

FEĐA VUKIĆ

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
ARHITEKTONSKI FAKULTET
STUDIJ DIZAJNA
HR - 10000 ZAGREB, KAČIĆEVA 26

UNIVERSITY OF ZAGREB
FACULTY OF ARCHITECTURE
SCHOOL OF DESIGN
HR - 10000 ZAGREB, KAČIĆEVA 26

PREGLEDNI ZNANSTVENI ČLANAK

UDK 72.01:7.05

TEHNIČKE ZNANOSTI / ARHITEKTURA I URBANIZAM
2.01.01 - ARHITEKTONSKO PROJEKTIRANJE
HUMANISTIČKE ZNANOSTI / ZNANOST O UMJETNOSTI
6.05.05 - TEORIJA UMJETNOSTI

ČLANAK PRIMLJEN / PRIHVACEN: 15. 04. 2003. / 22. 10. 2003.

SUBJECT REVIEW

UDC 72.01:7.05

TECHNICAL SCIENCES / ARCHITECTURE AND URBAN PLANNING
2.01.01 - ARCHITECTURAL DESIGNING
HUMANITIES / SCIENCE OF ART
6.05.05 - ART THEORY

ARTICLE RECEIVED / ACCEPTED: 15. 04. 2003. / 22. 10. 2003.

NEKA AKTUALNA PITANJA VALORIZACIJE DIZAJNA

SOME CURRENT ISSUES CONCERNING THE EVALUATION OF DESIGN

DIZAJN
METODA
MODEL
TEORIJA
VALORIZACIJA

DESIGN
METHOD
MODEL
THEORY
EVALUATION

Članak raspravlja o mogućnostima formiranja cjelovite teorije dizajna, i to s obzirom na problematiku objektivne valorizacije dizajna. Na osnovi recentne literature razmotrena su otvorena pitanja vezana za definiranje suvremene perspektive, povijesnu utemeljenost, diferenciranje i obuhvat profesije. Uz isticanje dizajna kao kulturnoga fenomena, preispituju se mogućnosti metode valorizacije i predlažu osnove za stvaranje cjelovite teorije dizajna prema strukturalnom modelu Guija Bonsiepea.

This paper considers the possibilities of formulating an integral theory of design with regard to its objective evaluation. Taking into consideration recent published literature on this topic, the paper addresses some challenging issues relative to a definition of a modern as well as historical perspective on design, differentiation and the scope of the profession. Considering design primarily as a cultural phenomenon, the paper also analyses the scope of evaluation methods and proposes a basis for developing an integral theory of design according to the structural model put forward by Gui Bonsiepe.

UVOD

INTRODUCTION

Valorizacija dizajna, odnosno onoga 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) nosi još uvijek u sebi mnogo 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, zatim ćemo istaknuti referentnu literaturu i, na posljetku, predložiti moguću metodu pristupa cjelovitom valoriziranju dizajna. To će sve omogućiti otvaranje dijaloga na temu znanstvenog pristupa historizaciji i valorizaciji dizajna i u globalnom i u lokalnom kontekstu.

Prije svega valja napomenuti kako je danas pojam dizajn prilično širok u svome značenjskom obuhvatu pa se tako odnosi na sam kreativni proces, na segment kulturne proizvodnje koji taj proces uključuje i na pojedinačna ostvarenja toga procesa. Kada danas govorimo o dizajnu, ne označavamo samo pojedinačne predmete nego i cijeli niz pojava i fenomena koji su vrlo dobro obuhvaćeni u uvodu knjige „*Twentieth Century Design*” Jonathana M. Woodhama. Autor kaže: „*Promjene središta kojima teže dizajnerske aktivnosti, različite nacionalne perspektive u razvoju, imperijalni trgo-*

vacki 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 suvremenoga dizajna daje i Bernd Meurer u svome kritičkom sagledavanju naslijeđa Ulmske škole. On opisuje glavne teme debate o dizajnu u vremenu nakon zatvaranja škole 1968. godine kao „*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 kulturnoga fenomena, no ova se zapažanja svakako mogu uzeti kao dobra polazna osnova za pristup otvorenim pitanjima valorizacije dizajna. Woodham u svome prilično iscrpnom pregledu povijesti dizajna dvadesetoga stoljeća zastupa širok pristup, karakterističan upravo za suvremeno doba 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 kroz to određenje lakše definiralo koja su to otvorena pitanja.

