

Magdalena GYURKOVICH*

INTERDYSCYPLINARNE ANALIZY PRZEDMIOTU EKSPOZYCJI JAKO CZYNNIK WPLYWAJĄCY NA KONCEPCJĘ EKSPOZYCJI W EDUKACJI WYSTAWIENNICZEJ

Ekspонат lub temat ekspozycji są podmiotami projektu w wystawiennictwie, a ich wpływ na decyzje projektowe jest kluczowy – zależy od nich sposób kształtowania przestrzeni ekspozycji, forma i koncepcja przeprowadzenia widza przez wystawę. Wymaga to od projektanta zapoznania się z prezentowanym zagadnieniem, a przy dużych przeglądowych ekspozycjach, np. historycznych, konieczne są gruntowne analizy tematu.

Zajęcia z projektowania wystawienniczego są prowadzone na Wydziale Architektury Politechniki Poznańskiej od 2012 r. Studenci projektują na nich przestrzeń wystawienniczo-promocyjną. Temat ekspozycji jest losowany na pierwszych zajęciach, spośród trzech grup tematycznych. W trakcie pracy nad projektem wymagane jest przeanalizowanie cech fizycznych i merytorycznych eksponowanego przedmiotu lub zagadnienia. W porównaniu do wcześniej wykonywanych projektów studenci analizują nie tylko lokalizację i funkcję, ale sięgają do wiedzy z obszaru kultury, historii czy marketingu. Studenci mają pełną dowolność w interpretowaniu treści i przestrzeni wystawy.

Przedstawione w artykule badanie ma na celu odpowiedź na pytanie: czy grupa tematyczna wpływa na osiągnięte efekty projektowe, kreatywność i innowacyjność w podejściu? Osiągnięte cele dydaktyczne w zakresie projektowania wystaw są identyczne niezależnie od tematu i grupy tematycznej. Badaniu podlegały prace studenckie poddane ocenie specjalistów projektantów oraz ankieta przeprowadzona wśród studentów, a jej celem była ocena wyjściowa znajomości tematu. Efektem badań ma być weryfikacja przyjętych założeń, że włączanie w proces projektowy analizy przedmiotu ekspozycji poprzez np. odwołanie się do nauk humanistycznych wpływa na osiągnięte efekty i otwiera na interdyscyplinarne poszukiwania.

Słowa kluczowe: wystawiennictwo, efekty projektowe, analiza tematu

* Wydział Architektury Politechniki Poznańskiej, Instytut Architektury i Planowania Przestrzennego. ORCID: 0000-0003-4275-0435.

1. CHARAKTERYSTYKA ANALIZ W PROJEKTOWANIU WYSTAWIENNICZYM

1.1. Teza

Proces projektowy wymaga od twórcy dogłębnej analizy wielu różnorodnych aspektów: zrozumienia środowiska, w jakim projektuje, potrzeb użytkownika, zdefiniowania problemów i szans. Wystawiennictwo nie różni się pod tym względem, wymaga zapoznania się z miejscem, technologią, ale najistotniejsze jest zrozumienie tematu, przyczyny i celu wystawienia konkretnych przedmiotów, opowiedzenia i wytłumaczenia określonej historii. Zapoznanie się z zagadnieniem ułatwia projektantom odpowiedni dobór środków wyrazu potrzebnych do przełożenia tego na przestrzeń i sposób eksponowania. Proces ten wychodzi często poza zakres typowych analiz i sięga do zagadnień np. marketingu, kultury, historii, nowoczesnych technologii, współczesnych problemów społecznych, środowiskowych i wielu innych. Wykonywane ćwiczenia z wystawiennictwa w szóstym semestrze stają się okazją dla studentów do sięgnięcia po informacje i inspirację do różnych źródeł, dzięki czemu w proces projektowy są włączane elementy np. przedmiotów humanistycznych. Wieloletnie doświadczenie prowadzenia zajęć projektowych z wystawiennictwa pozwala postawić założenia, iż:

1. Odwołanie się do dotąd niewykorzystywanych źródeł analiz i informacji wpływa na kreatywność oraz inspiruje w realizowanych projektach studenckich. Zależność ta może być związana z opracowywanym zagadnieniem.

Temat ćwiczenia może się stać sposobem na integrowanie zagadnień projektowych, w tym technicznych, z przedmiotami humanistycznymi.

Niezależnie od tematu, jaki opracowują studenci, osiągnąć są cele dydaktyczne na porównywalnym poziomie.

