

*Książkę tę dedykuję
mojej żonie LUIZIE, której zawdzięczam
wspólne doświadczenia i refleksje
z uczestnictwa w fenomenie design.*

Jerzy Derkowski

□ JERZY DERKOWSKI

DESIGN

OD MITU
DO RZECZYWISTOŚCI



WYŻSZA
SZKOŁA SZTUKI
I PROJEKTOWANIA
W ŁODZI

Skład:
Paweł Szewczyk

© Copyright by Jerzy Derkowski, Łódź 2011

ISBN 978-83-932016-4-8

Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania w Łodzi
ul. Targowa 65
90-324

Łódź 2011
Wydanie I

SPIS TREŚCI

1. Od autora	7
2. Rozdział I	9
<i>O postawach i zachowaniach prowadzących do rozwoju kultury konsumpcyjnej</i>	
3. Rozdział II	15
<i>Miraże empirycznej naoczności</i>	
4. Rozdział III	21
<i>Produkt jako klucz</i>	
5. Rozdział IV	25
<i>Projektowanie</i>	
6. Rozdział V	31
<i>Projektant</i>	
7. Rozdział VI	35
<i>Próba definicji design</i>	
8. Rozdział VII	51
<i>Institucjonalizacja</i>	
9. Podsumowanie	55
10. Objasnienia	56
11. Sylwetki filozofów i twórców	58
12. Bibliografia	59

*Słowa są podporządkowane ideom,
reprezentują je i służą
przypomnieniu i komunikowaniu się.*

John Locke

Od autora

Dzisiaj *design* stał się synonimem codziennego piękna i wszelkiego działania z intencją nadawania gustownego wyglądu osobom, rzeczom, przedmiotom i ich otoczeniu. Moda, kreacja, styl stały się zatem domeną artystów różnych preferencji, wypełniających przestrzeń na pograniczu sztuki i biznesu. Ten niewątpliwy wektor zmian *design* wynikający z poszukiwania zbytu jego wytworów, zawłaszczył do handlowego rydwanu sztukę, która odtąd zaczęła symulować piękno produktów rynkowych, stawiając je na piedestale dla masowych jej oglądaczy, kupców i użytkowników. Stał się zatem *design* przed lustrem rzeczywistości, pytając czym jest naprawdę. Hybrydą wyrosłą z pogranicza sztuki i techniki, sztuką czy techniką, symulatorem popytu, podaży i zysku, mirażem z reklamowej bajki, czy może odrębną dziedziną wiedzy i twórczości zawartej w relacjach pomiędzy produkcją, ekonomią i kulturą. Mam nadzieję, że dzięki moim wieloletnim obserwacjom i doświadczeniom w praktyce i dydaktyce *design* uda mi się odpowiedzieć na te pytania.

Jerzy Derkowski

*Spoleczeństwo kultury masowej
to już nie tłum ani masa,
to nowy wymiar wspólnoty,
w której warunki ekonomiczne
wyznaczają możliwość rozwoju*

Dwight Macdonald

ROZDZIAŁ I

O postawach i zachowaniach prowadzących do rozwoju kultury konsumpcyjnej

Design (wzornictwo) jest obecnie pojęciem powszechnie używanym. Niestety, najczęściej błędnie, przez co jest dowolnie interpretowane, w zależności od tego, kto się nim posługuje – użytkownik produktów rynkowych, handlowiec czy producent. By przybliżyć się do właściwego rozumienia pojęcia design, odniosę się do definicji i opisów mających wpływ na odbiór i identyfikację tego fenomenu w kontekście postaw, jako czynnika stymulującego zachowania jednostkowe i społeczne¹. Najogólniej ujmując, postawy jednostki tworzą się na gruncie doświadczenia społecznego, tradycji kulturowej oraz w wyniku własnych działań i doświadczeń. Definicja postawy, a także inne jej odmiany, traktują postawę jako złożoną strukturę zawierającą w sobie trzy elementy: poznawczy, emocjonalny i motywacyjny (działaniowy).

W skład komponentu **poznawczego** postawy wchodzi wiadomości, przekonania, przypuszczenia, wątplenia. W skład komponentu **emocjonalnego** wchodzi życzenia, pragnienia i dążenia. Natomiast komponent **motywacyjny** (działaniowy) wpływa na opinie i postępowanie człowieka.

O zidentyfikowaniu postawy oraz zachowań można mówić wówczas, gdy:

¹ T. Nowacki, *Zarys psychologii*, WSIP, Warszawa 1974.

M. G. Janoszewski, *Psychologia XX wieku*, PWN, 1983.

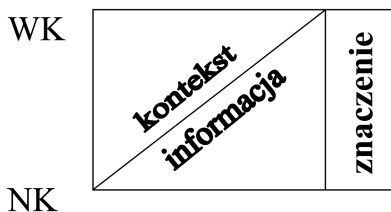
S. Mika, *Wstęp do psychologii społecznej*, Warszawa 1972.

T. Modrzycki, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, wyd. 2, Warszawa 1977.

1. W otoczeniu jednostki zaistniał pewien fakt.
2. Jednostka spostrzega ten fakt, tworzy sobie o nim określone przekonania, które zostają utrwalone.
3. Jednostka w trakcie swoich relacji z faktem i w miarę kształtowania sobie o nim przekonań, ustosunkowuje się do niego w pewien sposób. To ustosunkowanie ma charakter emocjonalny.
4. Stosunek emocjonalny do faktu motywuje jednostkę do określonych zachowań.

Jeżeli przyjmiemy pojęcie design za zaistniały fakt, to nasze rozpoznanie tego pojęcia będzie budować postawę uzależnioną od skali kontekstów tego zjawiska. Kontekstem przyjęto nazywać dawniejsze doświadczenia lub sytuacje, w jakich zachodzą dawne wydarzenia. Za „kontekstowanie” można przyjąć funkcje byłych doświadczeń lub układu, w jakim zachodzi dane wydarzenie (kontestowanie sytuacyjne). Powyższe określenia zdeterminowane są charakterem komunikacji uzależnionej od skali jej wartości. Wartości te, określone przez Edwarda T. Halla² jako ograniczone (restricted) oraz rozbudowane (elaborated), różnią się zdecydowanie pod względem przekazu.

