

Otvorena pitanja valorizacije dizajna

Uvod

Valorizacija dizajna, odnosno onog segmenta kulturne proizvodnje koji se standardno i tehnički u hrvatskom jeziku naziva dizajn (a pri čemu se uglavnom podrazumijeva projektiranje/oblikovanje predmeta za masovnu proizvodnju) još uvijek u sebi nosi niz otvorenih pitanja. Ta se pitanja tiču oba standardna područja djelovanja prakse dizajna, kako trodimenzionalnih funkcionalnih predmeta, tako i dvo- i trodimenzionalnih predmeta koje se obično svrstava u područje vizualnih komunikacija. Na sljedećim ćemo stranicama pokušati pokazati koja su to pitanja, nadalje istaknuti referentnu literaturu i naposljetku predložiti moguću metodiku pristupa cjelovitom valoriziranju dizajna, sve u svrhu otvaranja dijaloga na temu znanstvenog pristupa historizaciji i valorizaciji dizajna, kako u globalnom, tako i u lokalnom kontekstu.

Prije svega, valja napomenuti kako je danas pojam dizajn prilično širok u svom značenjskom obuhvatu, pa se tako odnosi na sam kreativni proces, na segment kulturne proizvodnje koji taj proces uključuje i na pojedinačna ostvarenja tog procesa. Kada danas govorimo o dizajnu, ne označavamo samo pojedinačne predmete, nego i cijeli niz pojava i fenomena koje su vrlo dobro obuhvaćeni u uvodu knjige »*Twentieth Century Design*«¹ Jonathana M. Woodhama. Kaže autor: »Promjene središta kojima teže dizajnerske aktivnosti, različite nacionalne perspektive u razvoju, imperijalni trgovački mehanizmi i njihovo naslijeđe, operacije multinacionalnih kompanija i stvaranje globalnih proizvoda, sve to stvara potencijalno uporište na osnovu kojega dizajn može biti historijski valoriziran.«¹ Dobar prilog sagledavanju osnovnih datosti suvremenog dizajna daje i Bernd Meurer u svom kritičkom sagledavanju naslijeđa Ulmske škole. On popisuje glavne teme debate o dizajnu u vremenu nakon zatvaranja škole 1968. godine kao što su »kritika estetike proizvoda, kritika funkcionalizma, diskurs o modernitetu, pitanje ekologije i, na kraju, ali ne i najmanje važno, cijeli raspon problema koji proističu iz radikalnih industrijskih, tehničkih i socio-kulturnih promjena koje je izazvao mikročip.«²

Dakako, nisu to svi aktualni aspekti dizajna kao kulturnog fenomena, no ova se zapažanja svakako mogu uzeti kao dobra polazna osnova za pristup otvorenim pitanjima valorizacije dizajna.

Woodham u svom prilično iscrpnom pregledu povijesti dizajna dvadesetog stoljeća zastupa široki pristup, karakterističan upravo za suvremeno vrijeme u kojem pojam dizajn obuhvaća široko značenjsko polje. On će i sam u uvodu reći kako je većina pokušaja historizacije dizajna otvarala i raspravu o prikladnim metodama i pristupima, a u zaključku knjige naznačuje vrlo vrijedan i poticajan popis literature uz komentare.³ Drugim riječima, pitanja valorizacije, prema njemu, proističu iz problema historizacije, odnosno iz teorijskog bavljenja povijesnim aspektima dizajna. Utoliko bi se okvirno moglo odrediti područje valorizacije dizajna kao historiografsko i aksiološko, kako bi se pomoću tog određenja lakše definiralo koja su to otvorena pitanja.

Jasno, sagledavanje svakog povijesnog fenomena (pa onda i njegovo valoriziranje) događa se iz perspektive konteksta suvremenosti onoga tko sagledava, historizira i valorizira. Kako je predmet interesa disciplina koja omogućava (kreativno) stvaranje objekata/proizvoda, to se čini vrlo prihvatljivim ukazati na ideju »kulturalnog sustava«, kako ju elaborira Baudrillard.⁴ Riječ je o teorijskoj koncepciji specifičnog mehanizma značenja koje Baudrillard vidi kao važne za stvaranje i javni plasman/prodaju objekata u suvremenoj kulturi. Kako su ti objekti posljedice procesa dizajnerskih operacija, to se koncepcija »kulturalnog sustava«⁴ čini prikladnom za definiranje suvremene perspektive u historizaciji i valorizaciji dizajna. Aspekt kojim ćemo se baviti u cijelom tekstu jest pitanje koliko historiografsko bavljenje dizajnom doprinosi tom kulturalnom sustavu?

