja kuraatori roll, kes pakub välja ja korraldab sisulise tegevuse.

Kui disainilahenduse kasutajate ootuste mõistmine on disaineri töös juba pikemat aega eksisteerinud, siis nüüd on kasutaja vaatenurga „lahti muukimine” tõstetud kogu disainiprojekti keskmesse. Eeluuring moodustub tavaliselt erinevate tegevuste kooslusest, mille keskmes on reeglina kasutajate või sihtgrupi ja teema ekspertidega läbiviidud kvalitatiivsed intervjuud, mille käigus „õngitsetakse” uusi sissevaateid (*insights*) situatsiooni mõistmiseks. Kasutusel on teisigi antropoloogiast jt kõrvalerialadest pärit võtteid nagu kasutus-situatsioonide vaatlus, kasutajate jälgimine ja „varjutamine” (*shadowing*), hetke „pildistamine” jne. Lisandunud on spetsiaalsed disainerite poolt arendatud meetodid ja tööriistad nagu info kogumiseks visuaalidel põhinevad „sondid” (*probes*), spetsiaalsed kaardistus-tööriistad erinevatest vaadetest tervikliku pildi saamiseks nagu kasutaja teekond, kasutaja-gruppide analüüsi kaardid või suuri süsteeme visuaalselt hõlmata püüdvad GIGAmapid.

Kasutajauuringud ja kasutajakeskne lähenemine tundub olevat muutunud baastasandiks, millega tegelevad moel või teisel kõik. Näiteid sellest oli uuringu käigus intervjueritutel tuua mitmesuguseid. AKU tõi välja, et Eesti brändi ehitati peamiselt eesmärgiga Eestit väljapoole tutvustada, ning kuigi esimese hooga tehti Eesti-siseseid „kärjaid”, siis projekti edenedes sai väljastpoolt-vaate olulisus järjest selgemaks. Selle vaate selgitamiseks tehti ligi 30 persooni-intervjuud.

Teise võimalusena kasutab AKU kasutajakeskse disaini võimalusi ettevõtete eneste sisekaemuse tegemiseks, näiteks läbi mitmete voorude *storyline*-küsitlusi, et ettevõtte saaks kaardistada ennast märksõnade/piltide või muude spetsiaalsete vahendite kujul, ja siis on AKU disainerid neile kogutud sisendit tagasi peegeldanud.

Velvet on kasutajakesksuse enda jaoks eesmärgistanud kui soovi olla „*empathy first*”-disainiagentuur. Pärtel Vurma sõnul on nad aru saanud, et „mõistmise-etapis” on empaatia olulisim tööriist. „Kuidas empaatiat tekitada, kasvatada, mõista, on see, et sa pead uurima inimesi, et mis nende elu on. Seda empaatiat isolatsioonis ei teki,” selgitab ta. „Siin on erinevaid meetodeid, mida valime vastavalt projektile. Kas teeme üks-ühele-intervjuusid, teeme grupi intervjuusid, töötubasid, vaatlust, tutvume olemasolevate uuringute materjalidega. Vastavalt sellele, mida varem on tehtud ja mida see projekt tulemiks vajab, või mida me arvame, et ta vajab.”

Kuna disainiprotsessi oluliseks väärtuseks on saanud empaatia toomine arendusprotsessi, ei piisa siin ainult disainistuudio pingutustest kasutaja mõistmisel. Empaatia tuleb viia ka tellija meeskonda, ja see ülesanne seab disainerile täiesti uued nõuded ja väljakutsed.

Disainiprotsess ehitatakse üles avatult. Disainer võtab endale agitaatori, algataja või kuraatori rolli. Tema keskseks ülesandeks saab ühtlustatud hoiakute loomine vähemalt tellija ja disainistuudio vahel, kuid avarama projekti korral ka laiemas protsessi kaasatute ringis. Seeläbi on niisugune uus disainiprotsessi lõik samaaegselt nii loov info hankimis- ja arendusprotsess kui meeskondade sulandamise ja juhtimisülesanne, mille käigus otsitakse võimalusi soovitud muutuste ellu viimiseks, räägitakse läbi ja määratletakse eesmärgid, ning mille tulemusel koostatakse lähteülesanne ja arenduse tegevusplaan.