Jasno, sagledavanje svakoga 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 je 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. Budući da su ti objekti posljedice procesa dizajnerskih operacija, koncepcija „kulturalnog sustava” čini se prikladnom za definiranje suvremene perspektive u historizaciji i valorizaciji dizajna. Aspekt kojim ćemo se baviti kroz cijeli tekst jest pitanje: koliko historiografsko bavljenje dizajnom pridonosi tome kulturalnom sustavu?

1 WOODHAM, 1997: 7

2 MEURER, 1993: 234

3 WOODHAM, 1997: 258 i dalje

4 BAUDRILLARD, 1989: 171-183

DEFINIRANJE SUVREMENE PERSPEKTIVE

DEFINING MODERN PERSPECTIVE

Kako bi se što 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 naslijedima, a afirmirao se i kao prvorazredan ekonomski čimbenik te, shodno tome, i kao značajno područje edukacije. O tome mogu posvjedočiti brojni izvori iz iznimno obimne literature 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 ukupno je potrošeno na dizajn 26,7 milijarda funti, od čega najviše u financijskom, komunikacijskom i tržišnom sektoru. Uz to, najsnažnije 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 spomenuti da više od 65% britanskih tvrtki drži dizajn „kreativnim procesom koji omogućuje materijalizaciju ideja i razvoj novih proizvoda”, a, dakako, kao najznačajniji „benefit” dizajna u biznisu čak 51% tvrtki navodi „povećanje prometa”. Na posljetku još jedan zanimljiv podatak - najveći vanjski prihod za britansku nacionalnu dizajnersku industriju dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država - čak 14,3% od ukupnoga.⁵ Pritom Allan Livingston procjenjuje ukupan broj tvrtki koje se u Velikoj Britaniji bave samo dizajnom na oko 4000.⁶

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

5 *** 2001: 3-11

6 LIVINGSTON, 2002.

7 JUN, 2002.

8 JULIER, 2000: 41-44

Suvremeni je dizajn, sudeci 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., predstavljani 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, može vrlo lako ostati ograničen samo na pitanja estetike.

Takvo svojevrsno „estetiziranje” valorizacije dizajna, odnosno sagledavanje svih aspekata dizajna kao društvenoga 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 takva pristupa, možda upravo kroz popularnu aktualizaciju dizajna tijekom osamdesetih godina sam pojam proširio značenjsko polje, pa se time pridonijelo i 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.

POVIJESNA UTEMELJENOST

HISTORICAL CONTEXT

Valja ovdje napomenuti kako je takva suvremena situacija odnosno suvremena perspektiva za historizaciju i valorizaciju dizajna u dobroj mjeri definirana i povjesničarskim prilozi- ma historizaciji dizajna u cjelini ili pak pojedinih segmenata te povijesti, upravo onako kako to primjećuje i Woodham.⁹ Objavljene povijesne studije, teorijsko-kritičke rasprave, znanstvena i stručna periodika postale su tijekom dvadesetoga 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, kao i svojevrsan početak *povijesti povijesti dizajna*, svakako predstavljaju dvije ključne studije: „*Pioneers of Modern Design*” Nikolauša 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 istaknula *design* kao temu. To uvelike otkriva stvarno Pevsnerovo polje interesa, jer se on uglavnom bavi promocijom tada novoga „pokreta” koji je već Hitchcock-Johnsonovom knjigom „*International Style*” dobio određen kulturni dignitet. No, Pevsner izvorista legitimaciji toga novog fenomena traži u teorijskim idejama o umjetnosti, lijepim i uporabnim predmetima, od Williama Morrisa dalje. Tako dobrim dijelom ulazi i u područje historizacije pojma dizajn u suvremenom smislu.