Pitanje prvo: definiranje suvremene perspektive

Kako bi se čim preciznije moglo pristupiti historizaciji i valorizaciji dizajna, potrebno je naznačiti barem osnovne karakteristike dizajna u suvremenom trenutku. Dizajn je danas aktualiziran u gotovo svim aspektima društvenih djelovanja — ekonomskom, gospodarskom, političkom, socijalnom, kulturnom, psihološkom, znanstvenom i filozofskom. Dizajn je postao činjenica prisutna u vrlo različitim oblicima društvenih zajednica, s vrlo različitim povijesnim naslijeđima, a afirmirao se i kao prvorazredni ekonomski čimbenik te, shodno tome, i kao značajno područje edukacije. O tome mogu posvjedočiti brojni izvori iz iznimno obimne literatu-

re o dizajnu, kako znanstvene, tako i popularne. Ovdje ćemo se poslužiti samo nekim karakterističnim primjerima iz dviju suvremenih društvenih zajednica — jedne, Velike Britanije, u kojoj dizajn kao samostalna profesija povijesno i nastaje te druge, Kine, u kojoj dizajn to upravo postaje. Prema podacima Design Councila u publikaciji »Design in Britain 2001/2002« tijekom 2001. godine u Velikoj Britaniji je ukupno na dizajn potrošeno 26,7 milijardi funti, od čega najviše u financijskom, komunikacijskom i tržišnom sektoru. Uz to, naj snažnije komercijalne tvrtke u Velikoj Britaniji rangiraju dizajn vrlo visoko na ljestvici ključnih čimbenika poslovnog uspjeha, dajući mu ukupno vrednovanje 6,6 na ljestvici od 1 do 10. Značajnim se iz obilja zanimljivih činjenica u tom izvješću čini još napomenuti kako preko 65 posto britanskih tvrtki drži dizajn »kreativnim procesom koji omogućuje materijalizaciju ideja i razvoj novih proizvoda«, a, dakako, kao najznačajniji »benefit« dizajna u businessu čak 51 posto tvrtki navodi »povećanje prometa«. Naposljetku, još jedan zanimljiv podatak — najveći vanjski prihod za britansku nacionalnu dizajnersku industriju dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država — čak 14,3 posto od ukupnoga.⁵ Pritom Allan Livingston procjenjuje ukupni broj tvrtki koje se u Velikoj Britaniji bave isključivo dizajnom na oko 4000.⁶

U Kini, zemlji koja trenutno prolazi kroz period izrazito dinamične socijalne i ekonomske promjene, činjenice također govore kako je dizajn sve značajniji društveni fenomen. Osamdesetih godina u Kini je bilo manje od petnaest visokih škola za dizajn, devedesetih ih je već više od pedeset, a danas već više od četiri stotine. Tvrtki za dizajn u Kini je osamdesetih bilo manje od pet, devedesetih oko dvadeset, a danas ih je već preko stotinu.⁷

Suvremeni dizajn je, sudeći prema tim podacima, doista postao globalni fenomen koji se razvija bez obzira na lokalne specifičnosti tradicije i ekonomije, o čemu dobro svjedoči i struktura edukacije za dizajn koja je vrlo slična čak i u kulturno, ekonomski i tradicijski vrlo različitim zemljama. Na seminaru Design Education, održanom u Londonu 17.-22. ožujka 2002., predstavljeni su edukacijski programi visokih škola za dizajn iz Čilea, Latvije, Estonije, Indije, Kine, Libanona, Barbadosa, Portugala, da navedemo samo neke karakteristične primjere. Duljina edukacije, zastupljeni predmeti, strukturalni odnos pojedinih predmeta u ukupnoj shemi nastave, odnos praktične i teorijske nastave kao, i mogućnosti poslijediplomskog usavršavanja, uglavnom su u svim tim zemljama — jednaki.

Pokuša li se, dakle, odrediti suvremenu perspektivu historizacije i valorizacije dizajna, nužno se mora zahvatiti u taj fenomen svojevrsne »globalizacije« dizajna kao profesije. Pitanje određenja suvremene perspektive za historizaciju i valorizaciju dizajna kreće od aktualne difuzije profesionalnih i edukacijskih aspekata dizajna u globalnoj razmjeni tehnologija i rada, pa se čini da svaki pokušaj valorizacije dizajna, bilo u historiografskom smislu, ili pak u smislu kritičkog promišljanja aktualnog stanja, koji tu činjenicu ne bi uzeo u obzir, vrlo lako može ostati ograničen samo na pitanja estetike.