AKU on kasutama hakanud selge raamistusega *Google Brand Sprint*-metoodikat, et just selles esimeses faasis kliendiga ühist arusaamist kujundada. Klient ei ole enamasti üksikisik. Tavaliselt on tegemist kollektiiviga. AKU kinnitusel on tavapärane, et kliendi meeskonna seeski on erinevaid arusaamu, ning et just niisuguse mõnetunnise sprindiga tulevad need „pinnale”. „Tihtilugu on selle *Brand Sprint*'i puhul hea see *insight* või info, mis tuleb, kuidas nad iseendast aru saavad, kuidas nad oma tootest aru saavad, kuidas nad arvavad, et kellega peaks rääkima ja mismoodi,” selgitab Uku-Kristjan Küttis. „Tihtilugu pole ettevõttes nende küsimuste peale isegi mõeldud.”

Daniel Kotsjuba tõstis kasutajakeskse mõtlemise toomist avalikku sektorisse esile kui oma töö ühe paeluvaima osa. Erinevaid osapooli kaasavate kogemuspõhiste projektide edukat elluviimist toetab nõnda asjaolu, et Innovatsioonitiim ei esinda ühtegi organisatsiooni ega haldusala, vaid et tegutsetakse nõu ministeeriumide-ülevalt. See võimaldab erinevate osapooltega ühiselt ette võtta projekte, mis ulatuvad üle mitme haldusala. Innovatsioonitiimi roll on neid projekte vedada. Kotsjuba selgituste kohaselt see „vedamine” tähendab eeskätt kasutaja vaate „laua taha toomist” ning sellele järgnevat arutelu teemal, kuidas lahendada neid muresid, lähtudes nii teenusedisaini kui kasutajakeskse disaini metoodikast. Lisaks projektidele jagab Innovatsioonitiim kasutajakeskset mõtteviisi laiemalt erinevatele huvilistele koolitusi läbi viies.

Kuid sügavuti uuritud juhtumite puhul näeme ka piiranguid, mida kasutajakeskne lähenemine sisaldab, ning kuidas nendest on väljapääsu otsitud. Üheks piiranguks on kasutaja „surumine” nõu „passiivsesse” rolli ehk teatud mõttes inimeste objektistamine. Samm siit edasi on näha kasutajat aktiivsema subjekti või ka „toimijana”. „Toimijateks” saavad kasutajad koosdisaini praktikates, kus nad ei ole pelgalt ühesuunaliselt liikuva info allikad (nt intervjuueeritavad või vaatluste objektid), vaid panustavad protsessi aktiivselt. „Toimijana” kaasatakse inimesi kahel tasandil: ühelt poolt veendumuses, et kõik inimesed on omal viisil loovad, ning teiselt arusaama põhjal, et oleme kõik ise oma kogemuse eksperdid. Kuid kumbki neist tasandest ei tule esile ega muutu väärtuslikuks iseenesest, vaid vaja on toetavat struktuuri ja abi, mille loomine ja pakkumine ongi disaineri uus ülesanne.

Töökeskkondade visiooni loomisel on Iseasi lähenemine ehitatud inimeste kaasamisele kogu protsessi jooksul. Martin Pärn selgitab, et neil ei ole ühte fikseeritud tulemust, mida ettevõttele müüa. Kogu protsess on ehitatud võimaluste ja parima soovitud lahenduse otsimisele ühes koos. „Seepärast ei kasuta me inimeste digitaalset anduritega jälgimist, vaid paneme kõik töötajad ise paberile kriipse vedama,” täpsustab ta protsessi olemust. „Nii on igaüks kaasatud info kogumisse ja seeläbi suunatud mõtlema oma käitumismustritest töö. Töötubades analüüsivad inimesed oma ruumikasutust ja tegelikke vajadusi töö juures, aga väljendavad ka unistusi. Niimoodi, mängides ja reaalse elu analüüsi kombineerides, paneme koos kokku pildi tulevikust, mille disainerid ruumiprogrammidega illustreerivad ja arusaadavaks teevad.”

Kasutajakesksest lähenemisest märksa mitmeplaanilisem on nn koosdisain või ühisdisain (*co-design*) mida mitmed käsitletud praktikad kirjeldavad. Koosdisaini protsessis on disainer täiesti uues rollis nii oma suhtumise, mõtteviisi kui ka kasutatavate tööriistade osas. Sanders & Stappers⁸ rõhutavad, et koosdisain nõuab loovat initsiatiivi kõigilt arendusmeeskonna liikmetelt: uurijatelt, disaineritelt, klientidelt ja neilt, kelle heaks protsessi läbi viiakse. Nad rõhutavad ka, et koosdisain vajab protsessi, mitte „ühelasulist” reaktsiooni ega sobi mõttelaadiga disainist kellegi jaoks, vaid oluline on arusaam ja sellest lähtumine koos tegemisest ning igaühe oma kogemuse väärtustamisest protsessis.