Banham je pak zainteresiraniji 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 stivom u edukaciji u području povijesti i teorije dizajna, zapravo ne polaze od samoga dizajna u suvremenom smislu jer to, naprosto, u doba nastanka knji-

ga još nije ni bilo moguće, pogotovo u doba nastanka Pevsnerove knjige. Banham se u svojim kritičkim esejima bavio daleko više onim što u suvremenom značenju jest dizajn, dok je značenje Pevsnerove knjige iznimno 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 koliko je tko pridonio stvaranju korpusa modernističkoga svjetonazora. Samim naglaskom na autorima, dakle strukturiranjem historiografske metode na procjeni osobnoga doprinosa pojedinca ukupnoj slici kulture, i Pevsner i Banham su, možda više no što su namjeravali, pridonijeli prijenosu tradicionalne metodike povijesti umjetnosti u područje povijesti moderne arhitekture, pa dijelom i dizajna. Oni su, naime, 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.

Posve 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 prilozi- ma istoj.¹⁰ Giedionova je „anonimna” povijest prije svega (u to doba) još nenapisana povijest modernoga života, utemeljenoga na „mehanizaciji”, odnosno kontinuiranom uvođenju industrijskih proizvoda u svakodnevni život, drugim riječima - onome što McLuhan zove „čovjekovi proizvedeni”. Bitna novost Giedionova pristupa jest historizacija dizajna (ovdje shvaćena kao tehnički i inovacijski fenomen), ponajprije u socijalnom kontekstu, a potom valorizacija s obzirom na učinak dizajna u tom kontekstu i tek na kraju sagledavanje pojedinačnih „zasluga”. Utoliko se iz suvremene perspektive čini da Giedionove ideje još i danas imaju aktualnost za suvremenu interpretaciju, a već se sada može reci da je knjiga imala prijelomno značenje za osamostaljenje dizajna kao zasebnoga područja za historizaciju i valorizaciju. Nimalo slučajno, najveći je dio istraživanja za potrebe knjige obavljen

9 WOODHAM, 1997: 258-273

10 GIEDION, 1948: 482 i dalje

za Giedionova boravka u Sjedinjenim Američkim Državama, kao posljedica Giedionova akademskog angažmana, ali i kao logičan slijed tamošnjeg prijeratnog procesa osamostaljenja dizajna u sferi industrijske proizvodnje.

DIFERENCIJANJE I OBUHVAT PROFESIJE

DIFFERENTIATION AND SCOPE OF THE PROFESSION

U razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata dizajn je postao samostalna profesija, iako valja napomenuti da diferenciranje prema srodnim profesijama nije išlo lako i bez stalno otvorenih pitanja i diskusija o smislu toga procesa. Primjer nastanka, djelovanja i zatvaranja Visoke škole za oblikovanje u Ulmu vrlo dobro ilustrira pitanja postavljena dizajnu kao disciplini usko vezanoj za 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 liberalnoga kapitalizma, definiranoj mnogim neriješenim idejnim, ideološkim i socijalnim aspektima masovne industrijske proizvodnje.

O tome zorno svjedoči članak Bernda Meurera koji donosi i osnovni popis bibliografije za daljnja proučavanja povijesnoga fenomena Ulmske škole,¹¹ a instruktivni 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 za školu) bila pokrenuti i razvijati edukacijsku instituciju koja bi pridonijela „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 egzaktnu 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 velik prilog novoj koncepciji diferencij-

ranja dizajna kao profesije. Pritom je važno spomenuti, i to 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 na posljetku 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 iz škole u više navrata iznosili na službenim forumima i pred strukovnim udrugama, te na kongresima, dovela je do stvaranja i javne proklamacije definicije industrijskoga dizajna na seminaru radne grupe udruženja ICSID (Medunarodni savjet udruženja za industrijski dizajn) u Brugesu 1964. godine.

