

Produktionsskolelæreren

I 2011-12 bragte PSFs nyhedsbrev en række portrætter af produktionsskolelærere og deres værksteder, som vi nu vælger at genudgive.

Lærerne fortæller bl.a. om den måde, de opbygger deres værksteder på, om 'gode produktioner', og om, hvordan de bruger deres personlige erfaringer i arbejdet med de unge.

På trods af at faktuelle ting kan have ændret sig undervejs er disse refleksioner lige aktuelle for den, der vil have indsigt i produktionsskolernes særlige læringsform.

Flemming Persson

Grafisk Design på Medieskolen i Lyngby



Flemming er selvlært grafiker og har været ansat siden Medieskolens start i 1990. Medieskolen er en af de produktionsskoler, der begyndte som ungdomsskole, og faktisk var Flemming ansat allerede på ungdomsskolen, hvor han underviste i musik og organiserede forskellige former for lejrture. Da han herudover havde et lille reklamebureau, begyndte han på et tidspunkt også at lave ungdomsskolens brochurer, der blev trykt på skolens eget lille trykkeri.

Det var det sidste, der lagde grunden til hans opbygning af Grafisk design, da man overgik til at være produktionsskole. Flemming har således både gjort udviklingen med fra ungdomsskole til produktionsskole, og været med i den enorme udvikling, medieområdet har gennemløbet i den samme periode. Fra analogt til elektronisk arbejde, fra pc til Mac og fra en enkelt computer

til en arbejdsstation til hver elev, for bare at nævne nogle elementer.

Produktionen i værkstedet: Fællesskab og individualitet.

Grafisk Design på Medieskolen har en varieret produktion: bøger, plakater, pjecer, flyers, logoer, billeder til T-shirts og endog enkelte eksempler på emballage. Lige nu er der gang i et bogprojekt og et par stykker sidder og arbejder på en plakat for den lokale handelsstandsforening, der fylder 125 år, fortæller Flemming.

At arbejde med en grafisk opgave er i langt højere grad en individuel proces end f.eks. det at lave en film, hvor medlemmerne af produktionsteamet har forskellige opgaver, der alle er vigtige for det færdige resultat. Som Flemming udtrykker det: 'Der er grænser for, hvor mange hænder, der kan være på en mus!' Men selvom grafiske designere arbejder alene meget af tiden, så begynder en typisk produktion i værkstedsfællesskabet, hvor Flemming bevidst trækker på hele holdets kreativitet.

Alle er nemlig med til det første møde med kunden, hvor han eller hun fremlægger sine ønsker og forestillinger – f.eks. mht. en plakat eller et logo. Derefter går alle i gang med at skitsere forskellige forslag. Undervejs i processen præsenterer man sine forslag for hinanden og giver konstruktiv og kærlig kritik. Det hjælper til at kvalificere forslagene, inden kunden får dem til gennemsyn. Typisk finder kunden et par af forslagene særligt interessante. De elever, der har lavet dem, arbejder videre på forslagene, samtidig med at de er i løbende kontakt med kunden. Flemming understreger, at den direkte kontakt med kunden er vigtig. Den betyder nødvendighed, og den får det bedste frem i de unge.

Der er altså hver gang tale om et udskillelsesløb, der kan være barsk, men også er realistisk. De unge er selvfølgelig optagede af 'hvem der vandt', og indimellem kan en blive skuffet. Her er

det vigtigt at vende sagen på hovedet, og forklare, at alle har været med til at kvalificere kundens valg og dermed finde den bedste løsning, mener Flemming.

Fællesskab og forstyrrelse

Men selvom, der langt hen ad vejen bliver arbejdet individuelt eller to og to, så eksisterer der alligevel et arbejdsfællesskab på værkstedet. Det ligger blandt andet i luften, når der er en god arbejdsstemning. Det er vigtigt for Flemming, at de unge lærer selv at søge information. Det kan være på nettet eller det kan være hos eller sammen med kammeraterne. Det er der langt mere læring i, end når læreren fortæller, hvordan tingene skal gøres. Og faktisk er der også en god basis for at bruge hinanden. For de unge er på vidt forskellige faglige stadier, nogle har gået på grundforløbet på teknisk skoles Mediegrafiker, nogle har arbejdet med Photoshop i 4-5 år, og nogle ved ikke, hvordan man tænder en Mac! Alt i alt er der en stor kollektiv viden tilstede.