Koosdisaini ilmingutena tulid uuritud juhtumite puhul esile eeskätt töötoad nii potentsiaalsete kasutajatega kui seotud osapooltega. Need tulevad kasuks nii probleemsituatsiooni mõistmisel erinevate vaadete saamiseks kui ideede genereerimise faasis, kuidas „uus ilm” võiks välja näha ja toimida – nagu ka ideede testimise faasis, kus ühises töötoas disaineritega valideeritakse ja arendatakse välja töötatud ning ühel või teisel moel prototüpeeritud lahenduse ideid. Näitena võib siin tuua Disainiosakonna tegevuse Tartu viidasüsteemi loomisel. Kui traditsioonilise kaartide disaini puhul on eelduseks, et andmed tulevad tellijalt, siis Disainiosakond rakendas siin töötubade erinevaid vorme nii andmete kogumiseks, nende mõtestamiseks kui ka disainilahenduste valideerimiseks ning uue sisendi saamiseks. Iseasi on Elisa olemasolevas kontoris prototüpeerinud uue ideoloogia testalasid, kus uute ideede rakenduslikke ja käitumuslikke mudeleid on praktiseeritud ja töötoa vormis valideeritud ning edasi arendatud.

Tärgava suunana näeme ka lähenemist, mis keskendub kasutajate kui üksikisikute kaasamise asemel kogukondadele. Manzini⁹ toob kogukonna koosdisainiprojektide erisusena välja, et lisaks tehnilise lahenduse leidmisele tuleb fookusesse võtta tähenduse loomine, et muuta teema kõigi osaliste jaoks mõttekaks. Kasutajauuringute kaudu ühele kitsale probleemile keskendudes võib jõuda vaid funktsionaal-tehnilise lahenduse rajale, kus tähenduslikkuse küsimused jäävad tahaplaanile. „Lühidalt öeldes on saanud selgeks, et see (tähenduse loome, *toim.*) on ainus võimalus tagada valitud tehnilise lahenduse kultuuriline ja sotsiaalne vastuvõetavus neile inimestele ja kogukondadele, kellele see mõeldud on,” selgitab Manzini¹⁰. Vaadeldud projektidest tegeles nende küsimustega ARS Kunstilinnaku strateegia, mille nurgakivi on kogukonna ehitamine ja jõustamine, ning Tartu viidasüsteemi uuringufaas, mis mh keskendus linna kogukondade identiteedile. Kogukonnatasand tuleb esile ka Innovatsioonitiimi vähipatsiendi teekonna projektis, kus samuti oli tähtis luua tähenduslikke ja toimivaid mudeleid, mis toetaksid lisaks patsiendile ka nende lähedasi ja koondaksid toetusgruppideks sarnase kogemusega inimesi.

Nagu on hägusaks kujunenud uus disainiprotsessi algus, on muundunud ka selle lõpp. Aktiivses disainiprotsessis luuakse nii kogukondade kui tellija meeskonnas ühiselt uusi arusaamu, tehakse organisatoorseid ümberkorraldusi ja käivitatakse uusi teenuseid ja/või ärimudeleid. Oma uudsel viisil sulanduvad siis kokku disain kui lahenduse kirjeldus ja disaini teostamine ehk projekti ellu viimine. Protsessi lõppu markeerivad hetked, millest edasi peavad kogukonnad või teenuse arendajad iseseisvalt hakkama saama. Näiteks on Innotiim nendest olukordadest üle saamiseks planeerinud endale projektide lõpetamiseks väljumisstrateegiad. Teiseks levinud viisiks on jääda peale aktiivse koostöö lõppu pikaajaliseks konsultandiks. ARS Kunstilinnaku puhul vajavad strateegia, kommunikatsioon ja teenusepaketid pidevat arendamist, sest ARSi võimaldava platvormi disain võimaldab ka iseennast rediseerida vastavalt muutuvale kogukonna koosseisule ja nende ajas teisenevatele ootustele, ning

siin ei lõppegi arendustegevuste väli. Väljumine on toimunud väga aeglaselt ning jäänud peale aktiivset arendust pikemaks suhteks konsulteerimistasandil.