Ta definicija u cijelosti glasi: „Industrijski dizajn je stvaralačka aktivnost čiji je cilj odrediti 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 je poima Giedion. Izuzetno poticajnu analizu definicije i njenih dosjega u realnim okolnostima daje knjiga Matka Mestrovića „Teorija dizajna i problemi okoline”,¹⁷ u kojoj 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.

Gledano iz današnje perspektive, moglo bi se reći da su ta pitanja i dalje otvorena, te da ICSID-ova definicija industrijskoga dizajna, ponajprije s naglaskom na „svim aspektima ljudske okoline”, ima danas jednaku aktualnost kao i u doba javnog iznošenja. Budući da 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 industrijskoga dizajna, biti i dalje aktualna.

11 MEURER, 1993: 424

12 WOODHAM, 1997: 269

13 MEURER, 1993: 228

14 MEURER, 1993: 232

15 MEURER, 1993: 234

16 MESTROVIĆ, 1980: 131

17 MESTROVIĆ, 1980: 116-124

DIZAJN KAO KULTURA

DESIGN AS CULTURE

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 detaljniji analitički komentar, o čemu će biti riječi na drugome mjestu, no ovdje se čini zanimljivim navesti autorovu tvrdnju (iz poglavlja 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 u studiji koja nema historiografske pretenzije, već prije kulturološke aspiracije kako bi se opisao horizont suvremenoga 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 - razvoju prema metrici 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 dizajn i 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 najznačajnijih naslova „antiglobalizacijske” literature (posebno KLEIN N., (2000.), *No Logo*, Flamingo, i Poyner R., (2001.), *Obey the Giant – Life in the Image World*, Birkhauser).

Otvoreno je pitanje još uvijek koliko je pak historizacija dizajna, koja je po sebi značajan prilog opciji „kulturi dizajna”, dala doprinosu valorizaciji dizajna u takvim uvjetima kontroverzi vezanih za buduću 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 i postavlja. Značajan prilog stvaranju „kulture dizajna” dala je osamdesetih godina knjiga „*Objects of Desire - Design and Society 1750-1980*” Adriana Fortyja. Knjiga je posebno značajna jer stvara osnovu za kontekstualnu historizaciju dizajna, i to na temelju Barthesove strukturalističke kritike „mitologija” suvremenih društvenih zajednica. Forty iznosi tezu da je dizajn proces koji se najprije zbiva na općoj razini društva, a na poslijetku i na razini materijalizacije pojedinačnog objekta - rezultata dizajnerskog procesa. Ti objekti materijaliziraju „mitove” (koji po sebi tre-

baju održati konzistenciju zajednice) u čvrste forme, pri čemu Forty čak identificira tri lingvistička modela te materijalizacije u procesu dizajna, što se poprilično poklapa s Baudrillardovom koncepcijom „kulturalnoga sustava”.¹⁹

Analiza najznačajnijih naslova objavljenih o povijesti dizajna tijekom posljednjih dvadesetak godina, u razdoblju koje Julier zahvaca 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 esejistike. 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. Budući da se ovdje pokušavamo baviti isticanjem otvorenih pitanja radi ispitivanja metode historizacije i valorizacije dizajna, pokazuju se kao sustavni i poticajni naslovi za daljnje razmišljanje osobito oni iz popisa literature Woodhamove knjige, s popratnim komentarima. Tomu bi popisu svakako trebalo dodati i značajan članak njemačkoga 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, na poslijetku, dodatnu kvalitetu definiranju otvorenih pitanja dizajna kao kulture svakako može dati i zbirka eseja češkoga filozofa Vilema Flussera „*The Shape of Things. A Philosophy of Design*”, autora koji je dizajnu pristupao s pozicije mišljenja donekle bliske načinu razmišljanja Norberta Bolza, ali s nešto naglašenijim kritičkim prizvukom.