Men ind imellem kan der også gå for meget hygge i den, og så bliver fællesskabet forstyrrende. Der skal være en god stemning, ellers er der ingen, der trives og arbejdsglæden forsvinder. Men når man arbejder med deadlines, så går den ikke, at sige: 'det orker jeg ikke lige nu'! Hvis man vil have seriøse opgaver på værkstedet, så skal man også levere et stykke seriøst arbejde.

De fælles produktioner

Værkstedet har dog også fælles produktioner. En årlig tilbagevendende sådan, er bladet 'Bazooka', der er et fælles projekt for tre af skolens værksteder, grafikerne, journalisterne og fotograferne. Som med kundeopgaverne begynder processen meget åbent: Hvad skal temaet være? Hvilke historier/artikler skal der skrives? Hvilke billedtemaer skal der være? Efterhånden besluttet det, hvilke artikler der skal skrives, hvilke billeder, der skal tages, og hvordan den grafiske layout skal være. Og her kan man

godt gå på tværs af faggrænserne. Det færdige resultat fungerer som skolens flagskib og er en god reklame i ungdomsmiljøerne.

Netop at arbejde på tværs af værkstederne er man god til på skolen. Grafisk design laver f.eks. plakater, covers og inlaycards i forbindelse med opgaver som DVD produktioner på Film- og Producerværkstederne (og her har Fotoværkstedet ofte leveret billedmaterialet). Webværkstedet og Fotoværkstedet skal nogle gange have deres billeder og grafik omsat til trykfiler, det klarer Grafisk design for dem. Større logo- og plakatopgaver deles ofte med "webberne" for at få flere kreative forslag på banen. Som Flemming siger: '36 kreative hjerner yder mere end 12!'.

Indimellem kommer der også enkeltstående store opgaver, der kræver, at flere er med i hele forløbet. F.eks. lavede værkstedet en jubilæumsbog for et lokalt historisk selskab. Flemming lavede en fælles layoutskabelon til de 25 kapitler. Og herefter gik eleverne i gang med et kapitel hver. Alle var ikke lige hurtige, så nogle nåede et kapitel, andre adskillige, men det fine var, at hele holdet arbejdede sammen mod et fælles mål.



Den gode produktion – at skabe værdi

På spørgsmålet, hvad der er en god produktion, griner Flemming lidt, og siger, at han i al fald ved, hvad der ikke er en god produktion! Når en kunde

ringer og siger, at han har *den helt rigtige opgave* til værkstedet, så ringer alle alarmklokker! Så er det højst sandsynligt en kunde, der hverken har penge eller respekt for de unge og deres arbejde. Så handler det bare om, at få afsluttet samtalen.

Det betyder ikke, at værkstedet aldrig tager en opgave, der ikke er penge i. Men det betyder, at der skal være en værdi i arbejdet! Det kan være i form af penge (og det er jo altid dejligt, at kunne udskrive en regning). Det kan være i form af et godt læringspotentiale; grafiske aspekter, samspil med kunden, kreativ frihed, eller det modsatte; en stram opgave, der kræver koncentration. Det kan være i form af, at nogen bliver rigtig glad for produktet, som f.eks. et lokalt pige-kor, der fik lavet T-shirts med logoer på. Eller det kan være i form af, at produktet tjener et sympatisk formål, som f.eks. en plakat, værkstedet for nylig har lavet for en film om indiske gadebørn.



På Grafisk design findes der ingen produktioner uden en eller anden form for værdi, og den er de unge i høj grad med til at skabe. Flemming siger afsluttende: 'Jeg er imponeret over, hvor kreative de unge er, selvom de oftest kommer direkte ind fra gaden uden forkundskaber. Alligevel leverer de ofte fremragende og spændende grafiske løsninger på de stillede opgaver.'

Flemming Persson er stadig lærer på Grafisk Design på Medieskolen