Protsess, mis algab ebamäärasest ja hägusast probleemi kirjeldusest ja liigub läbi pehmete väärtuste määratlemise tundmatu lahenduse poole, vajab häid tööriistu, mis seda väga erinevate tegevuste kogumit seletaks ja koos hoiaks. Seda tsementeerivat rolli täidab disainiprotsessis visualiseerimine. Disainiprotsessi kujundlikku keelt on alati iseloomustanud ette kujutatava visuaalne esitlemine, võimalike lahenduste visandamine ja visandades edasi arendamine, joonistamine ja 3D-modelleerimine, visioonide illustreerimine elutruude renderduste ja liikuva graafikaga ning tootmisjooniste joonestamine. Kuid tänapäeval on visualiseerimise rakendamine tõstetud visuaalse mõtlemise tasandile, mida kombineeritakse loova ja analüütilise mõtlemisega. See ilmneb näiteks uuringufaasis info kogumisel pildilisi vahendeid kasutades või kompleksse ja laiali valguva info mõtestamises visuaalsete kaardistustena.

Visandamise oskus on üks disaineri tuumkompetentse. Visandamisel on oma väga kindel roll „objektikesksete” lahenduste välja töötamisel ja arendamisel, kuid see oskus on saanud disaineri uudses professionaalsuses veel kesksema koha kui varem. Täna ei ole see mitte ainult vahend keerukate süsteemide üles joonistamiseks, vaid peamiselt kompleksuste lahti muukimiseks ja mõistmiseks. Nii on oluliseks saanud oskus visuaalselt mõelda, et visuaalide kaudu siduda üheks tervikuks eeluuringud, kontseptsiooniloomed ja lahenduse väljatöötamise kuni „objekti” realiseerimise ja ekspluatatsioonini.

Visualiseerimise eesmärk on luua selgust olukorra mõistmisel, tegevussuuna määramisel ja kursi hoidmisel. Mida strateegilisemale tasandile ulatuva arendusprotsessiga on tegemist, seda rohkem hõlmab see erinevate erialade inimesi organisatsioonis. Protsess ei mahu enam tavapärastesse raamidesse, kus suhtlesid omavahel graafiline disainer ja turundusjuht ning tööstusdisainer ja tootearenduse insener. Disainiprojekti osaliste amplituuda on lai, kaasates osalisi tippjuhtkonnast reatöötajate, klientide ning nende lähedasteni. Sellises multidistsiplinaarses projektimeeskonnas on disainerid oma kompetentsiga selges vähemuses, ja oluliseks muutub, kuidas nad oma tegevusi põhjendada ja inimesi kaasata suudavad. Visualiseerimise toel saab samaaegselt kuvada nii terviksüsteemi kui selle komponente. Visualiseeritud kaardid ja skeemid töötavad ka projekti kooshoidjatena, kuna neid saab ühiselt kasutatava ruumi seintele jätta, hoides nii teemat tähelepanu all. Kaart on ühtaegu nii suunaviit kui lubadus, aidates nii projekti rajal kui meeskonna meeles hoida. Näiteks esitles Innovatsioonitiim vähipatsiendi teekonda kaardistusena, ja Iseasi töö kokkuvõttel oli Elisa kontori seinal 5 m² visuaalne kaart, mis esitles nii olukorra analüüsi kui visiooni tuleviku ruumist ja selle kasutusloogikast.

Hägusa alguse ehk eeluuringute peamine ülesanne on disainiprojekti väärtus artikuloida ja osapoolte vahel kokku leppida. Avatud lõpp määrab suunised muutuse ellu viimiseks ja pakub nii edasisi arenguid võimaldavaid lahenduskäike. Mitmes käsitletud juhtum näeme, et organisatsiooni kollektiivi, kasutajate ja kogukondade kaasamine, kõigi osapoolte võrdne väärtustamine ning üleüldise uue mõistmise loomise protsess on toonud vajaliku nihke nii suhtumises kui edasistes toimimisviisides. Nii on uudsetes disainipraktikates väärtuseks iseendas saanud disainiprotsess, kui muutuste eestvedaja ja uute välja-vaadete looja.

Mida disainitakse? Milline on disaini tulem?

Laiema avalikkuse jaoks defineerib disaini üldjuhul selle lõpptulemus ehk seesinane klassikaline „objekt“, mis nüüdisajal haihtuma kipub. Sellist objektikeskset disaini mõistet illustreerivad nii sisustusajakirjadest tuttav „disainmööbel“ kui moetoöstuse turunduses toimuv „disainrõivaste“ esile tõstmine. Seetõttu pole ülearune küsimus, et kas juhul kui protsessi lõpus „disainitud objekti“ ei ole, ongi üldse tegemist disainiga. Siiski näeme disainitulemeid analüüsides, et kui protsess ja tegevustik on uudne, siis võib tulemuseks olla ka klassikaliste tunnustega „disainiobjekt“, kuid esile on kerkinud nii uudse iseloomuga tellijale üleantav materjal kui võimalus, et disainiprotsess lõppeb avatuna ja ainetult.