MOGUĆNOSTI METODE VALORIZACIJE

SCOPE OF EVALUATION METHODS

Nakon iznošenja prethodnih otvorenih pitanja valorizacije dizajna, preostaje na kraju postaviti još jedno vrlo značajno - ono o metodi. Kojom se metodom služiti i kakvu kritičku aparaturu graditi u pristupu dizajnu? Uz pretpostavku da istraživanje i publiciranje činjenica pridonosi javnoj svijesti o objektu istraživanja, može se ustvrditi da historizacija dizajna ima značajnu ulogu u na početku navedenoj koncepciji „kulturalnog sustava”, unutar kojega masovno izrađeni predmeti nalaze

18 JULIER, 2000: 27

19 FORTY, 1986: 9-13

20 BOLZ, 2001: 66-70

korisnika ne samo svojom mehaničko-uporabnom svrhom nego i simboličkim podsjećanjem na pra-model, 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 balansirajućim socijalnih razlika nastalih na pojedinačnim potrebama posredovanja identiteta u zajednici, i to nabavkom i korištenjem industrijski proizvedenih predmeta. Svijest o dizajnu uvelike pridonosi 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 ista 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 kolikoj mjeri historizacija i valorizacija dizajna mogu biti poticajne za njegovo objektivnije sagledavanje - kao profesionalnog procesa, kao povijesne činjenice i kao suvremenog fenomena. No, Julier je upozorio da su historiziranje i popularna publicistika o dizajnu značajni pri amalgamiranju marketinga i dizajna, dakle imaju komercijaliziranu svrhu u funkcioniranju simboličke razine Baudrillardova „kulturalnog sustava”.

Forty, međutim, uvelike otvara pitanja mogućnosti metode valorizacije dizajna, pri čemu se izrazito priklanja shvaćanju dizajna kao društvenog procesa, suprotno shvaćanju dizajna kao objekta/proizvoda. Pitanje je, dakle, koliko historiziranje kao temelj valorizaciji može biti društveno osviješteno u sferi stvarnih potreba ljudi, a posebice u lokalnim kontekstima ekonomija u razvoju ili čak nerazvijenih nacionalnih ekonomija, gdje se metodika dizajna i marketinga danas apliciraju sredstvima proisteklim iz razvijenih zemalja, a bez respektiranja lokalne kulturne tradicije.

MOGUĆE OSNOVE ZA TEORIJU DIZAJNA

POSSIBLE BASIS FOR A THEORY OF DESIGN

Ako historiziranje i valorizaciju dizajna označimo disciplinom koja tematizira procese dizajna, onda obje aktivnosti možemo promatrati i kao komponente opće teorije dizajna, budući da je riječ o verbalnom diskursu o konkretnim projektantskim postupcima i posljedicama tih postupaka kroz procese masovne industrijske proizvodnje, bilo u domeni funkcionalnih objekata ili pak simboličkih sadržaja/vizualnih komunikacija. Stoga, ako smo historiziranje naveli kao pretpostavku valorizacije, mogli bismo zaključiti kako stvaranje

cjelovite teorije dizajna može ili treba biti podlogom sustavne discipline koja bi promisljale procese dizajna i posljedice tih procesa. U tome smislu moglo bi se odgovoriti na prethodno pitanje postavljeno na osnovi Fortyjeve ambiciozne povijesne analize dizajna i društvenoga konteksta.

No, je li uopće moguća neka cjelovita i za duže vrijeme aktualna teorija dizajna kao samostalna disciplina? Vjerojatno ne, budući da dizajn kao posljedica zalazi u različite društvene sfere pa ga je tako kao fenomen moguće istraživati filozofskim, sociološkim, psihološkim, antropološkim, povjesničarskim i povijesno umjetničkim metodama. Drugim riječima, svaka ambicioznija teorija dizajna trebala bi uzeti u obzir interdisciplinarni pristup fenomenu ako želi cjelovito zasnovati metodu, vrijednosni sustav i kritičku aparaturu na kojoj bi se, kao konačna posljedica, temeljio neki objektivni sustav valorizacije dizajna.