Komunikowanie ograniczone, w odróżnieniu od komunikowania rozbudowanego, jest ekonomiczne, szybkie, efektywne i odporne na zmiany. Komunikowanie rozbudowane wymaga uzupełnień kontekstu i podatne jest na wszelkie zamiany. Wartości te określają wyższą i niższą skalę kontekstu.



Przedstawione wartości kontekstu i kontekstowania są podstawą wszystkich późniejszych zachowań, jak również zachowania się celowego. Społeczności różnych krajów w mniejszym lub większym stopniu spostrzegły fakt pojawienia się designu, jednak w większości zareagowały postawami emocjonalnymi w oparciu o podaż nowych produktów rynkowych, których posiadanie dla wielu z nich wyznacza miarę systemu wartości. Fakt ten rzuca na konieczność refleksji, skierowanej na stan warunku *sine qua non* dla rozwoju kultury w zmienionej rzeczywistości.

² E. T. Hall, *Poza kulturą*, PWN, Warszawa 1984, s.133, 137, 143, 144.

Cofnijmy się zatem do pojęcia kultura, aby zrozumieć jej dialog z cywilizacją i zmienność postrzegania tego związku. Pojęciem kultura posługiwano się już na przełomie XVII i XVIII wieku, w na wespół zgermanizowanej formie „cultur”. Dopiero z początkiem XX wieku nazwa ta weszła do podstawowych pojęć współczesnej humanistyki. Reprezentuje ją klasyczna definicja E. B. Taylora: *Kultura czyli cywilizacja jest to złożona całość, która obejmuje wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność, prawa, obyczaje oraz inne zdolności i nawyki nabyte przez ludzi jako członków społeczeństwa*³. Kolejne definicje do niej nawiązują i ją rozwijają. Wśród nich wymienić można klasyfikacje A. Kroebera i Kluckhohna, według których kultura obejmuje dwie zasadnicze klasy zjawisk: zachowania ludzkie oraz przedmioty stanowiące rezultat tych zachowań. Edward T. Hall kulturę określa jako skomplikowany system „ekstensji”⁴. System ten przybliżył pojęcie kultury od strony człowieka jako istoty biopsychicznej i kulturotwórczej, posługującej się dobrami techniki.

Obszar ujęcia kultury powodował na gruncie teorii konieczność różnicowania i zawężania definicji dla celów opisowych jej składowych elementów. A zatem wyróżniono: kulturę bytu, która stanowiłaby ogół ludzkich działań i wytworów ludzkich, służących zaspakajaniu bytowych potrzeb człowieka; kulturę społeczną, mówiącą o stosunkach międzyludzkich oraz kulturę semiotyczną (symboliczną), stanowiącą o wartościach sztuki, moralności, religii. Design mieści się więc w systemie kultury, ponieważ służy zaspakajaniu potrzeb bytowych i jest uwarunkowany przez stan kultury społecznej (zależy od niej, jednocześnie działając na nią modyfikująco). Należy zatem uznać go za jeden z podsystemów kultury. Uzasadnioną tezę jest więc, że produkty przemysłowe nie są celem samym w sobie, lecz służą aktywności społecznej w strefie kultury i korelują one postawy i zachowania. Oznacza to, że kryteria kultury ujęte w jej taksonomii stały się kryteriami design, przybliżającymi go do kultury masowej.

Kultura masowa nie jest zjawiskiem nowym. Chociaż uległa intensyfikacji w ciągu ostatnich dziesięcioleci, narodziła się jako produkt wtórny rewolucji przemysłowej XIX wieku wraz z industrializmem i urbanizacją.

Według francuskiego socjologa G. Friedmanna, przez kulturę masową rozumieć należy (...)ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności w najszerszym rozumieniu tego słowa... za pomocą

³ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, PWN, Warszawa 1980

⁴ E. T. Hall, *Poza kulturą*, PWN, Warszawa 1984, s. 68–75.

*masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej*⁵. Dotychczasowe badania teorii kultury masowej są skoncentrowane na zjawisku intelektualnej, estetycznej i ludyczno-kreacyjnej działalności ludzkiej, związanej w szczególności z tzw. środkami masowego komunikowania⁶. Nie umniejsza to ani nie wyklucza możliwości badań obejmujących przedmioty codziennego użytku produkowane masowo, jako niezbywalne wytwory tej kultury. Podstawowe założenia tej kultury to kryteria ilościowe, standaryzacji, komunikowania, organizacji i ekonomii,⁷ które wpisują się w kryteria design. Nie trudno w tej względnie autonomicznej strukturze podsystemu kultury, jakim jest *industrial design*, rozpoznać kryterium ilości w liczbach, określających seryjną produkcję, czy grupy konsumentów (użytkowników), charakteryzujących się wspólnymi zainteresowaniami, wiedzą, potrzebami, ocenami i możliwościami finansowymi. Wyraźnie widać, że przedmioty rynkowe są nośnikami komunikatów społecznych, ujawniających preferencje tendencji i potrzeb, a w konsekwencji są odzwierciedleniem postaw i zachowań. Kultura masowa, w oparciu o wyżej wymienione kryteria, wprowadziła pojęcie tzw. wspólnego mianownika⁸, jako miary wartości swoich wytworów w oparciu o wielkość grup konsumentów oczekujących lub akceptujących określony rodzaj produkcji. W skali różnic pomiędzy poszczególnymi grupami konsumentów wprowadziła również pojęcie przeciętnego konsumenta jako człowieka z ulicy, powołanego do oceny produkcji masowej. *Przeciętny konsument to nie znawca wyróżniający się intelektem i subtelnością gustu, ale człowiek, którego kwalifikacje stanowi brak specjalnych kwalifikacji*⁹. Krytycy masowej kultury zarzucają jej dokonywanie standaryzacji na najniższym poziomie tzw. wspólnego mianownika, tzn. sprowadzanie ich wytworów do najniższych gustów i kwalifikacji intelektualnych. Jest to możliwy obraz lęku przed nieuniknionymi zmianami w kulturze oraz wysoka cena demokratyzacji kultury, która niesie ze sobą zarówno błogosławieństwo zysków, jak i ciężar strat. Trudności, które napotykamy próbując zrozumieć zmiany w obszarze kultury, wynikają z różnicy pomiędzy kulturą dla elit i dla mas w tradycyjnym spojrzeniu na kulturę. Społeczeństwo kultury masowej *to już nie tłum ani masa* – jak pisał Dwight Macdonald¹⁰. – *to nowy wymiar wspólnoty global-*