Süvitsi vaadeldud juhtumite puhul on käesolevas uurimuses mitmeid näiteid, kus vaatamata muutunud protsessile sai nõ klassikalises mõttes „disainiobjekt“ lõpptulemusena vormistatud. Olgu nendeks näideteks kasvõi Raketi loodud ettevõtete visuaalsed identiteetid ja tooteseeriade pakendid või Disainiosakonna Tartu linnaruumi loodavad viidad. Neid „objekte“ saab analüüsida ka klassikalistest aspektidest nagu stiil, vorm või viimistlus, ning omistada autorsus kindla(te)le disaineri(te)le. Samas on nende protsesside tulem palju laiem ning sügavam, sest lisaks objekti kujundamisele on Rakett aidanud ettevõtetel nende põhi-olemust defineerida või Disainiosakond oma võrgustikuga kaasanud linnakodanikke oma liikumismustreid linnas ja ühes sellega kohalikku identiteeti analüüsima.

Varasematega võrreldes on esile kerkinud tööd, millel on olemas küll selgelt piiritletud „lõppobjekt“, kuid sel on teistsugune vorm ja sisu. Tehnoloogia arengu tuules on esile kerkinud mitmed uued suunad, näiteks kasutajakogemuse ja -liidestega seotud tööd. Siin näeme nii ainult „uutele“ suundadele spetsialiseerunud disainereid kui ka neid, kes olemasolevatele lisaks uusi oskusi on omandanud. Alari Orav AKUst on disainiuuringute ja strateegilise disaini suunale lisaks hakanud tegelema UX-ga, tehes veebi-*wireframe*'e ja prototüüpe. „Täitsa uus oskus, mille õppisin viimase aasta jooksul. Selles mõttes on põnev, et ma olen liikunud sellest visuaalsest disainist natuke nagu eemale, aga samas pisut ikkagi seal olen ka. Ja samas see tekst ja visuaal, see protsesside loogika, see kõik saab väga hästi kokku minu jaoks... Et ma kirjutan tihtipeale need tekstid sinna juba sisse, kuna see on tegelikult väga oluline... Et see ei ole lihtsalt nagu kasti joonistamine, vaid sellest võiks ka aru saada.“

Disaini enese areng väärtusahelas on kaasa toonud samuti varasemast erinevad töötulemused, näiteks organisatsioonistrateegiad, ärimudelid või tulevikuvisionid. Nende puhul on küll tegemist konkreetse tulemiga, kuid selle dematerialiseerunud olemus välistab klassikalise objekti tunnused.

Mitmed käsitletud näited aga ei lõppenud tavapärase projekti lõppu tähistava üleantava materjali edastamisega tellijale (nagu trükifailid, tootejoonised, 3D-mudelid või programmid). Töö võeti kokku nõ avatult, suuniste ja juhtnõrde kirjeldamisega, jättes seeläbi justkui punkti panemata. Nii loodi sisend järgnevale disainitööle, mille teostajaks võib olla tellija organisatsioon ise või hoopis mõni teine disainistuudio. Näiteks võivad lõpptulemusteks olla nn võimaldavad platvormid, millele edasised arendused toetuda saavad, ning mis aitavad hoida raamistust ja fookust neile ehitatud või neil toimuvatel tegevustel. Töö tulemina võib ühises arendusprotsessis olla käivitatud uusi teenuseid või ärimudeleid, ning teatud faasis peavad kogukonnad või teenuse arendajad iseseisvalt neid lahendusi oma igapäevavajadusteks edasi disainima või kasutamiseks elus hoidma.

Tihti sekkuva ja muutusi esile kutsuva iseloomuga iseväärtuslikuks muutunud disainiprotsessi tulemitena võib vaadelda tegevuste mõju ja selle ulatust. Mitu käsitletud disainitööd ei olnud käesoleva töö valmimise ajaks veel täielikult lõppenud, mistõttu nende mõju mõõtmine või analüüs oli intervjuu-eelselt alles võimatu. Paraku tuleb ka tõdeda, et mõju mõõtmine ei ole kuulunud uuritud praktikate töö koosseisu, kuigi selliste mõõtmiste vajalikkust mitmed intervjuueeritud nentisid. Omaette teemana kerkib siinkohal üles vajadus teostada neid eritlusi jooksvalt projekti väga varajasest faasist alates, et protsessi jooksul toimuvaid muutusi saaks pidevalt hinnata.