1.2. Dyskusja

Metoda design thinking, współcześnie wykorzystywana w różnych dziedzinach, stanowi również znakomite narzędzie w projektowaniu architektonicznym. Jej elementem jest łączenie zbierania informacji, analizowania z różnych perspektyw i ten proces stanowi podstawę podejmowanych decyzji projektowych. W odróżnieniu od tradycyjnej metody pracy twórcy opierającej się na jego autorskich doświadczeniach stawia na empatię poznawczą [Curedeale 2013]. Badania w procesie projektowym nie są statycznym sposobem zbierania informacji, ale również spoglądaniem na nie z różnych perspektyw [Ingle 2012]. Wystawiennictwo to zróżnicowane rodzaje projektowania, dostosowane do potrzeb i celów, czy jest to np. ekspozycja muzealna czy komercyjna [Berton, Schwartz Frey 2012]. Niezależnie od przeznaczenia ekspozycji

zycji cały proces projektowania zaczyna się od jej zawartości i wymusza na projektancie wniknięcie w jego przesłanie i znaczenie. Równie istotne jest jasne zdefiniowanie, kto wystawą opowiada odbiorcy, z jakiej perspektywy przedstawiony jest temat [Kossmann, de Jong 2010]. Wystawa to opowiadanie przetransponowane na przestrzeń w odpowiedni sposób. Ta translacja wymaga odwołań do wiedzy z różnych dziedzin związanych z prezentowanym zagadnieniem, z różnych perspektyw. Etap badawczy i poznawczy prezentowanego zagadnienia staje się integralnym elementem procesu projektowego. Różnorodność tematów i celów ekspozycji rozszerza zdecydowanie obszary, z jakich informacje mogą być czerpane. W obecnej edukacji architektonicznej pierwszego stopnia oprócz przedmiotów projektowych A.1 i kontentu projektowego B.1 jest grupa przedmiotów uzupełniających, gdzie poza lektoratami z języków obcych wchodzi w skład przedmioty obieralne ze spektrum przedmiotów, np. humanistycznych [MNiSW: 4].

Ćwiczenie wystawiennicze może być jednym z tych, które łączy formalnie rozdzielone grupy zajęć oraz może inicjować zainteresowanie studentów do ponadprogramowych studiów.

2. BADANIE ZALEŻNOŚCI POMIĘDZY TEMATEM ZADANIA PROJEKTOWEGO A OSIĄGNIĘCIAMI STUDENTÓW

2.1. Wprowadzenie do badań

Zajęcia z projektowania wystawienniczego są prowadzone na Wydziale Architektury Politechniki Poznańskiej od 2012 r. W ich ramach studenci wykonują niewielki projekt przestrzeni wystawienniczo-promocyjnej. Prowadzony jest on w trybie dwóch jednostek co dwa tygodnie, a to wymaga dobrego planowania procesu projektowego, w tym np. decyzji o wyborze tematu, dlatego studenci losują zagadnienie, jakie opracowują, mają jednak dowolność w jego interpretacji. Ćwiczenie to projekt ekspozycji o powierzchni od 36 do 50 m² zlokalizowanej w przestrzeni publicznej bez wyraźnego wskazania miejsca – w założeniu stoisko może być prezentowane w różnych lokalizacjach. Celem ćwiczenia jest stworzenie przestrzeni, w której zwiedzający mają szansę zapoznać się z prezentowanym zagadnieniem, a jakość wizualna ułatwi zrozumienie przekazu. W porównaniu do projektów wykonywanych na innych przedmiotach studenci analizują elementy dodatkowe, takie jak: funkcję prezentacyjną, cechy fizyczne obiektu, jego przeznaczenie, kontekst użytkowania lub istotę prezentowanego zagadnienia. Wymaga to sięgnięcia do wiedzy z obszaru np. kulturoznawstwa ekonomii, marketingu. Zakres końcowego projektu jest taki sam niezależnie od grupy tematycznej, wymaga opracowania rzutów, elewacji, kładów oraz zaprezentowania koncepcji trójwymiarowo, w perspektywie, w tym jedno z ujęć musi zostać pokazane w przykładowej lokalizacji. Cały proces analiz i proces projek-

towy jest wspierany przez dydaktyków. Losowy wybór tematu niesie za sobą ryzyko rozczarowania i zniechęcenia do przedmiotu, dlatego możliwe jest w szczególnych przypadkach ponowne jego losowanie. Doświadczenie wskazuje, że w każdym roczniku znajdują się studenci, dla których temat projektu jest całkowicie nowy – odkrywają go na potrzeby projektu, ale nie tylko.

