

# ŠKOLA ZÁKLAD ŽIVOTA?

Ing. Jan Opitz

„Co vás v té škole učí?“ Přiznám se, že na málokterou ohranu větu jsem tak alergický. Vzpomeňme si, co jsme uměli my sami, když jsme byli čerství absolventi střední nebo vysoké školy. Buďme realisté, současnost je o poznání rozmanitější, nemilosrdnější a zejména rychlejší. Co od sebe mohou současní absolventi nebo ještě současní studenti na jedné a zaměstnavatelé, nebo dokonce rovnou klienti na straně druhé očekávat? A co také očekávat nemají, aby nebyli zklamáni? A mohou obě strany vzájemně ze spolupráce profitovat?

# ABSOLVENT OBORU DESIGN PŘICHÁZÍ

Po škole jsme toho o skutečném fungování tržního prostředí mnoho nevěděli. Chtělo to čas, a když už po nějaké době zkušenosti nasbíráme, nakonec zjišťujeme, že se de facto stále na každém projektu něco dalšího učíme. V tom může být jediná útěcha absolventa. Je zapotřebí stavět na několika pilířích a žádný z nich nepodceňovat. Prvním pilířem, a ne náhodou jej řadíme na první místo, jsou osobnostní složky designéra, myšlení, chování, citění a vystupování, řekněme krátce tzv. měkké dovednosti. Druhým pilířem jsou samozřejmě znalosti a vědomosti odborné, především z oblasti konstrukce, technologie, navrhování, a jiné související nebo navazující, včetně specializované počítačové gramotnosti. A ještě nejsme u konce, třetím pilířem je všeobecný přehled a orientace v praktickém (pracovním) životě. Jestliže jako absolvent cítím svůj potenciál ve všech těchto oblastech současně, mohu o něco klidněji uvažovat o budoucí kariéře designéra – „freelancera“, dnes užívaného a přejímaného termínu pro živnostníka ve smyslu „na volné noze“. Pokud v nějakém směru vynikám a v jiném výrazněji ztrácím, měl bych se zamyslet, jaké nejlepší místo v týmu mohu zaujmout. Viděl bych své místo ve funkci technika? Nebo jsem měl vždy nejlepší a neotřelé návrhy? Cítím se nejlépe jako komunikátor? ... A současně mi něco z uváděného tak trochu chybí a vidím, že něco postrádám? To nemusí být pro žádného začínajícího designéra prohra! Naopak, přiznat si svoje silné a slabé stránky mi pomůže s nimi pracovat, třeba tak, že se pokusím, navzdory všemu, je dále rozvíjet (a co všechno se dá vydrít!) nebo nalézt své místo v týmu! Kde leží míra zdravého sebevědomí, to je velmi subjektivní záležitost. Přeceňování, ale i podceňování jsou jistě na škodu, i když prvně jmenované s okamžitými důsledky (nezvládnutý projekt znamená finanční ztráty, ztrátu zákazníka i pověst firmy), druhé s dlouhodobými a neuvědomělymi dopady na potenciál našeho profesního růstu. A jak mám tedy v prvních letech postupovat, abych nedělal(a) příliš chyb? Dobrá i špatná (?) zpráva. Zaprvé, známe odpověď! Chce to od počátku vaši pozornost, potom pracovitost a důslednost, nakonec slušnost. Zadruhé, ani později to nejde jinak... a věřte, že slušnost se nakonec dlouhodobě v byznysu vyplácí, ačkoliv o tom mnohdy můžete zapochybovat. Jestliže nepatříte mezi setinu populace se zcela výjimečnými předpoklady pro podnikání, nezačínajte jako freelancer. Začněte raději ve zkušeném týmu. I špatná zkušenost vám dá něco dobrého, skoro vždycky. A nezapomeňme, kdykoliv můžete zvolit změnu a poohlídnout se po jiném místě.

# CO MOHOU OČEKÁVAT ZAMĚSTNAVATELÉ

„Zkušenost je dobrá škola, ale školné je příliš drahé,“ řekl Karel Čapek a zaměstnavatelé to vědí také. Jenže zkušených zaměstnanců na trhu ubývá, jejich získání je problematické stejně tak jako jejich udržení. Přestože přijetí absolventa s sebou přináší vklad nemalé energie a starosti „navíc“, mohou je už brzo vyvažovat pozitiva. Když na začátku výběrem (nejlépe doporučením) eliminujeme vyloženě špatnou volbu nastupujícího zaměstnance, může být pro nás takový absolvent dokonce inspirací pro inovaci v zaběhlých zvyklostech. Mladí přirozeně touží po experimentu. Nejen při práci s novými technologiemi pro potřeby navrhování, ale také v reklamě a propagaci. Přinášejí s sebou také vlastní vazby a profesní kontakty, které si vytvořili v době studia i mimo něj, z kterých může firma již v blízké budoucnosti profitovat. Jestliže absolvent spolupracuje se zkušenějším kolegou, mohou vytvořit velmi silný tandem, ve kterém se přelévá a aktivuje energie podobně jako u dvojhvězdného systému. A z vesmíru zpět na zem, k jinému příoměru s hvězdami, který nutnost doplňování týmu o mladé absolventy i jeho obměny obhájí. Je jím „BCG matice“, která se některým lépe vybaví z hodin marketingu a managementu, když vyjmenujeme její kvadranty: otazníky, hvězdy, dojně krávy a bídní psi. Když si za produkty zaměníme lidský kapitál (jakkoliv nám to může připadat vůči zaměstnancům nemístné přirovnání), vnáší tento systém uvažování a řízení zdrojů pro přijímání nových absolventů z hlediska zachování efektivitu firmy smysl, a dokonce nutnost. Obsahuje dokonce i odpovědi ke mzdové problematice, oceňování a celkové finanční náročnosti „otazníků“ – absolventů, snad budoucích „hvězd“ s dalším potenciálem, který začne v dalším stadiu finance vracet a tvořit tak krytí pro zapojení dalšího absolventa.