Eraldiseisvaks tulemiks võivad saada disainiprotsessi jooksul loodud süsteemi analüüsid, eriti nende visualiseeritud kaardid. Sellistel kaartidel võib olla väga erinevaid eesmärke nagu analüüsitava info struktureerimine ja esitlemine hoomataval moel, uute seoste ja leidude visuaalne esitlus ja tõestus, probleemi ruumi ja seda ühendavate seoste kirjeldus, määrgilise tulevikuvisioni esitlus, teekaart muutuste juhtimise protsessis, kliendi või kasutaja kogemuse vaade ja analüüs, tegevuse analüüs või pakkumise positsioneerimine kasutajate tajuväljas. Nende loomisel on taas kesksel kohal disaini meetodid ja tööriistad: osapoolte kaasa haaramine ja tundma õppimine, kogu tegevusvälja ökosüsteemi mõistmine, visualiseerimine ja stsenaariumite loomine, mis pakuvad võimaluse tulevikunägemusi tajutavalt kirjeldada, et neid saaks hinnata, kogeda ja testida ja tööriistadena edasi kasutada. Projekti lõpule eelneb tavapäraselt ühine arutelu või koosdisainitöö tuba nende kaardistuste pinnalt järgmiste sammude määratlemiseks.

Mitmeski mõttes võime disaini lõpptulemuse uudsusena käsitleda toimunud refleksioone ning eneseotsinguid ja -leidmist, ja seda nii laiema konteksti mõistmise kui oma rolli ja edasise tegevustiku teadvustamisena. Käsitletud näited töid päris hästi esile disainistuudiate arusaama, et suuremad ja põhjalikumad muutused peavad alguse saama iseendast; teiste sõnadega: kui klient ise ei ole valmis muutuma, siis on ka välise fassaadi muutus väheefektiivne. Mitmed uuringus kajastatud muutuste ellukutsumise näited keskendusid organisatsioonide sisemistele protsessidele; näiteks Velveti kureeritud Tallinna linna teenusepõhisele mudelile üleminek või Raketi inimarhetüübi põhise mõtlemise viimine tippjuhtkonda.

Tulemite kirjelduste kaudu näeme, et kuigi need võivad olla muutunud „ainetuks“, on neil siiski mitmed disainile ainuomased tunnused, mis, tõsi küll, väljenduvad küll rohkem disainiprotsessi olemuses ja disainerlikus lähenemises. Olulise tähelepanekuna kerkib siit esile vajadus uute võtete ja viiside järele disaini tulemite analüüsiks, sest senised „objektikesksed“ kaalutlused ei toimi „ainetuks“ muutunud materjali käsitledes. Nagu eelpool tõdetud, kipuvad disainerid ise oma tööd teistest lähtekohtadest väärtustama, hinnates eelkõige selle mõju ja muutuse ulatust. See ei ole järsk pööre, vaid nende praktika orgaanilise arengu tulemus.

Kokkuvõte

Käesolev uuring vaatles disainiteenuse pakkujate praktikate tänast olemust, keskendudes nendes viimaste aastate jooksul toimunud muutustele. Kokkuvõtlikult võime öelda, et muutused on aset leidnud väga mitmel tasandil ja viisil. Muutunud on nii disaini eesmärgid ja töö tulem kui protsess ning selles osalejate ring. Eelnevast tulenevalt on märkimisväärselt muutunud ka disaini ulatus või tegevused, mida disainina mõistetakse, ning disaineri roll. Oma olemuselt dematerialiseerunud, aga ka holistlikumaks ja uurimuslikumaks muutunud disain on organisatsioonide väärtusahelas kõrgemale tõusnud ning hakanud aktiivsemalt suunama partnerite strateegiaid ja tulevikuvisioone. Disaini sulandumine kõrvalerialadesse ja argitasandile on kogu disainiprotsessi märkimisväärselt demokratiseerinud; disainerist selles on autori asemel saanud protsessi kuraator, kellel on siiski oma agenda ehk autori-positsioon. Suhetakeskse kultuurina tegeleb disain järjest enam võimuküsimustega, mis omakorda tähendab disainiprotsessi tõusmist väärtuseks omaette.