2.2. Opis badań

Tematy ćwiczenia były wprowadzane sukcesywnie jako interesujące, różnorodne zagadnienia. Założeniem tego postępowania było, aby w grupie dziekańskiej nie pojawiały się te same zagadnienia w celu uniknięcia naśladowania, oraz aby grupa zbierała różne doświadczenia jako sposób dodatkowej edukacji. Obserwacje pracy studentów i ich osiągnięć przyniosły pierwsze wnioski, iż wiele prac jest popartych solidnym rozeznaniem zagadnienia i owocowało to interesującymi postępowaniami w pracy projektowej. Ta konkluzja przyczyniła się do postawienia pytania: które z tematów skłaniają studentów do zawansowanych poszukiwań i czy efekty projektowe mają związek z tematem? Opracowywane do tego momentu badania zagadnienia zostały podzielone na trzy grupy pod kątem rozgraniczenia między fizyczną reprezentacją obiektu eksponowania a zagadnieniem bardziej ulotnym, abstrakcyjnym.

Grupa pierwsza to konkretny fizycznie obiekt ekspozycji, np. wieczne pióra, kamery sportowe, nowe urządzenie, naczynia kuchenne, rowery składane, kaski rowerowe i ochroniacze, okulary przeciwsłoneczne, ekspozycja nowoczesnych krzeseł, telefon / tablet, stoisko promujące oprogramowanie dla architektów, wydawnictwo architektoniczne, ekspozycja produktów spożywczych, np. czekolada, kawa. Studenci mają możliwość doprecyzowania, jaki to jest obiekt, mogą również zinterpretować kontekst jego wystawienia, ale wymaga to zapoznania się z cechami fizycznymi eksponatu, jak również potrzebami, zainteresowaniami użytkownika oraz potencjalnego wystawcy, cechami marki, jej historią, a także problemami społecznymi lub ekologicznymi.

Grupa druga to tematy odwołujące się do osób, instytucji, wydarzeń: cechą charakterystyczną tej grupy jest łatwe zdefiniowanie przedmiotu bądź podmiotu eksponowania. Studenci mogą zapoznać się z twórczością osób, misją instytucji lub charakterystyką wydarzenia, w tym z identyfikacją wizualną, miejscem, celami działania, mają dowolność w wyborze, z jakiej perspektywy przedstawią problem. Do tej grupy należą tematy projektów przestrzeni ekspozycyjno-informacyjnej dla: prac studentów WAPP, młodego architekta, młodego designera, wybranego konkursu wzornictwa, przestrzeń promująca festiwal filmowy lub festiwal teatralny, stoisko promujące wybrany kraj lub region, klub sportowy, Konkurs im. Fryderyka Chopina, Konkurs im. Henryka Wieniawskiego, promocyjna przestrzeń dla wybranego: muzeum techniki, muzeum zabawek, nowego muzeum w Dubaju, promocja wydarzeń sportowych, trasa koncertowa, stoisko o wybranej uczelni lub paraolimpiada.

Trzecia grupa odwołuje się również do kilku instytucji i wydarzeń, ale wspólną cechą jest to, iż na początku są to tematy bardziej abstrakcyjne i wymuszają na studentach wybranie własnej drogi do jego pokazania, uchwycenia charakteru. Tematy z trzeciej grupy to zadanie zaprojektowania przestrzeni promocyjno-informacyjnej odpowiedzi na następujące zagadnienia: „tradycja nietradycyjnie” – polski design, komiks, polski komiks, biennale sztuki współczesnej w Wenecji, biennale architektury w Wenecji, zachowania proekologiczne, muzyka heavy metalowa, muzyka jazzowa, hip-hop, punk, muzyka poważna, muzyka chóralna, taniec współczesny, taniec klasyczny, stoisko zapraszające na wystawę mistrzów malarstwa, np. mistrzów renesansu w British Muzeum, organizacja pomocowa itp. Dyskusyjne jest zakwalifikowanie do tej grupy biennale sztuki współczesnej w Wenecji oraz biennale architektury w Wenecji. Spełniają one bowiem zdecydowanie kryteria grupy drugiej, jednak samo biennale jako przegląd stanowi dużą liczbę wątków i jest również czymś nowym dla studentów trzeciego roku, wymusza na nich wybór aspektu, jaki chcą przedstawić; to doświadczenie przesądziło o zakwalifikowaniu ich do trzeciej grupy tematów.