# NECHCI SLEVVU ZADARMO

Nežřídká vyhledávají práce studentů i sami klienti. Motivy jsou různé, ale poměrně často staví na předpokladu „velmi výhodného“ poměru cena – výkon. Výsledky potom mohou být rozpačité, neboť student většinou nemá

dostatečnou praktickou zkušenost a nedovede se pohybovat v technologicky a ekonomicky vymezených mantinelech reálných možností. Není to však jeho chyba, teprve se učí a ještě dlouho učit bude. Neefektivní výsledek není ani konkurenceschopný ve srovnání se zadáním projektu zavedené firmě. Jinou stránkou je naopak podpora zadavatelů směrem k soutěžícím studentům, kde se sází především na kreativitu nsvázanou konvencemi. Studenti získají dobrou zkušenost blížící se praxi z komerční sféry, zadavatel nejen zpestření svého PR (public relations – vztahů s veřejností), ale možná také zajímavý ideový návrh, který může být skutečně realizován, především však „dotážen“ odborníky. Představa vyhledání studenta interiérového designu pro návrh vlastního bydlení nebo interiéru firmy, který je snad ještě prezentován jako „jedinečná příležitost se něco naučit“ za „nějaké všimné“, a nejlépe zadarmo, je zcela scestná. Návrh tak funkčně provázaného systému, s tak zásadním dopadem na lidskou psychiku a tím i domácí pohodu nebo pracovní výkony, jakým je interiér, není vhodným startovacím ani testovacím projektem, má-li se skutečně realizovat.

## NA JAKOU ŠKOLU MÁM JÍT?

Výběr školy se zaměřením na design, zvláště design interiérů, je pestrý. Pestrá je ale také kvalita těchto škol, ať už uvažujeme školu střední, či vysokou. Jedním z důvodů je, že uměleckých škol je nezdravě mnoho! Netýká se to snad jen základních uměleckých škol (dříve „lidovek“), kde se v Evropě s počtem kolem pěti set řadíme na přední příčky. Rozvíjení kreativity dětí (nejen výtvarných, ale také hudebních oborů) je nezpochybnitelně velkým přínosem v rozvoji jejich osobnosti. Ale proč máme tolik středních a dnes již také vysokých (i vyšších odborných) škol, které nabízejí studium designu? Design, či přesněji řečeno mnohdy jen styling, je marketingovým nástrojem a všude kolem nás pozorujeme jeho sílící vliv. Právě zviditelnění designu nahrává představě úžasné příležitosti prosadit se. Současně s tímto trendem se potkává i početně populační propad potenciálních studentů a snaha škol udržet se při životě. A především, tolik designérů je v naší zemi logicky neuplatnitelných, tedy jestliže se chtějí věnovat právě a jenom designu – navrhování (mimořádně, jinak je to také mrhání státními prostředky). Vedle škol, kde byl design tradičním oborem a mohl stavět na propracovaném modelu vzdělávání i odborného zajištění profesionály, se zde přibližně během jedné dekády objevila spousta „příživníků“ parazitujících na přitažlivosti slova design. Je zřejmé, že obsahové, personální i materiální zajištění těchto škol má velký vliv na kvalitu absolventů. Nezbyvá tedy, než si kvalitu škol a zejména dosahované výsledky jejich studentů a další aktivity důsledně prověřit a poté porovnat. Vyplatí se to, střední nebo vysokou školu studujeme jen jednou a výrazně nás profiluje.

## ŠANCE PRO „GENERACI Z“ V JEJÍ VLASTNÍ BUDOUCNOSTI

Závěrem bych si dovilil uvést jednu citaci Marka Twaina, která se na první pohled staví k tomuto textu spíše protikladně. Skrývá však v sobě vedle ironie i realitu prozření skutečné praxe, a dokonce i současný pohled na hodnoty: „Nikdy jsem nedopustil, aby škola stála v cestě mému vzdělání.“ Ano, ale škola není hrou, jak by ji jistě mnozí z takzvané generace Z (narození mezi lety 1995–2010) rádi viděli, je jen základem. A svět není a nefunguje na bázi „easy a friendly“, jak se nám snaží vnútit reklamy. To si musí uvědomit každý student, který se chce seriózně věnovat nejen našemu oboru. Zaměstnavatelé by zase měli mít na paměti, že jednou mohou být i znalosti a zkušenosti jejich zaměstnanců neefektivní, když budou příliš spoléhat na „zajeté koleje“. Připusťme, že právě tito absolventi budou adaptovat dnešní podobu firem pro budoucí svět, kde bude bezpochyby existovat profese interiérového designéra (snad bude její význam posilovat tím správným směrem), ale v rychle se měnícím prostředí bude fungovat zase trochu jinak. Proto vnímejme změny, které se také našeho oboru dotýkají, již dnes, jestliže chceme, aby naše firma prosperovala i v blízké budoucnosti. Mějme věkově vyvážený tým, kde dostanou šanci také absolventi. Mnoho věcí ještě neumějí a dlouho umět nebudou, ale mohou vidět a vnímat takové souvislosti, které by nám časem přirozeně unikaly. Absolvent je se svými (také nemateriálními) náklady „investicí“, ale také budoucností.