See uus ja siinses töös kirjeldatud disaini kehastus ei ole kaugeltki valmis ega kristalliseerunud, vaid jätkuvas muutumises ja arengus. Käsitletud juhtumid viitavad sellele, et uued praktikad on pigem otsivad, küsivad ja kompivad. Nägime selgelt, et tänane Eesti disain ei ole ühtne ega ühetaoline. Eesti disainivaldkond on kirju, siin tegutsevad nii kompleksseid teenuseid pakkuvad multidistsiplinaarse meeskonna ja tugeva projektijuhtimisvõimekusega stuudiod kui kitsalt spetsialiseerunud ja pigem isiklikest eluprojektidest lähtuvad ühe-kahe inimese tiimid. Oma panuse disainivälja muutustesse annavad mõlemad osapooled. Risoomsete projektide ümber ehitatavad võrgustikud iseloomustavad mõlemaid äärmusi – ja see on viljakas kooslus disainiuuenduste loomiseks.

Uuring näitas, kuidas mitmed rahvusvahelises disainikogukonnas välja töötatud disainitööriistad ja -meetodid on siin aktiivselt kasutusele võetud. Visualiseerimise toomine nii disainimõtlemise kui -tegemise keskmesse on tänapäevase disainiprotsessi tunnusjooni. Kuna ka disaini enda tööriistad ja mudelid on visuaalsetena hästi imporditavad, rakendatavad ja edasi antavad, siis on neist saanud üks toetav tegur disainiprotsessi demokratiseerumisel.

Mudelitega käib siiski kaasas spetsiifiline selgitav sõnavara. Nägime, et palju kasutatakse ingliskeelset terminoloogiat ja otselaene, ning vajadus kohaliku terminoloogia ja mõiste-aparatuuri järele on suur. Pidevalt suurenev disainipraktikates osalejate ring rõhutab veelgi mõisteliste vahendite arendamise vajadust.

Samas on ka mitmeid globaalses disainimaailmas ja -diskussioonis esile tõusvaid arenguid, mis ei ole siin veel erinevatel põhjustel maad võtnud. Näitena võib tuua disainiturul väga väheste ilmingutega disainiaktivismi ja kriitilist, spekulatiivset disaini, mis osutaks võimalike tulevike kujundamise ja neist mõtlemise peale. Samuti on kestlikkusest ja ökoloogilistest kriteeriumitest lähtuvate praktikate näited väga harvad, ja seda nii intervjuude kui ankeetide põhjal analüüsi tehes.

Kõik need arengud on otseses seoses disainiteenuse turul toimuvaga. Kuigi uuringu fookuses ei olnud turu nõudluse mõju praktikatele või küsimus sellest, kuivõrd disainipraktika suudab mõjutada turu nõudlust, siis nii mõnigi aspekt joonistus siit välja. Uuringus käsitletud juhtumid on kõik reaalsed, kellegi poolt tellitud ja kinni makstud praktikad.

Neil kõigil on individuaalne ja eksperimenteeriv iseloom, kuid üksiti on neid kõiki tugevalt vorminud ja jätkuvalt vormimas turusituatsioon ehk tellimused ja rahastus. On selge, et peaaegu täielikult turumehhanismide meeleva jätud eriala areneb tänases Eestis pigem vastavalt tellimustele, samas kui eksperimentaalsed ja uuenduslikud praktikad muudavad disainiturgu ehk suunavad tellimuste sisu väga vaevaliselt. Selles kontekstis väärib märkimist, et vaadeldud uuenduslikud praktikad olid valdavalt seotud avaliku sektoriga, mis on kahtlemata olnud sellistele muutustele ja eksperimentidele märksa avatum kui erasektor.

Disain toimib aga ka kultuurivaldkonnana, ning see perspektiiv peaks paremini toetama uute, eksperimentaalsemate algatuste ja võimekuste arendamist. Diskussioonikohaks on kahtlemata nendeks arenguteks vajalike toetusmehhanismide käivitamine ja arendamine.

Huvitav tähelepanek on ka see, et sõltumata oma hariduslikust taustast ja tegevusvaldkonnast kippsid intervjueeritud disainerid kirjeldama oma tegevust pelgalt disainina, ilma aladistsipliini täpsustamata, tähtsustades nii probleemi mõistmise kui teistsuguse lähene-misega raamistuse loomise võimet. Üheks põhjuseks on kindlasti vastavate uute ameti-profiilide nimetuste ja kirjelduste puudumine, mida käesolevas töös püüdsime visandada. Siin võiks tuge saada nii haridusmaastiku kui kutsestandardisse viidavatest täpsustustest.