⁵ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

⁶ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

⁷ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

⁸ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

⁹ A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

¹⁰ D. Macdonald, „Oświata i wychowanie” (czasopismo), Nr 2/2002.

A. Mielczarek, *Inwolucja wartości*.

nej, w której warunki ekonomiczne wyznaczają możliwości rozwoju. Sytuacja ta wskazuje na spychanie kultury tradycyjnej na pobocza nurtu społecznego, regulowanego przez wolny rynek. Społeczeństwo, w którym elity były główną siłą moralną, intelektualną i artystyczną, traci na sile oddziaływania. Ujawniający się zmierzch epoki autorytetów ma niebagatelny wpływ na formułowanie się nowych kontekstów i postaw w kulturze społeczeństwa masowego. Dzisiejsze społeczeństwo kultury masowej wyraża swoje oczekiwania poprzez postawy i zachowania motywowane szeroką podażą produktów rynkowych, zmysłowo odbierając ich wygląd jako wartość zbiorowego gustu. Ewolucja zainteresowań i postaw jej odbiorców ujawnia wciąż nowe klasy symboli społecznych, stanowiących o identyfikacji z nimi wielomilionowych społeczności na znacznym obszarze świata, aby w drodze rozwoju gospodarczego, skutkującego podażą produktów rynkowych, powołać zjawisko społeczeństwa konsumpcyjnego. Mottem tego społeczeństwa stał się styl życia (*standard of life*). To już nie kartezjańskie *myślę więc jestem*, a raczej *kupuję więc jestem*. Ta marketingowa „metka” przemysłu poszukującego promocji swoich produktów, którą przemysł odnalazł w ich upiększaniu, jest zadaniem, wyznaczającym artystom symulowanie wyższych wartości dla przedmiotów i rzeczy, niż one posiadają w istocie swojej użyteczności. Echo sztuki w postaci uślicznienia masowej produkcji zaczęło przybliżać podaż rynkową do granic kiczu, by zbyt często przekraczać te granice. Gadżetowa masa towarowa dyktatorów gustu zabrzmiała medialnymi hasłami: „jesteś tym w co się ubierasz”; „jesteś tym, czym jeździsz”; „jesteś tym, jak mieszkasz”; „jesteś tym, jakim sprzętem się posługujesz”; „jesteś kreatywny i zadowolony” – nie podając, że jesteś zmanipulowany masowym szaleństwem. Uśliczniona produkcja zawarta w stylu życia sterowana biznesem stara się sprostać gustom masowego odbiorcy, które to gusta narzuca marketingowymi chwytami masowym oglądaczom.

Kicz zawładnął masową produkcją pod postacią sztuki. Herman Broch pisał¹¹: (...) *istotą kiczu jest mylenie kategorii etycznej z estetyczną, kicz chce działać „pięknie” a nie „dobrze”, zależy mu na pięknym efekcie. Kicz powstaje na skutek rezygnacji z prawdy na rzecz piękna. Kicz perfekcyjnie wykonany w technologii przemysłowej zastępuje estetykę precyzją wykonania, starając się przekonać, że sztuczne „piękno” przemysłowe jest ważniejsze od prawdy, mieszając, etykę z estetyką. Styl życia zawłaszczył pole społecznej wyobraźni, czego skutkiem jest „ugadżetowanie” i „ometkowanie” naszej*

¹¹ H. Broch, *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*,. Czytelnik, Warszawa 1998.

codziennosci. Gadzet, jako nošnik kultury i element naszej tožsamošci, stał się wyrazem postawy koncentrującej się na bezkrytycznym przyjmowaniu tabloidowego gustu powierzchownej estetyzacji codzienności. Oferowanie przez producentów rynkowych specyficznych *standard of life* niczym oferta kupna w agencji turystycznej pobytu w raju jednego sezonu. To zbyt wysoki koszt przybliżania kultury codzienności przeciętnym konsumentom.

*Jeżeli zmysłowość jest „władzą naoczności”,
a intelekt „władzą pojęć i prawideł”,
to rozum jest „władzą idei”*

Immanuel Kant

ROZDZIAŁ II

Miraże empirycznej naoczności

W poszukiwaniu piękna sztuka zawsze prowadziła dialog pomiędzy rzeczywistością a jej odczuwaniem, ujmując to odczuwanie w specyficzny sposób dla jej dziedzin, jako rodzaj percepcji zmysłowej określanej pojęciem piękna.