Takvo svojevrsno »estetiziranje« valorizacije dizajna, odnosno sagledavanje svih aspekata dizajna kao društvenog fenomena kroz ravan simbolizacije, ima svoju povijest, pa čak i recentnu aktualnost, poglavito kroz osamdesetih godina vrlo naglašenu kritiku modernističke teorije, ideju »drugog moderniteta« i različite, tada aktualne, pokušaje promišljanja dizajna u uvjetima kulture »postindustrijskog društva«.⁸

Valja napomenuti, dakako, da je unatoč potencijalnim, pa i dokazanim ograničenjima takvog pristupa, možda upravo kroz popularnu aktualizaciju dizajna tijekom osamdesetih godina, sam pojam proširio značenjsko polje, pa se time i doprinijelo dodatnoj afirmaciji profesionalnog statusa u suvremenim kulturnim uvjetima. Kao jedan drukčiji, više dijalektički, pristup historizaciji dizajna iz suvremene perspektive, može se ovdje naznačiti projekt »Industrijski dizajn — refleksija stoljeća«, izložba održana u pariškom Grand Palaisu i popraćena iscrpnom monografijom koju je uredio Jocelyn de Noblet. Monografija je uz vrlo detaljnu činjeničnu impostaciju ponudila i različite autorske, znanstvene te kritičke perspektive historizacije dizajna, dajući solidnu osnovu za daljnja istraživanja, pa time i otvarajući prostor za onako široku definiciju suvremene perspektive kakvu nudi Woodham.

Pitanje drugo: Povijesna utemeljenost

Valja ovdje napomenuti kako je takva suvremena situacija, odnosno suvremena perspektiva za historizaciju i valorizaciju dizajna u dobroj mjeri definirana upravo i povjesničarskim priložima historizaciji dizajna u cjelini ili pak pojedinih segmenata te povijesti, upravo u onoj mjeri u kojoj to primjećuje i Woodham.⁹ Objavljene povijesne studije, teorijsko-kritičke rasprave, znanstvena i stručna periodika, postale su tijekom dvadesetog stoljeća zasebno područje humanističkih znanosti, kako povijesti i povijesti umjetnosti, tako i antropologije, kulturalnih studija, sociologije, pa čak i filozofije.

Utoliko bi se danas moglo zaključiti kako je povijesna utemeljenost dizajna stvarana kroz njegovo povjesničarsko utemeljenje, odnosno upravo kroz historiziranje i valorizaciju, tako da je danas možda već došlo vrijeme za određena historiografska sagledavanja historizacije, pa i valorizacije dizajna, dakle — za jednu moguću povijest povijesti dizajna, kako na razini sagledavanja činjenica, tako i na razini pregleda teorijskih koncepcija o dizajnu.

Povijesni model za historiografske studije o dizajnu, pa i svojevrsni početak »povijesti povijesti dizajna« svakako predstavljaju dvije ključne studije: »Pioneers of Modern Design« Nikolausa Pevsnera iz 1936. i »Theory and Design in the First Machine Age« Reynera Banhama iz 1960. Pevsnerova je knjiga objavljena pod nazivom »Pioneers of Modern Movement«, da bi u kasnijim izdanjima istakla »design« kao temu. To u velikoj mjeri otkriva stvarno Pevsnerovo polje interesa, jer se on uglavnom bavi promocijom tada novog »pokreta« koji je već Hitchcock-Johnsonovom knjigom »In-

ternational Style« dobio određeni kulturni dignitet. No, Pevsner izvorišta legitimaciji tog novog fenomena traži u teorijskim idejama o umjetnosti, lijepom i uporabnim predmetima, od Williama Morrisa dalje. Tako dobrim dijelom ulazi i u područje historizacije pojma dizajn u suvremenom smislu.

Banham je pak više zainteresiran za teorijske aspekte arhitektonskog oblikovanja, pri čemu se dobrim dijelom upušta u vrlo sustavnu analizu ideja i koncepcija koje su formirale i praktična polazišta u edukaciji i profesionalnom djelovanju u sferi projektiranja predmeta za masovnu industrijsku proizvodnju, ponajprije kada je riječ o idejama iz manifesta talijanskih futurista, idejama poteklim iz kruga oko škole Bauhaus ili pak teorijskoj koncepciji stvaranja Le Corbusiera.