Svakako se može reći da u modernoj povijesti nacionalnih ekonomija svako razdoblje ili čak svaki pojedini nacionalni kontekst stvara neku specifičnu teoriju o dizajnu - bilo da je riječ o kompleksnom sustavu društveno-humanističkih ideja ili o nizu metodickih pretpostavki koje se uključuju na razinu općega društvenog interesa, ili pak pojedinačnoga poduzetničkog pothvata, iz čega i proizlaze. Primjeri takva zasnivanja u povijesti mogu, primjerice, biti teorijski sklop nastao oko Ulmske škole, a s druge strane, nacionalne koncepcije razvoja dizajna kao dijela gospodarstvene strategije, npr. u skandinavskih zemalja, posebice Finske ili Danske.

Gledano iz suvremene perspektive, može se zaključiti kako bi moguća cjelovita teorija dizajna mogla nastati na tri osnove:

- A. Stvaranje općega teorijskog modela,
- B. Historizacija dizajna kao discipline,
- C. Historizacija teorije dizajna.

Što znači:

- A. Opći teorijski model funkcioniranja dizajna danas u odnosu na korisnika, društvo i masovne medije, kao osnove za sustav mišljenja i za metodiku struke te opis njena obuhvata.
- B. Historiziranje dizajna kao discipline obuhvaća povjesničarsku analizu rezultata, odnosno proizvoda dizajna u određenim prostorno-vremenskim okolnostima.
- C. Historiziranje teorijskih koncepcija daje solidne osnove za teorijske konstrukcije novoga tipa, a posebice je tomu tako kada je riječ o lokalnim kontekstima koji su pokušavali razvijati i primijeniti dizajn u uvjetima što su bili bitno drukčiji od onih u liberalnom kapitalizmu, primjerice u zemljama bivšega „socijalističkog bloka”, pa tako i u Hrvatskoj kao dijelu bivše južnoslavenske federacije.

Jedan od cjelovitijih suvremenih pokušaja strukturiranja fenomena dizajna daje Gui Bonsiepe²¹ u svome otvaranju novih pristupa reinterpretaciji dizajna, i to putem „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 prema budućnosti.*
3. *Dizajn se odnosi prema inovaciji. Čin dizajna rada nešto novo.*
4. *Dizajn aktivira tijelo i prostor, a posebno domenu retinalnog.*
5. *Dizajn smjera olaksavanju učinkovite akcije.*
6. *Dizajn je lingvistički smješten u polju procjene.*
7. *Dizajn se bavi interakcijom između korisnika i proizvoda - bio to predmet svakodnevnne 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 kojemu počiva sedam teza, a u smislu shvaćanja dizajna kao medijatora. Bonsiepe teorijski zasniva posljedicu dizajnerskog procesa, predmet, kao posrednika 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 definicija industrijskoga dizajna ICSID-a; kako suvremena „kontekstualno” i socijalno orijentirana teorijska i povjesničarska 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.

Prihvati li se Bonsiepeov model kao teorijska osnova za sustav mišljenja i za metodiku struke te opis njena obuhvata, onda bi u sprezi s historiziranjem proizvoda dizajna, kao i historiziranjem teorijskih koncepcija o dizajnu, možda bilo moguće stvoriti jednu djelatnu teorijsku konstrukciju koja bi pridonijela i objektivnoj valorizaciji dizajna u nekom specifičnom kontekstu.

ZAKLJUČAK

CONCLUSION

Ovako naznačena mogućnost teorijske konstrukcije kao i otvorena pitanja valorizacije dizajna, tek su početak moguće rasprave o metodi, a budući da je dizajn iznimno značajan čimbenik razvojnih procesa suvremenih društava i kako su ti procesi uvelike određeni mnogim otvorenim i neriješenim pitanjima od općega humanističkog i užega specijalističkog (ekonomskog, političkog, socijalnog, ekološkog, pravnog...) značenja, može se pretpostaviti da bi takva rasprava mogla pridonijeti stvaranju cjelovite teorije, pa i metode 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 pridonijeti 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 biotehnoška industrija, koja je upravo na svome početku. Budući da ta područja donose značajne redefinicije humane kulture i njene dosadašnje povijesti, čini se poticajno razmišljati o navedenim i drugim otvorenim pitanjima valorizacije dizajna na osnovi teorijskoga modela postavljenih Bonsiepeovih teza.