Czym zatem jest piękno? Czy takie pojęcie może być wartością obiektywną? *Czy jakaś rzecz jest piękna albowiem ją za taką uważam, czy też uważam ją za piękną, gdyż rzeczywiście jest piękna?*¹² *Teoria poznania*, w której Immanuel Kant spostrzeżenia zmysłowe nazwał *empiryczną naocznością* (oglądaniem), a w *Krytyce władzy sądu* napisał: *piękno w sztuce jest przedmiotem sądów, które nie daje wytłumaczenia żadnemu poznaniu, ponieważ piękno nie jest własnością spostrzeganego przedmiotu.*¹³ Poznanie według Immanuela Kanta odnosi się tylko do tego jak postrzegamy rzeczy, które jego zdaniem są *zjawiskami, a nie rzeczami samymi w sobie. Przedmiot za podstawę swoją ma celowość, a spostrzegane piękno w rzeczywistości nie ma żadnego celu*¹⁴. W tym kontekście piękno mija się z celowością rzeczy i przedmiotów, gdyż *piękno nie leży we władzy umysłu, a więc nie jest poznawalne, a tylko jest odczuwalne zmysłowo*¹⁵. Piękno pojawia się niejako w naddatku, *mimocho-dem*, epifenomenalnie (w Polsce wiedział już o tym Cyprian Kamil Norwid:

¹² CH. Delius, *Historia Filozofii*, DELIUS GmBH, Köln 2001.

¹³ CH. Delius, *Historia Filozofii*, DELIUS GmBH, Köln 2001.

¹⁴ CH. Delius, *Historia Filozofii*, DELIUS GmBH, Köln 2001, s. 73, 75.

¹⁵ CH. Delius, *Historia Filozofii*, DELIUS GmBH, Köln 2001.

*Piękno wchodzi samo, nie pytając*¹⁶).¹⁷ Odbieranie wrażeń (odczuwanie), jako poznanie rzeczywistości, jest postrzeganiem zmysłowym, dla którego nie istnieją reguły myślowe i dlatego nie mogą one podlegać logice w sensie prawd rozumowych.¹⁸ Teza ta stała się powodem do rozszerzenia opisu rzeczywistości poprzez proces myślowy oparty na budowaniu pojęć, w których prawdziwe są tylko myśli, sprawdzające się poprzez skutki w praktyce. Odrzucono zatem tworzenie związku pomiędzy widzeniem a poznaniem, stwierdzając, że prawdy nie można „widzieć” jako odzwierciedlenia rzeczywistości, ponieważ nie jest ona niezależna od kontekstów, ludzi i wydarzeń. Prawda jest więc kontekstualna i powstaje w procesie myślenia i realizacji tego procesu. Prawda stając się faktem nie jest więc odczuwaniem zmysłowym, jest racjonalną przesłanką do jej przyjęcia lub odrzucenia. Dalsze badania jako teoria asocjacji nie zmieniły poglądu na pojmowanie piękna jako odczuwania zmysłowego, twierdząc, że prawa asocjacji odnoszą się tylko do swobodnego strumienia wyobrażeń, ale nie są to akty myślenia. Teorie asocjacji w konsekwencji rozwoju zostały zastąpione przez funkcjonalną teorię myślenia¹⁹ poprzedzającą tzw. fazową teorię myślenia. Sprzeczność pomiędzy odczuwaniem a celowym myśleniem i skutecznym działaniem to punkt, w którym nauka i technika potwierdziły stronę myślowego poznania rzeczywistości, a sztuka umocniła się w odczuwaniu zmysłowym, wspierając się estetyką traktującą o pięknie i odczuciach, jakie w nas wzbudza oglądany podmiot. Wraz z ukonstytuowaniem się estetyki, jako samodzielnej dyscypliny poznania filozoficznego, powstaje pojęcie sztuki, którego rezultatem jest wyalienowanie się tej działalności z praktyki życia codziennego. Sfera estetyczna pozostaje więc niezależna nie tylko wobec użyteczności, ale i moralności. Dopiero rewolucja przemysłowa w Anglii, która zmieniła warunki społeczne, spowodowała, że myśl filozoficzna skierowała się w stronę idei społecznej powodując tym samym zmiany w nauce, technice i sztuce. Awangardyści, podważając tradycyjne pojęcie dzieła sztuki, dążąc do jej zniesienia, co w konsekwencji oznaczało przerwanie historycznej ciągłości sztuki dla sztuki, kierując ją w stronę praktyki życiowej, w której wraz z rozwijającym się przemysłem miała stanowić o nowym społeczeństwie XX wieku. Równolegle rozwijała się tzw. kultura masowa, powodując zmiany postaw i zachowań społecznych, aby w tych zmianach upatrywać budowanie się

¹⁶ C. K. Norwid, *Obywatel Gustaw Courbet*, PWB, tom IV, PiW, Warszawa 1980.

¹⁷ J. Krupiński, *Wzornictwo/Design*, wyd. ASP-Kraków 1998, s. 25

¹⁸ CH. Delius, *Historia Filozofii*, wyd. DELIUS GmbH, Köln 2001.

J. Dewey, *Jak myślimy*, Warszawa 1957

¹⁹ D. Salz, *Zur Psychologien des produktiven Denkens*, wyd. II, Berlin 1985.

nowych modeli kulturowych. W tamtych latach artyści, architekci i projektanci interesowali się tzw. estetyką przemysłową.²⁰ Głównym jej ośrodkiem stał się Paryż, w którym w 1953 roku Jacques Vienot ogłosił *Kartę estetyki przemysłowej*. Zawarte w niej zasady były próbą określenia wzornictwa przemysłowego jako sztuki integrującej technikę z działaniami artystycznymi.

Ogłoszona przez Jacquesa Vienot *Karta estetyki przemysłowej* miała określić obszar wiedzy o pięknie w dziedzinie wiedzy przemysłowej. Jej poszukiwania dotyczyły miały miejsca i środowiska pracy, środków produkcji, oraz produktów przemysłowych. Estetyka przemysłowa implikuje zatem wewnętrzną harmonię między charakterem funkcjonalnym a wyglądem zewnętrznym produktu. Karta ta określa trzynastę zasad, wyznaczających ogólne kryteria zależności pomiędzy sztuką a techniką:

1. Zasada ekonomii.

Wyrobami przemysłowymi rządzą przede wszystkim prawa ekonomii. Koszty materiałów i użytych środków produkcji muszą się zwrócić. Opłacalność produkcji wyrobu nie może jednak wpływać na jego walory funkcjonalne ani na wygląd produktu, ponieważ wygląd ten jest warunkiem determinującym piękno użytkowe.