W poszukiwaniu odpowiedzi na postawione tezy przeprowadzony został pierwszy etap badań. Eksperckiej ocenie poddano zarchiwizowane w formie cyfrowej prace studenckie z lat 2014-2020. Nie były one selekcyjonowane: w analizowanym zbiorze znalazły się wszystkie prace z zasobu cyfrowego. W sumie do badania przekazano 168 prac, a ocenie poddano 166 (dwie prace nie zostały ocenione ze względu na wady w ankiecie). O ocenę zostało poproszonych dziewięciu ekspertów, wśród nich byli pedagodzy z zakresu projektowania, czynni projektanci i specjaliści związani z wystawiennictwem. Do wglądu otrzymali minimum jedno ujęcie perspektywiczne projektu, podany został również temat projektu. Badanie przeprowadzono za pomocą formularza Google. Ankietowanych poproszono o wyrażanie oceny w skali 1-5, przy czym 1 było oceną najniższą, a ocena 5 – najwyższą dla następujących kryteriów: ocena atrakcyjności koncepcji, ocena innowacyjności koncepcji i jak ocenia Pan/Pani związek koncepcji z tematem? Wyniki ocenionych prac zostały podzielone według grup tematycznych. W pierwszej znalazły się 83 prace, w drugiej 53, a w trzeciej 29. Zauważalna jest nadreprezentacja grupy pierwszej i zdecydowanie mniejsza liczba prac z grupy trzeciej. Średnia ocena dla wszystkich przykładów jest najwyższa dla oceny atrakcyjności, a najniższa dla oceny innowacyjności. Dzięki podziałowi na tematy udało się prześledzić oceny dla grup tematycznych. Wyniki wskazały najwyższe oceny prac z grupy trzeciej, czyli dla tematów wymagających większego zaangażowania w interpretowaniu zadania projektowego. Wszystkie wyniki tego badania zostały zestawione w tab. 1.

Dla lepszego zrozumienia struktury oceny prac analizie poddano rozkład punktacji od 1 do 5 dla poszczególnych kryteriów i grup. Dla uwzględnienia dysproporcji w reprezentacji dane zostały przedstawione w ujęciu procentowym dla poszczególnych tematów. Dla kryterium pierwszego i drugiego eksperci najczęściej oceniali prace na 4, ale najwięcej procentowo najwyższych ocen otrzymały prace należące do grupy pierwszej. Zaobserwowana jest również tendencja, że dla kryterium

atrakcyjności i innowacyjności procentowo najczęściej wystawiono ocen 4 i 5, ale w kryterium oceny związku z tematem prace częściej były oceniane na 3 i 4.

Tab. 1. Średnie wyniki pierwszego badania dla wszystkich ocenianych prac i dla grup tematycznych

	Wszystkie prace	1. grupa tematów	2. grupa tematów	3. grupa tematów
Liczba badanych prac	166	83	54	29
Ocena atrakcyjności koncepcji	3,7885	3,7363	3,7922	3,9103
Ocena innowacyjności koncepcji	3,4451	3,4163	3,46502	3,4904
Jak ocenia Pan/Pani związek koncepcji z tematem?	3,5542	3,5663	3,5556	3,6437

Tab. 2. Rozkład przyznanych ocen dla badanych prac w grupach tematycznych dla pierwszego badania

	1	2	3	4	5
T1 Ocena atrakcyjności koncepcji	7%	13%	20%	27%	33%
T2 Ocena atrakcyjności koncepcji	4%	17%	20%	37%	22%
T3 Ocena atrakcyjności koncepcji	4%	13%	20%	39%	24%
T1 Ocena innowacyjności koncepcji	1%	11%	24%	40%	24%
T2 Ocena innowacyjności koncepcji	1%	11%	22%	41%	25%
T3 Ocena innowacyjności koncepcji	1%	8%	19%	41%	31%
T1 Jak ocenia Pan/Pani związek koncepcji z tematem?	3%	16%	32%	35%	14%
T2 Jak ocenia Pan/Pani związek koncepcji z tematem?	2%	17%	30%	34%	17%
T3 Jak ocenia Pan/Pani związek koncepcji z tematem?	4%	14%	28%	38%	16%

Zestawienie uśrednionych ocen i rozkładu ocen wskazało na to, że tematy z grupy trzeciej otrzymały od ekspertów najwyższe punktacje, jednak w grupie pierwszej było najczęściej indywidualnych sukcesów – aż 33% prac otrzymało najwyższą ocenę.