21 BONSIEPE, 1999: 34

LITERATURA

BIBLIOGRAPHY

1. BAUDRILLARD, J. (1989.), *The System of Objects*, u: *Design After Modernism*, [ur. JOHN THACKARA], Thames and Hudson: 171-183, London
2. BOLZ, N. (2001.), *Die Funktion des Designs*, u: *Designreport*, 4: 66-70, München
3. BONSIEPE, G. (1999.), *Design: from material to digital and back*, u: *Interface - An Approach to Design*, Jan van Eyck Akademie: 26-37, Maastricht
4. FORTY, A. (1986.), *Objects of Desire, Design and Society 1870-1980.*, Thames and Hudson, London
5. FLUSSER, W. (1999.), *The Shape of Things. A Philosophy of Design*, Reaktion Books, London
6. GIEDION, S. (1948.), *Mechanization Takes Command*, Oxford University Press, Oxford, New York
7. JULIER, G. (2000.), *The Culture Of Design*, Sage Publications, London
8. JUN, C. (2002.), *Design in China - Report*, Report on Design Education seminar (rukopis), March 17-22, The British Council, London
9. LIVINGSTON, A. (2002.), *Design Education in the UK*, Report on Design Education seminar (rukopis), March 17-22, The British Council, London
10. MESTROVIC, M. (1980.), *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb
11. MEURER, B. (1993.), *Modernity and the Ulm School*, u: *Industrial Design - Reflection of a Century*, [ur. JOCELYN DE NOBLET], FLAMMARION/APCI: 228-238/424, PARIS
12. WOODHAM, J. M. (1997.), *Twentieth-Century Design*, Oxford University Press, Oxford, New York
13. *** (2001.), *Design in Britain*, Design Council, London

SAŽETAK

SUMMARY

SOME CURRENT ISSUES CONCERNING THE EVALUATION OF DESIGN

The evaluation of design (as a segment of cultural production concerned with designing objects for mass production) is still fraught with numerous problems. They are primarily related to the two standard production fields of design; the one dealing with three-dimensional functional objects and the one dealing with two and three-dimensional objects within the field of visual communications.

Nowadays, the concept of design is very wide in its scope. It refers to the creative process itself, the segment of cultural production included in this process and individual achievements by this process. Design today denotes not only particular objects, but a whole range of social phenomena as well.

Most attempts to put design into a historical framework have resulted in a discussion about appropriate methods and approaches. The issues of design evaluation, according to recent published literature (Woodham, Meurer, Forty), result from the problems of viewing design from a historical perspective, i. e. from a theoretical approach to historical aspects of design. In this respect, dealing with the evaluation of design might be seen as dealing with historiography and axiology.

Today design is present in almost all segments of social life: economy, politics, sociology, culture, psychology, science, and philosophy. It has become deeply rooted in various societies of very different historical backgrounds. Moreover, it has become an increasingly important economic factor and accordingly, an important field of education.

Published historical studies, theoretical and critical analyses, scientific and professional design journals have, in the course of the 20th century, become a special field of the humanities (history, art history, anthropology, cultural studies, sociology and even philosophy). It might be, therefore, stated that the historical aspect of design has been created through its historical background and evaluation.

In the period following World War II, design achieved the status of an independent profession. The history of the Higher School of Design in Ulm (its foundation, activities and closing down) on the one hand, clearly illustrates problems related to design as a discipline closely associated with mass production and on the other, points to social contradictions emphasized by the leading theoreticians of the School (primarily Tomas Maldonado and Gui Bonsiepe) in their theoretical and educational work. These contradictions were brought about by the post-war West-European culture of liberal capitalism fraught with numerous unresolved conceptual, ideological and social aspects of mass industrial production.

The problem of design as a culture was systematically analyzed by Guy Julier in his book „The Culture of Design”. He analyzed facts involved in the process of design growing into an independent profession in the capitalist economy. If design is nowadays defined as a cultural phenomenon, it would be wise to think of the extent to which design, both in its practical aspect as well as a product, is involved in the creation of culture in the contexts of different traditions.