2. Zasada kwalifikacji i zastosowania.

Nie ma piękna przemysłowego bez walorów funkcjonalnych, ponieważ pięknym jest jedynie produkt dostosowany do jego funkcji i zgodny z rozwiązaniami technicznymi. Kryterium uznania jego piękna jest określenie jego wartości użytkowej w stosunku do formy i zamierzonej funkcji.

3. Zasada jasności i kompozycji.

W celu nadania formie przemysłowej harmonii pomiędzy różnymi częściami przedmiotu użytkowego należy uwzględnić rolę każdej z tych części w funkcjonowaniu całości.

4. Zasada harmonii pomiędzy wyglądem i zastosowaniem.

Produkt określany prawami estetyki przemysłowej nie stwarza konfliktu, ale daje wyraz pełnej satysfakcji zarówno widzowi, który ogląda ten przedmiot, jak i jego użytkownikowi.

5. Zasada stylu.

Studium estetyczne produktu przemysłowego powinno uwzględniać założoną trwałość produktu. Wyrób przemysłowy nie pretenduje do piękna o charakterze trwałym, jest bliższy modzie. Estetyka wytworów przemysłowych charakteryzuje się stylem, który jest wyrazem ich ekspresji.

²⁰ J. Vienot, *Estetyka przemysłowa*, Paryż 1953, na podstawie: A. Przedpełski, *Forma i funkcja*, WSiP, Warszawa 1979.

6. Zasada ewolucji i względności.

Estetyka przemysłowa nie ma charakteru skończonego, jest zawsze w trakcie stawania się. Piękno przedmiotu użytkowego jest funkcją ewolucji techniki, dzięki której powstaje. Technika, osiągając po pewnym etapie rozwoju stadium rozkwitu, determinuje ekspresyjne formy jej wyrażania.

7. Zasada smaku.

Estetyka przemysłowa wyznacza strukturę, formę, proporcję i linię wyrobu. Wybór materiału, prezentacja detalu i koloru podnoszą wartości wyrazowe i określają trafność kompozycji. Zharmonizowanie produktu powinno być podporządkowane zasadzie ekonomii.

8. Zasada satysfakcji.

Ekspresja funkcji określająca piękno wyrobu przemysłowego działa na wszystkie zmysły, nie tylko na wzrok, ale również na słuch, węch, smak.

9. Zasada ruchu.

Ruch jest jakością estetyczną przedmiotów przeznaczonych do poruszania się w przestrzeni. Prawo harmonii pomiędzy wyglądem tych przedmiotów a ich przystosowaniem do warunków, w jakich ten ruch przebiega, musi być uwzględnione, ponieważ stanowi podstawę naszego osądu.

10. Zasada hierarchii albo wyniku estetycznego.

Estetyka przemysłowa nie może być rozważana w kategoriach form abstrakcyjnych. Produkty przemysłowe, które ze swej natury są pomocne człowiekowi w realizacji postępu i te, które służą, w sensie pozytywnym, człowiekowi uznaje się jako uprzywilejowane. Przeciwnie zaś, przedmioty służące zniszczeniu i mające destrukcyjny wpływ na człowieka, nie mogą stać się przedmiotem podziwu bez zastrzeżeń.

11. Zasada komercjalizacji.

Estetyka przemysłowa znajduje jedno ze swych najważniejszych zastosowań w handlu. Większość użytkowników uznaje wagę estetyki przemysłowej, dlatego nie można lekceważyć wpływu walorów estetycznych produktów na efektywność sprzedaży. Walory estetyczne są również czynnikiem niwelowania różnic pomiędzy twórcą a użytkownikiem produktu.

12. Zasada uczciwości.

Estetyka przemysłowa wymaga uczciwości i szczerości w doborze tworzyw i stosowanych materiałów. Produkt przemysłu nie może być uznany jako piękny jeżeli zawiera elementy fałszu. Jednakże stosowanie osłon kryjących wewnętrzne mechanizmy lub wrażliwe na uszkodzenie części,

jest uzasadnione względami użytkowymi i nie stanowi naruszenia zasady uczciwości.

13. Zasada sztuki integralnej.

Estetyka przemysłowa integruje działania artystyczne z całością powstającego dzieła. Daleka jest od zdobnictwa, mniej arbitralna i sztuczna od sztuki stosowanej. Jest jej przeciwieństwem. Estetyka przemysłowa wydobywa elementy estetyczne zawarte już w samej technice.

Karta Jacquesa Vienot określa industrial design jako mezaliansu sztuki z techniką. *Karta estetyki przemysłowej* była wykładnią tożsamości design do czasu, gdy na plan wysunęli się teoretycy dyscyplin pozornie dalekich od projektowania przemysłowego.²¹ W Niemczech doszli do głosu wykładowcy z uczelni w Ulm, matematycy i przedstawiciele psychologii eksperymentalnej, którzy zniwelowali estetyczne kanony „empirycznej naoczności”, odrzucali dekoracyjny sztafaż.

Zebrane doświadczenia mimo zmian w mentalnej strukturze projektowania, nie zmieniły poglądów na związek sztuki z techniką, ponieważ był on mocno zakorzeniony w świadomości społecznej. W miarę rozwoju gospodarczego, a wraz z nim powstawania tzw. społeczeństwa towarowego, które według Teodora Adorna istnieje tylko dzięki wyprodukowanym towarom, pojawia się pojęcie „nowości”²². Stwierdza ono, że produkty rynkowe w swym stylistycznym sztafażu powodują u odbiorców ich zakup pod wpływem emocjonalnego wyboru jako mirażu luksusu i wyższego standardu życia. Tam, gdzie sztuka poddaje się towarowej presji, nie można jej odróżnić od mody jako sezonowego zjawiska, oferującego te same dobra konsumpcyjne w nowym opakowaniu. D. MacDonald przywołał myśl porównawczą mówiącą, że w dziedzinie sztuki obowiązuje odpowiednik monetarnego prawa Greshama, zgodnie z którym *gorsza i mniej wartościowa sztuka wypiera lepszą*.²³

W projekcji rzeczywistości ostatnich lat XX wieku rozluźnił się związek sztuki z techniką. Sztuka skierowała się w stronę kreacji działań stricte artystycznych, próbujących przekroczyć jej utrwalone tradycją granice. Prowokacja społeczno-polityczna, eksploatacja mediów technologicznych czy unicestwienie formy przez skrajną radykalizację pojęć, to zgoła inne wartości

²¹ A. Przedpełski, *Forma i funkcja*, WSiP, Warszawa 1979.