Kolejny etap badań to ponownie badania eksperckie prac studenckich, ale z dwóch roczników: 2020/21 i 2021/22. Do badań użyto prac bez selekcji kompletnych grup dziekańskich; podczas zajęć w rocznikach wprowadzone zostały konkluzje z badania pierwszego, w tym: proporcjonalna ilość zagadnień z wyróżnionych trzech grup, zachęcenie studentów do pogłębionych poszukiwań materiałów i informacji o zadaniu projektowym niezależnie od grupy tematycznej. Badaniu zostało poddanych 78 prac, dziewięciu ekspertów należało ponownie do grona pedagogów projektowania, czynnych projektantów i osób związanych z wysta-

wiennictwem. W internetowej ankiecie przeprowadzonej na platformie Google do oceny eksperckiej udostępniono ujęcie perspektywiczne stoiska, jego rzut oraz temat prezentowanego zagadnienia. Oceniających poproszono o wyrażenie swojej opinii w ocenie od 1 do 5, przy czym 1 było oceną najniższą, a ocena 5 najwyższą. Kryteria, według jakich prace zostały oceniane, to: ocena koncepcji stoiska, ocena odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań, ocena jakości prezentacji stoisk w metodzie 3D. Drugie i trzecie kryterium zostało zmienione w stosunku do pierwszego badania – „innovacyjność” zastąpiono „odwagą projektową”. Chodziło o przekierowanie uwagi ekspertów z innowacyjności jako synonimu czegoś nowego w odniesieniu innowacji w dziedzinie projektowej na indywidualną odwagę projektanta – studenta tego stoiska. Uznano, że w ocenie koncepcji mieści się również odwołanie do tematu, a zdecydowanie bardziej o czytelności zamierzeń projektowych na tym etapie decyduje jego prezentacja 3D.

Tab. 3. Średnie wyniki drugiego badania dla wszystkich ocenianych prac i dla grup tematycznych

	Wszystkie prace	1. grupa tematów	2. grupa tematów	3. grupa tematów
Liczba badanych prac	78	28	25	25
Ocena koncepcji stoiska	3,6595	3,6508	4,0844	3,5333
Ocena odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań	3,4003	3,4762	3,4756	3,2533
Ocena jakości prezentacji stoisk w metodzie 3D	3,6866	3,6587	3,8440	3,5244

Ocenie poddano 78 prac, w tym grupa pierwsza to 28 przykładów, a pozostałe po 25 prac, co stanowi stosunek 36% do 32% dla grupy tematów 2 i 3. Średnia ocena z badania pierwszego oraz drugiego jest zbliżona: dla pierwszego kryterium to 3,7885, a dla drugiego 3,6595. W tym badaniu najwyżej zostały ocenione prace należące do grupy drugiej i osiągnęły najwyższe noty w trzech kategoriach, w tym oceny koncepcji i prezentacji 3D wyraźnie są wyższe od innych ocen. W przeciwieństwie do badania pierwszego prace należące do grupy trzeciej zostały ocenione najniżej.

Ponownie analizie poddano rozkład ocen dla poszczególnych kryteriów i grup tematycznych.

Rozkład przyznanych najwyższych ocen również wyróżnia grupę drugą, a w grupie trzeciej najmniej prac otrzymało ocenę 5 lub 4.

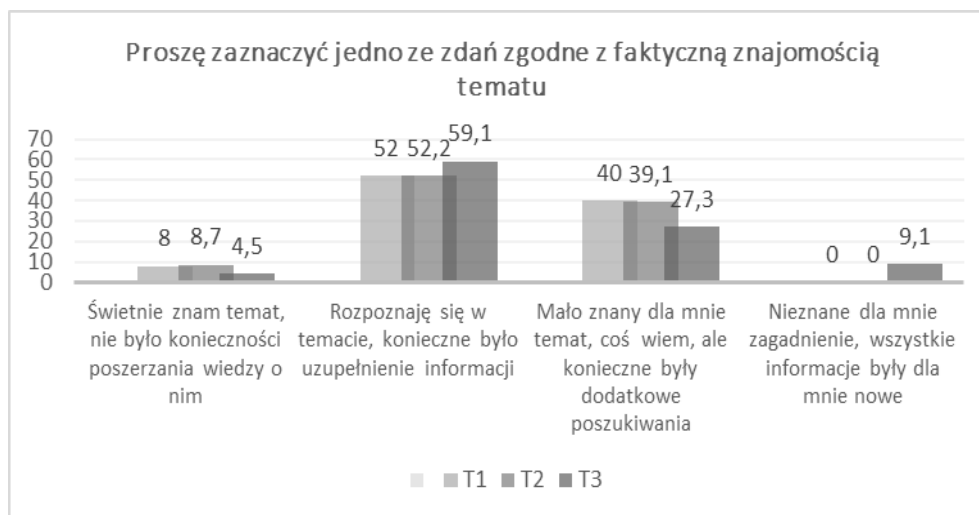
Wyniki te wyraźnie różnią się od badania pierwszego. Może to wskazywać na rolę zbieranych informacji i analizę, na którą kładziono szczególny nacisk w bada-