Which method and critical approach would be appropriate when dealing with design? Starting from the assumption that examining facts and their publishing raises public awareness about the object of the research, it may be stated that the historical perspective on design plays an important role in the concept of a „cultural system” within which mass produced objects find their places not only through their mechanical and functional purpose, but also by a symbolic association with an original model, the very concept of the project, according to Baudrillard, or design itself, as might be put more precisely in the popular sense of this term.

It is questionable to what extent the historical context of design as a basis for the evaluation can be a consciousness raising factor in a society, particu-

larly in the sphere of real human needs, especially in the local contexts of developing or underdeveloped countries where design and marketing are strongly imposed by developed countries without paying any attention to local cultural tradition.

From the point of view of a modern perspective, it might be suggested that a possible integral theory of design could be based on three guidelines:

- A. Proposing a general theoretical model
- B. Design as a discipline viewed from a historical perspective
- C. Theory of design viewed from a historical perspective

Or to put it more precisely:

- A. Proposing a theoretical model of design in relation to the user, the society and mass media as a basis for systematic reflection about the profession as well as its methodology and a description of its scope.
- B. Design as a discipline viewed from a historical perspective refers to a history-based analysis of products in a particular time and place.
- C. Theory of design viewed from a historical perspective provides a solid basis for new theoretical structures, particularly when talking about local contexts which have tried to develop and apply design in conditions radically different from those of liberal capitalism, such as the countries of the former „socialist block” including also Croatia as a part of former Yugoslavia.

Gui Bonsiepe has developed one of the modern integral approaches to the structuring of design by means of „seven theses about design”. His model might serve as a theoretical basis for systematic reflection about design and its methodology as well as a description of its scope. Together with a historical perspective both on design products and its theoretical concepts, it might be then possible to develop an effective theoretical structure contributing to an objective evaluation of design in a specific context.

FEDA VUKIĆ

BIOGRAFIJA

BIOGRAPHY

FEDA VUKIĆ, povjesničar umjetnosti, rođen je 1960. Diplomirao je povijest umjetnosti i arheologiju na Filozofskom fakultetu u Zadru, Sveučilište u Splitu, 1984. Doktorand je Odjela za oblikovanje Akademije za likovnu umjetnost Univerziteta u Ljubljani, znanstveno područje teorija oblikovanja. Viši je predavač (povijest dizajna, teorija i razvoj dizajna) na Studiju dizajna, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, od 1994. Stipendist-istraživač istraživačkog centra *The Wolfsonian Foundation*, Miami Beach, SAD, 1995. s istraživanjem na temu „Tržišna komunikacija u Italiji 1900-1943”. Sudjelovao je na nekoliko simpozija i seminara o teoriji dizajna i edukaciji u dizajnu, u Hrvatskoj i u inozemstvu. Objavljuje prikaze, kritike i znanstvene članke o modernoj arhitekturi i dizajnu u hrvatskim i međunarodnim časopisima. Objavio je i uredio nekoliko knjiga na tu temu, među kojima su *Modern Zagreb* (1992.), *Building on the Borders* (1995.) i *Stoljeće hrvatskog dizajna* (1996.).

FEDA VUKIĆ, art historian, born in 1960. In 1984 he graduated in art history and archaeology from the Faculty of Philosophy in Zadar, University of Split. He is a Ph.D. candidate for the theory of design at the Department of Design, Art Academy, University of Ljubljana. Since 1994 he has been employed as a senior lecturer at the School of Design, Faculty of Architecture, University of Zagreb. As a scholarship holder he was engaged in 1995 in a research on „Market communication in Italy between 1900 and 1943” at the research centre *The Wolfsonian Foundation* in Miami Beach, the USA. He took part in conferences and seminars on the theory of design and design education, both in Croatia and abroad. He regularly publishes critical reviews and articles on modern architecture and design in Croatian and international journals. He published and edited a few books related to this topic, some of which are: *Modern Zagreb* (1992), *Building on the Borders* (1995) and *A Century of Design in Croatia* (1996).