Obje knjige, dakle, iako ih se danas smatra nezaobilaznim školskim štivom u edukaciji u području povijesti i teorije dizajna, zapravo, ne polaze od samog dizajna u suvremenom smislu, jer to, naprosto, u vrijeme nastanka knjiga još nije bilo ni moguće, pogotovo u vrijeme nastanka Pevsnerove knjige. Banham se u svojim kritičkim esejima daleko više bavio onim što u suvremenom značenju jest dizajn, dok je značaj Pevsnerove knjige izniman u sagledavanju i povezivanju teorijskih rasprava oko karaktera proizvedenog objekta u kulturi, poglavito u krugu Deutsches Werkbunda, s razvojem idejne koncepcije modernističke arhitekture.

No, obje se knjige uglavnom bave kritičkim promišljanjem estetičke ili estetizirajuće funkcije dizajna, odnosno nastoje razlučiti u kolikoj je mjeri tko doprinio stvaranju korpusa modernističkog svjetonazora. Samim naglaskom na autorima, dakle strukturiranjem historiografske metode na procjeni osobnog doprinosa pojedinca ukupnoj slici kulture i Pevsner i Banham su, možda više no što su namjeravali, doprinijeli prijenosu tradicionalne metodike povijesti umjetnosti u područje povijesti moderne arhitekture, pa dijelom i dizajna, i to stoga jer su krenuli od pretpostavke da je objekt njihova interesa samostalno područje kulture, podložno modernističkoj ideji profesionalizacije i specijalizacije, pa kao takvo otvoreno za historizaciju i valorizaciju na osnovi pojedinačnih doprinosa.

Sasvim drukčije teorijsko, pa i historiografsko viđenje dizajna, nudi knjiga »Mechanization Takes Command« Siegfrieda Giediona, u kojoj je donesena iscrpna panorama zbivanja koja su, u osnovi, interesirala i Pevsnera i Banhama. No, Giedionovo viđenje i njegov, kako to sam kaže, »prilog anonimnoj povijesti«, nije zasnovan samo na povijesti antropološki ili gotovo etnografski sagledanih inovacija, patenata i materijalnih fenomena moderne civilizacije, nego i na autorskim priložima istoj.¹⁰ Giedionova »anonimna« povijest prije svega je (u to vrijeme) jedna još nenapisana povijest modernog života utemeljenog na »mehanizaciji«, odnosno kontinuiranom uvođenju industrijskih proizvoda u svakodnevni život, drugim riječima — onome što McLuhan zove »čovjekovi produžeci«. Bitna novost Giedionova pristupa je historizacija dizajna, prvenstveno u socijalnom kontekstu, a potom valorizacija s obzirom na učinak dizajna u tom kontekstu i tek naposljetku sagledavanje pojedinačnih »zasluga«. Utoliko se čini iz suvremene perspektive da Giedionove ideje još

uvijek imaju aktualnost za suvremenu interpretaciju, a već sada se može reći da je knjiga imala prijelomno značenje za osamostaljivanje dizajna kao zasebnog područja historizacije i valorizacije. Nimalo slučajno, najveći dio istraživanja za potrebe knjige obavljen je za Giedionova boravka u Sjedinjenim Američkim Državama, kao posljedica Giedionovog akademskog angažmana, ali i kao logičan slijed tamošnjeg prijeratnog procesa osamostaljenja dizajna u sferi industrijske proizvodnje.

Pitanje treće: Diferenciranje i obuhvat profesije

U periodu nakon Drugog svjetskog rata dizajn je postao samostalna profesija, iako valja napomenuti kako diferenciranje prema srodnim profesijama nije išlo lako i bez stalno otvorenih pitanja i diskusija o smislu tog procesa. Primjer nastanka, djelovanja i zatvaranja Visoke škole za oblikovanje u Ulmu vrlo dobro ilustrira pitanja postavljana dizajnu kao disciplini usko vezanoj uz masovnu proizvodnju, kao i većinu društvenih kontradikcija koje su vodeći teoretičari škole (prije svih Tomas Maldonado i Gui Bonsiepe) propitivali kroz teorijsko i edukacijsko djelovanje. Jasno, te su kontradikcije bile uglavnom izraz stanja u poslijeratnoj zapadnoeuropskoj kulturi, definiranoj mnogim neriješenim idejnim, ideološkim i socijalnim aspektima masovne industrijske proizvodnje.