nych rocznikach. Jednocześnie średnie oceny projektów nie wskazują drastycznych różnic, co pozwala przypuszczać, że osiągnięto porównywalne efekty dydaktyczne niezależnie od opracowywanego tematu. Analizując wyniki rozkładu ocen jako wyznacznika indywidualnych osiągnięć studentów, liczba prac ocenianych wysoko jest wyższa w badaniu pierwszym, gdzie rozkład tematów był nierównomierny, ale mamy tu do czynienia z wieloma rocznikami.

Tab. 4. Rozkład przyznanych ocen dla badanych prac w grupach tematycznych dla drugiego badania

	1	2	3	4	5
T1 Ocena koncepcji stoiska	2%	10%	32%	33%	23%
T2 Ocena koncepcji stoiska	1%	12%	23%	38%	26%
T3 Ocena koncepcji stoiska	1%	16%	29%	36%	18%
T1 Ocena odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań	5%	14%	30%	30%	21%
T2 Ocena odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań	6%	16%	17%	36%	25%
T3 Ocena odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań	5%	19%	34%	29%	13%
T1 Ocena jakości prezentacji stoisk w metodzie 3D	1%	12%	31%	33%	23%
T2 Ocena jakości prezentacji stoisk w metodzie 3D	2%	7%	26%	34%	31%
T3 Ocena jakości prezentacji stoisk w metodzie 3D	3%	16%	28%	32%	21%

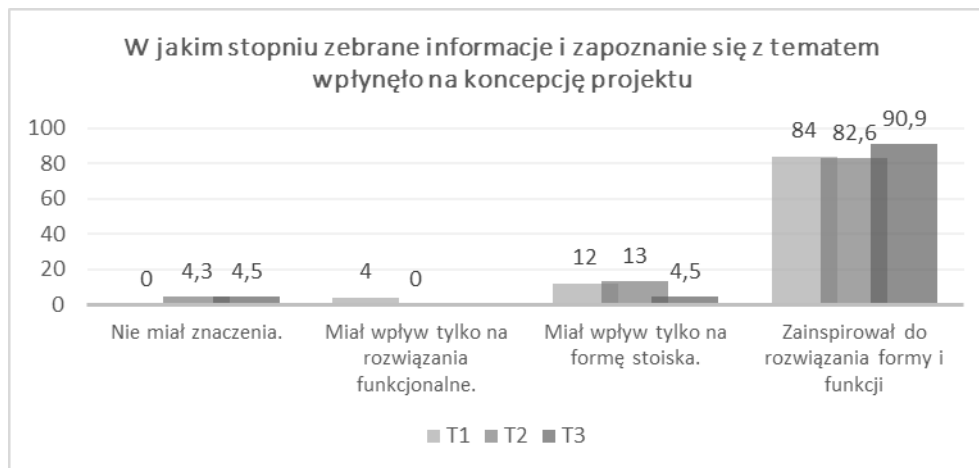
Trzecim etapem badań było przeprowadzenie dobrowolnej anonimowej ankiety wśród studentów w celu zbadania ich opinii o znajomości tematu i efektu, jakim była praca nad jego opracowaniem. Miało to na celu odpowiedź na pytanie, czy zbierane informacje wpłynęły w ich opinii na efekty pracy i jakiego aspektu to dotyczyło. W ankiecie zadano sześć pytań, a studenci wybierali do każdego pytania jedną odpowiedź. W ankiecie wzięło udział 70 studentów z dwóch roczników: z 2020/2021 38 studentów, a z 2021/22 32 studentów. Swoje odpowiedzi uczestnicy mogli uzupełnić w uwagach na końcu ankiety. W pierwszym pytaniu studenci deklarowali, do jakiej grupy tematycznej należał ich projekt, z wyników ankiety wynika, że temat pierwszy realizowało 36% respondentów, z grupy drugiej 33%, a z grupy trzeciej 31%. Reprezentacja studentów w tym badaniu jest prawie identyczna jak w badaniu eksperckim prac studentów tych roczników. Wyniki odpowiedzi studentów przedstawione zostały na rys. 1-5.