²² Adorno, *Teoria Estetyczna*.

P. Bürger, *Teoria awangardy*, PTE Universitas, Kraków 2006

²³ A. Kłosowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1950.

kreacji, niż utrwalone tradycją kanony estetyczne. W tym kontekście sztuka przestała być sztuką, ponieważ artysta zaczął wyrażać samego siebie.

Technika z kolei skierowała się w stronę tzw. wysokiej technologii próbując udowodnić, że postęp techniczny stanowi najwyższe osiągnięcie ludzkości, a zarazem jest instrumentem, który pozwoli rozwiązać nasze wszystkie dylematy. Oto współczesny, nowy świat, który Neil Postman²⁴ nazwał zmianą stanu umysłu, co oznacza, że mariaż sztuki z techniką w tradycyjnym ujęciu stracił na sile, a zastąpiła go szersza relacja z kulturą.

Mariaż techniki ze sztuką symulującą piękno dla celów merkantylnych jeszcze trwa, ale ujawniony światowy kryzys wydaje się kończyć ten etap, zwracając wektor aktywności gospodarczej w stronę rozejścia się relacji pomiędzy sztuką a techniką. W tym kontekście nawoływania postmodernistów do swoistego eklektyzmu ukazują obecnie negatywne skutki hybrydowej koncepcji łączącej te dwie dziedziny działalności. Długotrwała fabularyzacja tego związku nie dostrzegła poważnej rysy w pojmowaniu design jako wiedzy między produkcją, ekonomią a kulturą i podrzędnej do tej wiedzy praktyki działania w postaci industrial design (projektowanie przemysłowe) jako jednego z wielu typów projektowania.

²⁴ N. Postman, *Technopol*, PIW, Warszawa 1995.

*Produkt jest częścią tradycji
tak odległej jak nadawanie materii
cech użytkowych*

ROZDZIAŁ III

Produkt jako klucz

Rozpoczynając dyskurs o produkcie, słusznym wydaje się rozpocząć od faustowskiej zasady, że *między kamieniem ogladzonym ludzką ręką a kamieniem ukształtowanym przez wpływ wody i powietrza może istnieć niewielka różnica, ale pierwszy będzie dokumentem relacji pomiędzy narzędziem a kulturą; drugi tylko zawałiskiem na drodze*.²⁵ Pojęcie produktu, jako wytworu realizowanego przez człowieka, jest kluczowe w dawnych i obecnych rozważaniach o jego miejscu w kulturze. Narzędzie, inaczej produkt, jest częścią tradycji tak odległej, jak nadawanie materii cech użytkowych. Herbert Read określił w swojej książce pt. *O pochodzeniu formy w sztuce* kolejność ewolucji wytworów rąk ludzkich jako:

1. Pojawienie się koncepcji danego przedmiotu jako narzędzia.
2. Wykonanie i udoskonalenie tego przedmiotu do momentu maksymalnej jego funkcjonalności.
3. Udoskonalenie tego przedmiotu poza moment maksymalnej funkcjonalności, w kierunku koncepcji formy samej w sobie²⁶:

Z powyższego może wynikać, że przedmiot po przekroczeniu maksymalnej funkcjonalności przechodzi w sferę obiektów rządzących się tzw. formą samą w sobie, a więc doznaniem symbolicznym. Na przykład siekiera przechodzi w topór, a topór w halabardę, tracąc tym samym swoją podstawową funkcję użytkowania.

Warto zatem spojrzeć na powyższe tezy z nieco odmiennego punktu widzenia rozszerzającego te poglądy w kontekście narosłych doświadczeń. Można zatem przedstawić ewolucję wytworów rąk ludzkich jako:

²⁵ A. Kłosowska, *Kultura masowa*, wyd. 2, Warszawa 1980.

²⁶ H. Read, *O pochodzeniu formy w sztuce*, Warszawa 1973, s. 69.

1. Pojawienie się potrzeby i jej zaspokojenia, gdzie potrzebą określa się: ujawnienie jakiegoś braku, niedosytu w realizacji planowanej czynności.
2. W wyniku niedosytu w wykonywaniu czynności danym przedmiotem, następuje jego usprawnienie możliwe na danym etapie rozwoju wiedzy i techniki.
3. Po osiągnięciu maksymalnej wartości funkcji przedmiotu w wykonywaniu czynności, w drodze dalszego rozwoju wiedzy i techniki, przedmiot przechodzi do następnej klasy przedmiotów, przy zachowaniu jego głównej funkcji (celu). Na przykład siekiera przechodzi w piłę ręczną, następnie po dodaniu silnika w piłę silnikową, a dalej w silnikowy zestaw przedmiotów tnących.

Przejmowanie wyglądu (kształtu) przedmiotów użytkowych po przekroczeniu ich funkcjonalności rzeczywistej i objęcie ich intencjami tzn. formy samej w sobie, łączącej się z doznaniem symbolicznymi, można odnieść do psychologii asocjacyjnej, w której asocjacja to kojarzenie wyobrażeń, z których jedno przywołuje drugie. Poglądy teoretyków upatrujących nakładanie się czy przenikanie odczuć (asocjacji) kryteriami racjonalnego, celowego działania zaprzeczają tezie, że narzędzia rozwijały się w procesie rozwoju potrzeb zaspakajających egzystencję w oparciu o rozwój ich wytwarzania na danym etapie rozwoju cywilizacyjnego. Rozwój środków produkcji i technologii wyprowadził realizację narzędzi i przedmiotów użytkowych z formowania ich w drodze obróbki ręcznej do realizacji maszynowej z całym bogactwem wiedzy zwanej systemem produkcji.