O tome zorno svjedoči članak Berndta Meurera koji donosi i osnovni popis bibliografije za daljnja proučavanja povijesnog fenomena Ulmske škole,¹¹ a instruktivan popis literature historizacije Ulmske škole donosi i Woodham.¹²

Meurer tvrdi i potkrepljuje dokumentacijom iz vremena djelovanja škole, kako je osnovna namjera osnivača (prije svega Fundacije Scholl i Maxa Billa, a naknadno i već spomenutih vodećih teoretičara vezanih uz školu) bila pokrenuti i razvijati edukacijsku instituciju koja bi doprinijela »humanizaciji svakodnevnog života« u sferi »dizajna promatranog kao discipline koja može unaprijediti proces civilizacije«.¹³ Tijekom formiranja nastavnih programa iskristaliziralo se poimanje dizajna kao multidisciplinarnog procesa koji prije svega (a najviše vezama uz egzaktanu znanost) postavlja pitanja, a potom traži i najprikladnije odgovore. Sam je Maldonado najbolje definirao poziciju dizajnera: »koordinator, netko tko bi uspješno radio u suradnji s profesionalcima iz vrlo različitih polja«¹⁴ i time dao veliki prilog novoj koncepciji diferenciranja dizajna kao profesije. Pritom, važno je napomenuti, a prema jednom tekstu iz časopisa Ulm, da je kontekst kompetitivnosti kapitalističke ekonomije priznat kao kontekst djelovanja »ali uz odbijanje degradacije dizajna radi komercijalnog uspjeha«.¹⁵

Takva je teorijska pozicija naposljetku dovela do nesuglasica oko funkcioniranja škole u uvjetima koji su komercijalni uspjeh naglašavali kao mjerilo kvalitete, pa je škola u poznatim okolnostima i događajima prestala djelovati 1968. Ipak, koncepcija koju su teoretičari škole u više navrata iznosili na službenim forumima i pred strukovnim udrugama te na kon-

gresima dovela je do stvaranja i javne proklamacije definicije industrijskog dizajna na seminaru radne grupe udruženja ICSID (Međunarodni savjet udruženja za industrijski dizajn) u Brugesu 1964. godine. Ta definicija u cijelosti glasi: »Industrijski dizajn je stvaralačka aktivnost čiji je cilj određivanje formalnih kvaliteta industrijski proizvedenih predmeta. Te formalne kvalitete obuhvaćaju i vanjske karakteristike, ali prije svega one strukturalne i funkcionalne odnose koje sistem pretvaraju u koherentnu cjelinu, kako sa stanovišta proizvođača, tako i korisnika. Industrijski dizajn obuhvaća sve aspekte ljudske okoline koji su uvjetovani industrijskom proizvodnjom.«¹⁶

Riječ je o sustavnom pokušaju da se diferencira i odredi obuhvat dizajna kao profesije, ali ponajprije u smislu širokog zahvata u kulturni i ekonomski prostor, gotovo i u civilizacijsku domenu, onako kako ju poima Giedion. Izuzetno poticajnu analizu definicije i njenih dosega u realnim okolnostima daje knjiga Matka Meštrovića »Teorija dizajna i problemi okoline«¹⁷, čime je autor dao dostatno elemenata za diskusiju na temu pozicije dizajna u društvu masovne proizvodnje i tržišnog natjecanja te diferenciranja pozicije dizajna prema drugim srodnim disciplinama. Motreno iz današnje perspektive, moglo bi se reći kako su ta pitanja i dalje otvorena i kako ICSID-ova definicija industrijskog dizajna, prije svega naglaskom na »svim aspektima ljudske okoline«, danas ima jednaku aktualnost kao i u vrijeme javnog iznošenja. Kako su objekti koji se stvaraju u procesu masovne proizvodnje, bilo trodimenzionalni funkcionalni predmeti ili pak dvo- i trodimenzionalne vizualne komunikacije, posljedica procesa masovne proizvodnje i kako ti predmeti u velikoj, ako ne i najvećoj mjeri oblikuju materijalni i duhovni horizont ljudske okoline, može se pretpostaviti da će pitanja diferenciranja i obuhvata dizajna, onako kako su postavljena djelovanjem ulmske škole i definicijom industrijskog dizajna, biti i dalje aktualna.

Pitanje četvrto: dizajn kao kultura

Problematiku dizajna kao kulture postavio je vrlo sustavno Guy Julier u knjizi »The Culture of Design« opisujući detaljno činjenice iz povijesti osamostaljenja dizajna kao profesije u kapitalističkoj ekonomiji. Knjiga bi svakako zaslužila jedan detaljniji analitički komentar, o čemu na drugom mjestu, no ovdje se čini interesantnim navesti autorovu tvrdnju (a u poglavlju u kojem raščlanjuje strukturu i smisao djelovanja dizajna u fordističkoj i postfordističkoj ekonomiji) kako su »rastuća dominacija tržišnih marki — koje u sebi zahtijevaju amalgamaciju dizajna i marketinga — i globalizacija tržišta dovele do toga da je kultura dizajna privučena najbliže kulturi potrošnje.«¹⁸

Ta je tvrdnja osnova studiji koja nema historiografske pretenzije, već prije kulturološke aspiracije s ciljem opisivanja horizonta suvremenog funkcioniranja dizajna u uvjetima visoko komercijaliziranih aktivnosti industrije masovnih proizvoda. S obzirom na prije iznesene podatke o dizajnu u jednoj razvijenoj zemlji i jednoj zemlji u razvoju (dakako — ra-

zvoju prema matrici zapadnoeuropske materijalističke koncepcije društva), nije teško složiti se s Julierovom tvrdnjom.