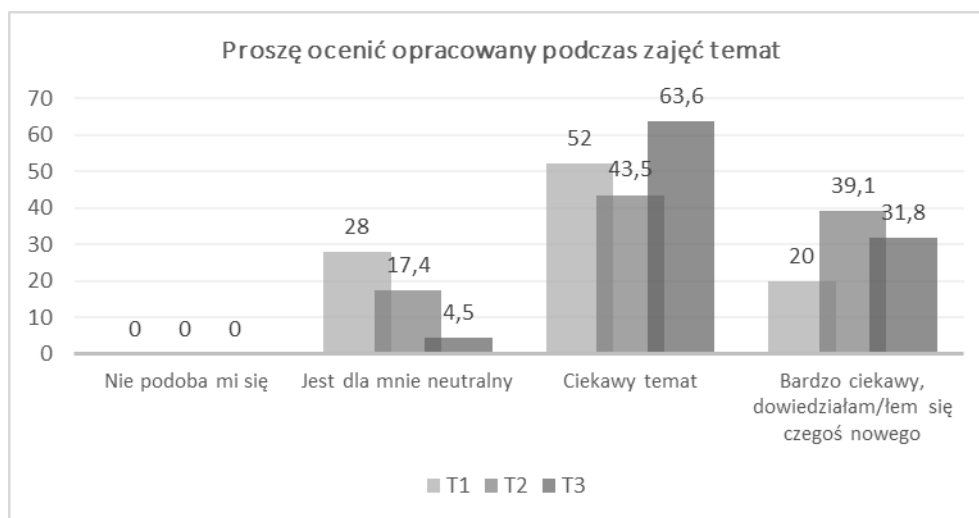
Rys. 1. Wyniki badania trzeciego dla pytania drugiego



Rys. 2. Wyniki badania trzeciego dla pytania trzeciego

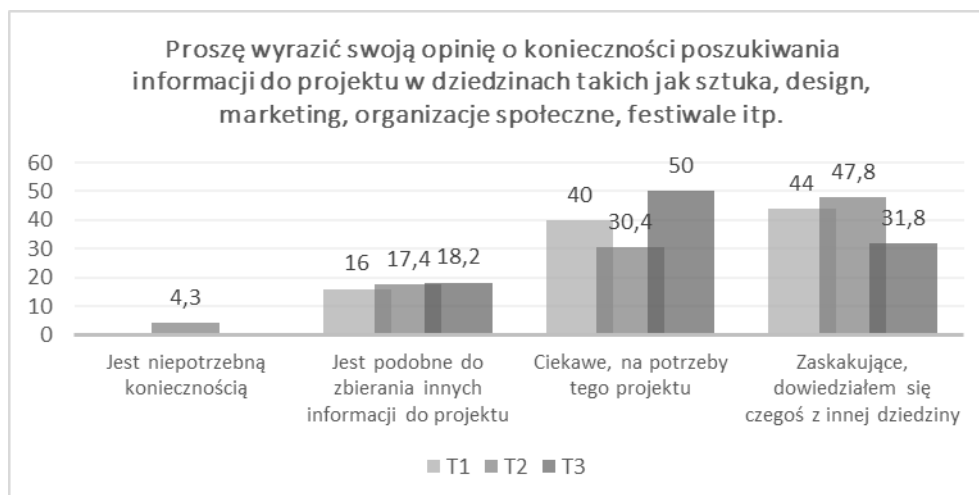


Rys. 3. Wyniki badania trzeciego dla pytania czwartego



Rys. 4. Wyniki badania trzeciego dla pytania piątego

Wyniki ankiety wskazują, że tylko pojedyncze osoby uważały, że nie jest konieczne zbieranie informacji do projektu; większość deklarowała znajomość tematu, ale uznała za konieczne uzupełnienie wiadomości. Wśród studentów realizujących temat trzeci pojawiła się deklaracja o nieznanym temacie. Zdecydowana większość respondentów uznała, iż zebrane informacje wpłynęły na koncepcję projektowanej przestrzeni i dotyczyło to funkcji i formy. Pomimo zróżnicowania



Rys. 5. Wyniki badania trzeciego dla pytania szóstego

tematów oraz „losowego” wyboru duża liczba badanych uznała tematy za ciekawe, a ponad 39% realizujących temat z grupy drugiej wybrało odpowiedź „Bardzo ciekawy, dowiedziałam/łem się czegoś nowego”. Odpowiedzi dotyczące konieczności przeprowadzenia badań i poszukiwań informacji z innych dziedzin niezwiązanych bezpośrednio z projektowaniem wskazują, że 80% studentów uczestniczących w ankiecie wyraziło swoją aprobatę dla tego procesu. Spośród nich około połowa uznała to jako „Zaskakujące, dowiedziałem się czegoś z innej dziedziny”.