Disaini tegevusväli on jõuliselt laienenud ning sisemiselt muutunud, mislābi on hāgus-tunud ka eriala identiteet. See toob kaasa erialase enesemāaratlemise keerukuse. Laiem disainidiskursus on takerdunud endistesse mustritesse, uued praktikad aga ei ole veel etableerunud. Kuigi disain on liikunud objektilt protsessile, suhetele ja kogemustele, on objektid ja esteetika disainist mōtlemisel ja rāākimisel endiselt valdavaks jāānud. Disaini-kaanoni kujundajad lāhtuvad eriala algusaegadel kinnistunud „objektikesksest“ lāhene-mistest: nāitustel on „objektid“, auhindu jagatakse „objektidele“ ja nende autoritele. Teiste sõnadega: vāga selgelt hinnatakse disaini ikka veel lāhtuvalt varasema kultuuri dominant-sest koodist, kuid uuringus kirjeldatud erisuste tōttu ei ole selline lāhenemine kaugeltki alati sobilik. Uusi praktikaid viljelevad stuudiod hindavad oma tōd hoopis teistel alustel, lāhtudes eelkōige pikaajaliste muutuste mōjust nende kōige erinevates vormides. Seetōttu on kriitilise tāhtsusega uue mōisteraamistiku ja uue disainikultuuri arendamine laiemalt kui ainult praktilise tegevusena.

Kuigi nāeme valdkonna arengus positiivset dūnaamikat ja erialast elujōudu, tulid esile mitmed teemad, mis vajavad edasist sūvendatud uurimist ning arendamist. Mitmetele kōisi-mustele sai siinses tōös vaid viidatud, kuigi need vajavad laiapōhjalisemat arutelu. Loodame, et uuringus tōstatatud teemad tekitavad elava diskussiooni erialaringkonnis ning pālvivad tāhelepanu ka laiemas, demokratiseerunud disainis osalejate ringis.

¹ Manzini, E., 2019. 'Disain, kui kõik disainivad : sissejuhatus sotsiaalset innovatsiooni edendavasse disaini' lk 90-91 Tallinn. Eesti Kunstiakadeemia Kirjastus

² Sanders, E. B.-N., and Stappers, P. J., 2008. 'Co-creation and the new landscapes of design.' CoDesign, 4:1, 5-18, DOI: 10.1080/15710880701875068

³ Mark, M. and Pearson, C. S., 2001. The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes, 2001 DOI: 10.1036/007138118X

⁴ Ockerse, T., 2012. 'LEARN FROM THE CORE DESIGN FROM THE CORE.' Visible Language 46.1/2 80-93

⁵ Sanders, E. B.-N., and Stappers, P. J., 2008. 'Co-creation and the new landscapes of design.' CoDesign, 4:1, 5-18, DOI: 10.1080/15710880701875068

⁶ Sanders, Elizabeth B.-N., 2017. 'Design Research at the Crossroads of Education and Practice.' She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation 3(1) 3-15 doi.org/10.1016/j.sheji.2017.05.003

⁷ Tartu viidasüsteemi arenduse esimese osa lõppraport on siin: https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Arhitektuur_ja_ehitus/Linnaruum/Viidas%C3%BCsteem/15%20MIN%20TARTU.%20Tartu%20viidas%C3%BCsteemi%20juhis.4.04.2018.pdf

⁸ Sanders, E. B.-N., and Stappers, P. J., 2008. 'Co-creation and the new landscapes of design.' CoDesign, 4:1, 5-18, DOI: 10.1080/15710880701875068

⁹ Manzini, E., 2019. 'Disain, kui kõik disainivad : sissejuhatus sotsiaalset innovatsiooni edendavasse disaini' lk 79 Tallinn. Eesti Kunstiakadeemia Kirjastus

¹⁰ samas

Tänu sõnad

Käesoleva töö valmimiseks on andnud oma panuse mitmed inimesed ja organisatsioonid, kellele soovime tänu avaldada. Eeskätt suur tänu kõigile ankeedi täitnutele ja intervjuu andnutele oma tegevustesse sissevaate eest!

Täname koostöö eest Jaanika Kikast, Eva Adamsood, Maret Põldret, Tiia Vihandit ja Katrin Tomistet, Eesti Disainikeskust ja Kultuuriministeeriumi.