S obzirom na socijalne pokrete i intelektualne trendove posljednjih godina, mahom asociiranih uz pojam »antiglobalizacija«, moguće je motriti i dizajn kao jedan od snažnih alata procesa poistovjećivanja kultura u globalnoj razmjeni tehnologija i rada, o čemu vrlo zorno, čak i s direktnom referencom na dizajn u amalgamu s marketingom, govore i neki od najmarkatnijih naslova »antiglobalizacijske« literature (posebno Naomi Klein, *No Logo*, Flamingo, 2000. i Rick Poyner, *Obey the Giant — Life in the Image World*, Birkhauser, 2001.)

Otvoreno je pitanje još uvijek koliko je pak historizacija dizajna, koja je po sebi značajan prilog općoj »kulturi dizajna«, dala doprinosa valorizaciji dizajna u takvim uvjetima kontroverzi vezanih uz budući razvoj materijalističke civilizacije zasnovane na potrošnji.

Naime, i od valorizacije ovisi i kakva će »kultura dizajna« biti i kako će djelovati na ljudsku okolinu, a to je jedno od glavnih pitanja koje se u antiglobalizacijskoj literaturi postavlja. Značajan prilog stvaranju »kulture dizajna« dala je osamdesetih godina knjiga »Objects of Desire — Design and Society 1750-1980« Adriana Fortya. Knjiga je posebno značajna jer stvara osnovu za kontekstualnu historizaciju dizajna, a na temelju Barthesove strukturalističke kritike »mitologija« suvremenih društvenih zajednica. Forty plasira tezu da je dizajn proces koji se ponajprije zbiva na općoj razini društva, a naposljetku i na razini materijalizacije pojedinačnog objekta-rezultata dizajnerskog procesa. Ti objekti materijaliziraju »mitove« (koji po sebi trebaju održati konzistenciju zajednice) u čvrste forme, pri čemu Forty čak identificira tri lingvistička modela te materijalizacije u procesu dizajna, što se u dobroj mjeri poklapa s Baudrillardovom koncepcijom »kulturalnog sustava«.¹⁹

Analiza najznačajnijih naslova objavljenih o povijesti dizajna tijekom posljednjih dvadesetak godina, u periodu koji Julier zahvaća u svojoj knjizi, zaslužila bi više prostora i posebnu studiju, no ovdje samo o karakterističnim primjerima, uz napomenu kako je literatura s ovog polja postala zasebno područje znanosti, popularnih antologija i kritičarske esejstike. Nabrojiti naslove objavljene tijekom posljednjih dvadesetak godina o dizajnu i materijalnoj kulturi bilo bi naprosto nemoguće jer je riječ o tisućama knjiga, s vrlo različitim pristupima. Iscrpne popise literature s ovog područja donose Julier, Forty i Woodham u citiranim knjigama. Kako se ovdje pokušavamo baviti isticanjem otvorenih pitanja u svrhu ispitivanja metode historizacije i valorizacije dizajna, to se kao sustavni i poticajni naslovi za daljnje razmišljanje pokazuju osobito oni iz popisa literature Woodhamove knjige, s popratnim komentarima. Tomu bi popisu svakako trebalo dodati i značajan članak njemačkog kulturalnog filozofa Norberta Bolza »Die Funktion des Designs«²⁰, u kojem govori o antropološkoj i sociološkoj potrebi apsorpcije nesigurnosti u društvu Zapada, gdje vidi značajnu ulogu dizajna. Takav pristup dizajnu mogao bi obilježiti godine koje slijede, budući da koncepcija amalgamacije marketinga i dizajna

pomalo gubi moć nošenja sa stvarnim potrebama i problemima korisnika.

I, naposljetku, dodatnu kvalitetu određivanju otvorenih pitanja dizajna kao kulture svakako može dati i zbirka eseja češkog filozofa Vilema Flussera »The Shape of Things. A Philosophy of Design« (London, Reaktion Books 1999.), autora koji je dizajnu pristupao s pozicije mišljenja donekle bliske načinu razmišljanja Norberta Bolza, uz nešto naglašeniji kritički prizvuk.