Kształt produktu przemysłowego to wygląd zewnętrzny stosunków ilościowych (geometrycznych) w strukturze przestrzennej, zaprojektowanej (obmyślonej) w określonym celu użytkowym i eksploatacyjnym. Różnica pomiędzy własnościami i właściwościami sztuki a własnościami i właściwościami użyteczności i eksploatacji produktów rynkowych stanowi o odrębności kryteriów wartości dzieł artystycznych od wartości dzieł masowej produkcji. Relacje stosunków ilościowych (geometrycznych) w produktach przemysłowych mogą stanowić o swoistej harmonii ich kształtu (wyglądu), lub sile wyrazu, odnoszącej się do odczuć emocjonalnych, co nie stanowi o wartościowaniu adekwatnym do wartościowania użytkowo-eksploatacyjnego. To tylko asocjacje pozwalają na uaktywnienie odczuć emocjonalnych w stosunku do produktów celowych. Rzeźba Constantina Brancusiego, pt. *Ptak* może być asocjacją do samolotu Concorde i odwrotnie, lecz ich cechy podmiotowe oraz przedmiotowe wywodzą się z odmiennego rodzaju pozna-

nia, na tyle odmiennego, na ile poznanie przez sztukę różni się od poznania przez naukę. Dzieło sztuki tworzy własną ikonosferę. Wyobrażenia czy asocjacje artysty nie przedstawiają lecz symulują. Nie sędzę, że przedmiotom masowej produkcji należy nadawać cechy symulujące, aczkolwiek w obecnej rzeczywistości cechy te są wpisywane w ich wygląd, jako pobudzenie popytu rynkowego, w postaci dodatku stylistycznego mającego stworzyć pozory, że przedmioty te są sprawniejsze i użyteczniejsze. Relacje pomiędzy „formą wynikającą z funkcji” oraz pomiędzy sztuką a techniką należałoby ująć w wyższej płaszczyźnie odniesień, jako relacje pomiędzy produkcją, ekonomią a kulturą, w których forma (wygląd) wynika z kultury, wartości technologicznych materiału i kryteriów ekonomicznych, z których ma powstać produkt rynkowy.

Z upływem czasu zmieniało się znaczenie pojęcia produkt – do narzędzia ukształtowanego ludzką ręką poprzez rozwój środków produkcji do produktu ukształtowanego ludzką ręką poprzez rozwój środków produkcji do produktu masowo wytwarzanego. Obecnie kontekst znaczeniowy rozszerzył się o pojęcia produkcja, towar, konsumpcja. W każdym z tych trzech pojęć produkt podlega innym kryteriom oceny. W kontekście produkcyjnym podlega kryterium oceny sprawności działania, w kontekście towarowym – podaży, w kontekście konsumpcyjnym – popytu. Te trzy pojęcia, określające rangę produktu przemysłowego w społeczeństwie, zależą jednak od postaw i zachowań członków tego społeczeństwa. Postawy i zachowania zawierające w sobie elementy: poznawczy, emocjonalny i motywacyjny, wpływają na popyt, podaż i produkcję produktów przemysłowych, upoważniając do stwierdzenia, że cechą podmiotową produktu przemysłowego jest realizacja potrzeb jako ujawnienie braku, niedosytu czy nieakceptacji przedmiotowego jej zaspokojenia. Brak akceptacji wiąże się również z pojęciem braku asymilacji społecznej tego produktu spowodowanej wadliwą postacią, wyglądem lub tzw. moralnym zużyciem, czyli absolescencją. Problematyka absolescencji związana jest głównie z chęcią posiadania stale ukazujących się nowych produktów, powodujących zanikanie walorów rynkowych starszych produktów lub zmianę preferencji wyrobów w określonych grupach społecznych.²⁷ Ewolucja produktu ukazuje, jak zmieniał się on pod wpływem procesów wytwarzania – od rękodziela, poprzez rzemiosło, produkcję przemysłową, aż do współczesnej produkcji masowej w aureoli sztuki zastąpionej modą i tendencją planowaną przez marketingowe służby biznesu. Można zatem przyjąć, że w pewnym sensie

²⁷ K. Gospodarek, *Problemy absolescencji produktów rynkowych*, IWP, Warszawa 1995.

historia powróciła do punktu wyjścia, w którym sztuka stała się synonimem piękna, odrzucając użyteczność na rzecz gustu. Apoteoza społeczeństwa kultury emocjonalnej w rozwoju cywilizacyjnym, to krok wstecz, który zamienia produkt użyteczny w symbol próżności. W którą stronę powinien rozwijać się produkt jako kluczowe pojęcie?

W rozważaniach nad produktem przemysłowym celowym należy odnieść się do niego jako całości złożonej z cech podmiotowych i przedmiotowych, w których podmiotowość produktu to zespół cech, określających potrzebę społecznie użyteczną, zrelacjonowaną z wartościami kulturowymi, produkcyjnymi i ekonomicznymi. A przedmiotowość produktu, to zespół cech określających proces użytkowania, konstrukcję, technologię, proces produkcyjny oraz wygląd zewnętrzny jako zespół komunikatów kulturowych. Produkt wzorniczy (model, wzór) to postać struktury lub systemu, w którym relacje zawarte pomiędzy elementami podmiotowymi i przedmiotowymi tworzą się wewnętrzną, spójną całość. Pojęcie *produkt* jest więc pojęciem kluczowym, wiążącym cechy podmiotowe i przedmiotowe w kontekście projektowania wzorniczego.