3. WNIOSKI

Przeprowadzone badanie w sposób naukowy pozwoliło zweryfikować skuteczność sposobu doboru tematów na przedmiocie wystawiennictwo. W badaniu odwołano się do oceny grupy eksperckiej i opinii studentów. Badania dają podstawę do uznania, że bardzo zróżnicowane tematy nie wpływają na osiągnięcie efektów dydaktycznych. Za prawdziwą można uznać tezę, że ćwiczenie to pozwala na włączenie zagadnień spoza dziedzin projektowych i technicznych do procesu projektowego. Badania wskazały, że znacząca część studentów zauważa aspekt poznawczy prowadzonych poszukiwań analitycznych.

Średnie wyniki badania eksperckiego dla kryterium oceny koncepcji w etapie pierwszym i drugim nie pokrywają się pod względem wyróżnienia wiodącej grupy tematycznej. Przeanalizowane maksima w osiągnięciach indywidualnych też się różnią dla poszczególnych badań. Zestawione wyniki w poszczególnych kryteriach

i badaniach nie wskazują bardzo radykalnych dysproporcji w ocenach, poza wyraźnie niższą oceną odwagi projektowej w poszukiwaniu ponadstandardowych rozwiązań dla grupy trzeciej w badaniu drugim. Wyniki oceny prac nie wskazują na to, że grupy tematyczne mają wpływ na osiągnięcia projektowe i nie potwierdza to postawionej tezy o wpływie wylosowanego tematu na efekt końcowy. Pojawiają się różnice w badaniu opinii studenckich, ale wszystkie tematy są wysoko reprezentowane w dwóch pozytywnych opisach satysfakcji („Ciekawy temat”, „Bardzo ciekawy, dowiedziałam/łem się czegoś nowego”, „Ciekawe, na potrzeby tego projektu”, „Zaskakujące, dowiedziałem się czegoś z innej dziedziny”). Potwierdza to wniosek, że niezależnie od charakterystyki grupy, do jakiej należały tematy, ćwiczenie może być satysfakcjonującym doświadczeniem dla studentów.

LITERATURA

- Bertron A., Schwarz U., Frey C., 2013, *Projektfeld Ausstellung. Eine Typologie für Ausstellungstaler, Architekten und Museologen /Project scope: Exhibition design. A Typology for Architects, Designer and Museum Professional*, Birkhäuser, Basel.
- Curedale R., 2013, *50 Selected Design Methods: To transform your design*, Design Community College Inc, Topanga.
- Ingle B., 2015, *Design Thinking dla przedsiębiorców i małych firm. Potęga myślenia projektowego w codziennej pracy*, Helion, Gliwice.
- Kossmann H., de Jong M., 2010, *Engaging Spaces Exhibition Design Explored*, Frame Publishers, Amsterdam.
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 18 lipca 2019 r. w sprawie standardów kształcenia architektonicznego, <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20190001359/O/D20191359.pdf> (dostęp: 10.10.2022).

INTERDISCIPLINARY ANALYSES OF THE EXHIBITION SUBJECT AS A FACTOR INFLUENCING THE EXHIBITION CONCEPT IN EXHIBITION EDUCATION

Summary

The exhibit or exhibition theme is the object of design in exhibitions, and its influence on design decisions is crucial—the way in which the exhibition space is shaped, the form and concept for guiding the viewer through the exhibition depends on it. This requires the designer to be familiar with the subject being presented, and for large overview exhibitions, such as historical ones, thorough analyses of the subject are necessary.

Classes in exhibition design have been taught at the Faculty of Architecture Poznań University of Technology since 2012. In this class, students design an exhibition and promotional space. The topic of the exhibition is drawn at the first class from among three

thematic groups. During the project work, an analysis of the physical and substantive characteristics of the object or issue on display is required. Compared to previous projects, students not only analyse the location and function, but also draw on knowledge from the fields of culture, history, or marketing. Students are completely free to interpret the content and space of the exhibition.

The study presented in this paper aims to answer the following question: does the thematic group influence the design outcomes achieved, creativity and innovation in the approach? At the same time, the achieved learning objectives for exhibition design are the same regardless of the topic and subject group. Student work reviewed by design professionals and a student survey was examined, with the aim of assessing students' baseline knowledge of the subject. The effect of the research is to verify the assumptions made that including an analysis of the subject of the exhibition in the design process, for example by referring to the humanities, influences the results achieved and opens up for interdisciplinary research.

Keywords: exposition, design effects, subject analysis