Pitanje peto: mogućnosti metode

Nakon iznošenja prethodnih otvorenih pitanja valorizacije dizajna, preostaje na kraju postaviti i još jedno značajno, ono o metodi. Kojom se metodom služiti i kakvu kritičku aparaturu graditi u pristupu dizajnu? Uz pretpostavku da istraživanje i publiciranje činjenica doprinosi javnoj svijesti o objektu istraživanja, može se utvrditi kako historizacija dizajna ima značajnu ulogu u na početku navedenoj koncepciji »kulturalnog sustava« unutar kojega masovno izrađeni predmeti nalaze korisnika ne samo svojom mehaničko-uporabnom svrhom, nego i simboličkim podsjećanjem na pramodel, na ideju projekta, kako ga naziva Baudrillard, odnosno na sam dizajn, kako bismo rekli preciznije u popularnom značenju pojma. Ideja Baudrillardova »kulturalnog sustava« zasnovana je na balansiranju socijalnih razlika nastalih na pojedinačnim potrebama posredovanja identiteta u zajednici, a nabavkom i korištenjem industrijski proizvedenih predmeta. Svijest o dizajnu u velikoj mjeri doprinosi funkcioniranju »kulturalnog sustava«, budući da pomaže izgraditi simbolički sloj materijalnih predmeta, jer »dizajn« danas postaje vrijednost po sebi, autorski potpis nosi određenu razinu vrijednosnih kvalifikativa i time zadovoljava određena očekivanja korisnika. No, je li to išta više od pomaganja komercijalnog aspekta materijalističke civilizacije? Kako je to dizajn od procesa postao proizvod?

To Baudrillardovo pitanje, kako smo naglasili, sustavno aktualizira Adrian Forty u knjizi koja je zorno pokazala u kojoj mjeri historizacija i valorizacija dizajna mogu biti poticajne za njegovo objektivnije sagledavanje kao profesionalnog procesa, kao povijesne činjenice i kao suvremenog fenomena. Forty uvelike otvara pitanja mogućnosti metode valorizacije dizajna, pri čemu se izrazito priklanja shvaćanju dizajna kao društvenog procesa, suprotno shvaćanju dizajna kao objekta/proizvoda.

Jedan od najcjelovitijih suvremenih pokušaja strukturiranja fenomena dizajna daje Gui Bonsiepe²¹ u svom otvaranju novih pristupa reinterpretaciji dizajna, a uz pomoć »sedam teza o dizajnu« koje ovdje donosimo u cijelosti:

1. Dizajn je domena koja se može manifestirati u bilo kojem polju ljudskog znanja i prakse;
2. Dizajn je orijentiran ka budućnosti;

3. Dizajn se odnosi prema inovaciji. Čin dizajna rađa nešto novo;
4. Dizajn aktivira tijelo i prostor, a posebno domenu retinalnog;
5. Dizajn smjera olakšavanju učinkovite akcije;
6. Dizajn je lingvistički smješten u polju procjene;
7. Dizajn se bavi interakcijom između korisnika i proizvoda — bio to predmet svakodnevne uporabe ili software. Domena dizajna je domena posrednika (»interface«).

Bonsiepeov pojam »posrednika« u originalu »interface«, iako izveden iz jezika programera softwarea, ima šire ambicije od označavanja domene proizvoda kompjutorske industrije. Riječ je o ključnom pojmu na kojem počiva sedam teza, a u smislu shvaćanja dizajna kao medijatora. Bonsiepe teorijski zasniva posljedicu dizajnerskog procesa, predmet, kao posrednik u vrlo složenom psiho-socijalnom i praktično-operativnom nizu postupaka odnošenja korisnika i predmeta samog. U suvremenom trenutku još neriješenih kontroverzi masovne proizvodnje predmeta (kontroverzi na koje ukazuju, kako teorija Ulmske škole, tako i defincija industrijskog dizajna ICSID-a; kako suvremena »kontekstualno« i socijalno orijentirana teorijska i povijesna literatura o dizajnu, tako i »antiglobalizacijska« literatura), širina pojma kao i zahvat sedam Bonsiepeovih teza o dizajnu ukazuju se poticajnom osnovom za uspostavljanje teorijske metode historizacije dizajna, a eventualno i za izgradnju kritičkog aparata u valorizaciji dizajna. Ili su, barem, solidna osnova za početak dijaloga o toj temi.

Ovako naznačena otvorena pitanja valorizacije dizajna tek su početak moguće rasprave o metodi, a kako je dizajn iznimno značajan čimbenik razvojnih procesa suvremenih društava i kako su ti procesi uvelike određeni mnogim otvorenim i neriješenim pitanjima od općeg humanističkog i užeg specijalističkog (ekonomskog, političkog, socijalnog, ekološkog, pravnog...) značenja, to se može pretpostaviti da bi takva rasprava mogla doprinijeti stvaranju cjelovite metode historiografske valorizacije dizajna.

No, kako je svaka historizacija iskustvo za budućnost, tako jedno od pitanja za daljnju diskusiju, a koje se provlači i kroz većinu ovdje citiranih suvremenih djela, jest treba li dizajn samo zadovoljavati potrebe »profitno« orijentirane industrije i tržišta ili, ipak, k tome doprinositi i stvaranju »neprofitne« kvalitete društvenih zajednica? Budućnost će, po svemu sudeći, dodatno aktualizirati to, a vjerojatno i druga pitanja koja se tiču dizajna, primjerice u područjima kao što su genetski modificirana hrana ili pak biotehnoška industrija, koja je upravo na svom početku. Kako ta područja donose značajne redefinicije humane kulture i njene dosadašnje povijesti, čini se korisnim razmišljati o navedenim i drugim otvorenim pitanjima valorizacije dizajna na osnovi teorijskog modela postavljenih Bonsiepeovih teza.

Bilješke

- 1
J. M. Woodham, *Twentieth-Century Design*. Oxford New York, Oxford University Press 1997., str. 7.
- 2
B. Meurer, *Modernity and the Ulm School*. u: *Industrial Design — reflection of a Century* (Jocelyn de Noblet ed.) Paris, Flammarion/APCI 1993., str. 234.
- 3
Woodham, nav. dj., str. 258. i dalje.
- 4
J. Baudrillard, *The system of objects*. u: *John Thackara (ed.) Design After Modernism*. London, Thames and Hudson 1998., str. 171-183.
- 5
Design in Britain, Design Council, London 2001., str. 3-11.
- 6
A. Livingston, *Design Education in the UK*. Izlaganje na Design Education seminaru (rukopis). London 17-22. ožujka 2002.
- 7
C. Jun, *Design in China — Report*. Izlaganje na Design Education seminaru (rukopis). London 17-22. ožujka 2002.
- 8
G. Julier, *The Culture Of Design*. London, Sage Publications, 2000., str. 41-44.
- 9
Woodham, nav. dj., str. 258-273.
- 10
S. Giedion, *Mechanization Takes Command*. Oxford New York, Oxford University Press 1948., str. 482. i dalje.
- 11
Meurer, nav. dj., str. 424.
- 12
Woodham, nav. dj., str. 269.
- 13
Meurer, nav. dj., str. 228.
- 14
Meurer, nav. dj., str. 232.
- 15
Meurer, nav. dj., str. 234.
- 16
M. Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*. Zagreb, Naprijed 1980., str. 131.
- 17
Meštrović, nav. dj., str. 116-124.
- 18
Julier, nav. dj., str. 27.
- 19
A. Forty, *Objects of Desire, Design and Society 1870-1980*. London, Thames and Hudson 1986., str. 9-13.
- 20
N. Bolz, *Die Funktion des Designs*. Designreport 4/01. Munchen 2001., str. 66-70.
- 21
G. Bonsiepe, *Design: from material to digital and back*. u: *Interface — An Approach to Design*, Maastricht, Jan van Eyck Akademie 1999., str. 34.

Summary

Feđa Vukić

How Should We Evaluate Design?

What is the role of an art historian and art history in evaluating design as a crucial phenomenon in contemporary culture? The aim of this article is to construct elements for a possible method of approach to design and its evaluation within Croatian culture. These elements are individual aspects of contemporary design, or the awareness of design, which should be taken into consideration in every reflection on design. They can be classified as following:

1. elements of functionality
 - a) functionality of use — purpose
 - b) symbolic functionality — aesthetics and communication
2. elements of projectivity
 - a) creative aspect — conceptual part
 - b) technical/technological aspect — ergonomics/engineering part
3. social elements
 - a) marketing — market as a social field
4. elements of historicalisation
 - a) awareness of the historical aspects of design.

Elements thus constructed can serve as a basis for creating a method of evaluation of design in the contemporary cultural circumstances. The author endorses a systematic approach to design, by means of an evaluation that takes into account all mentioned elements. On the basis of this approach, art historians and other humanist scholars can play an important role in the evaluation of design as a cultural phenomenon. The author concludes by analysing which of the mentioned elements could be of use to art historians in their evaluation of design, in order to establish a basis for the creation of a method of approach to design in art history.