*Pożyteczne, czyli to co może dostarczyć
najwięcej szczęścia,
powinno być zasadą naszego działania.*

Epikur

ROZDZIAŁ IV

Projektowanie

Opisana w poprzednich rozdziałach empiryczna naoczność, jako wygląd przedmiotu percypowanego zmysłowo, stoi w sprzeczności z jego celowością jako rzeczy i przedmiotu użytkowego. Piękno, będąc empirią, czyli odczuwaniem zmysłowym, nie podlega procesom myślowym, jest więc **nieprojektowalne**. Czym zatem jest projektowanie oraz czym jest w tej klasie procesów myślowych projektowanie wzornicze?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, zacznę od przybliżenia procesów skierowanych w stronę tzw. myślenia celowego. Badania podjęte przez J. Deweya, O. Selza, R. Mülera-Freifelsa²⁸ doprowadziły do odrzucenia asocjacyjno-stycznego poglądu i zastąpienia go koncepcją *funkcjonalnej teorii myślenia*, jako procesu fazowego, rozwiniętego przez S. L. Rubinsteina i G. S. Altszullera²⁹. Teoria ta była próbą modelowego ujęcia procesu myślenia, skierowanego w stronę planowanego i celowego działania. Najważniejsze jej tezy można przedstawić jako:

1. Analiza potrzeby jako treści działania.
2. Ukierunkowanie myślenia na cel.
3. Wybór sposobu rozwiązania.

Dalsze prace nad rozwojem teorii skierowanej w kierunku rozwiązywania problemów poprzez operacje umysłowe, podjęli przedstawiciele *teorii postaci* – K. Duncker i M. Wertheiner, stwierdzając że:

²⁸ S.L. Rubinstein, *Podstawy psychologii ogólnej*, Warszawa 1962.

²⁹ O. Selz, *Zur Psychologie des Produktiven Denks Irrtum*, Bonn 1922.

J. Dewey, *Jak myślimy*, Warszawa 1957.

1. Myślenie jest rozwiązywaniem zadań, w których nie ma gotowego sposobu rozwiązania.
2. Zadanie to strukturalna całość, w której istnieje luka wymagająca wypełnienia, a wypełnienie tej luki jest celem i determinacją myślenia.
2. Przyjęcie założenia, że myślenie polega na przekształcaniu sytuacji zadaniowej.³⁰

Odnosząc się do pojęcia *projektowanie* można stwierdzić, że jest ono procesem myślowym nakierowanym na osiągnięcie celów praktycznych związanych z rzeczami, przedmiotami i ich otoczeniem. Sama celowość byłaby jednak pragmatyzmem przyjmującym za prawdziwe wszystko to, co prowadzi do sukcesu.³¹ Należało zatem uzupełnić powyższe doktryną lub postawą nawiązującą do filozofii Epikura, głoszącej że „pożyteczne”, czyli to, co może dostarczyć najwięcej szczęścia, „powinno być najwyższą zasadą naszego działania”³². **Celowość i moralność** stała się podstawą procesów obmyślenia rzeczy, przedmiotów i ich otoczenia. Obmyślanie pokonywania problemów w równym stopniu oznacza inne wytwory ludzkiej myśli, co wymaga dookreślenia kierującego je do klasy działań związanych z wyznaczonym obszarem aktywności. Dla wyraźniejszego wykazania różnic w pojmowaniu projektowania rzeczy, przedmiotów i ich otoczenia przytoczę definicję projektowania technicznego I. Dietrycha oraz „projektowania” artystycznego A. Pawłowskiego. I. Dietrych definiuje „projektowanie techniczne” jako „projektowanie systemu technicznego, będącego logiczną podstawą działania środka technicznego lub megaukładu technicznego oraz wyznaczania postaci konstrukcyjnej układów materialnych, które mają być środkami technicznymi”³³. A. Pawłowski definiuje „projektowanie artystyczne” jako „obmyślanie i określanie tych cech utworów i wytworów, które odbierane są na drodze wrażeń zmysłowych i stanowią o ich wartościach estetycznych”³⁴. Poza nieprzystawalnością terminu projektowanie jako czynności celowej, do „projektowania artystycznego”, jako czynności **kształtowania** wyglądu w drodze eksperymentu empirycznego, można wyraźnie dostrzec różnice pomiędzy cechami projektowania a cechami kształtowania, w kontekście ich podmiotowych cech, wyrażonych w pojęciach sztuki i pojęciach techniki.

³⁰ B. Ghiselin, *The creative proces*, New York 1955 (Altszuler).

W. Szewczuk, *Teoria postaci i psychologia postaci*, Warszawa 1951.

³¹ J. Didier, *Słownik filozofii*, wyd. Książnica, Katowice 2002.

³² J. Didier, *Słownik filozofii*, wyd. Książnica, Katowice 2002.

³³ I. Dietrich, *System i konstrukcja*, wyd. WNT, Warszawa 1998, s. 31.

³⁴ A. Pawłowski, *Inicjacje o sztuce, projektowaniu i kształceniu projektantów*, IWP, 1987, nr 6.

Warto w tym miejscu jeszcze raz wrócić do hybrydowej koncepcji, łączącej sztukę z techniką, jako jedności sprzecznej z logiką. Ponieważ gdyby przyjąć, że technika jest estetyczną, a sztuka jest praktyczną, to przestaje obowiązywać konstytutywny zespół cech dla tych wyodrębnionych dziedzin ludzkiego działania, zdefiniowanego poprzez sztukę oraz technikę.

Wśród wielu obszarów projektowania, obszar projektowania wyróżniający go od innych obszarów tej działalności powinien nosić takie cechy, których nie posiadają pozostałe typy tej działalności, czy działalności różnej od projektowania. Projektowanie wzornicze odróżnia się od innych typów projektowania procesem obmyślenia „postaci” modeli (wzorów) przeznaczonych do produkcji przemysłowej.

W tym kontekście pojęcia „postaci”³⁵ jako „zorganizowanej całości/struktury lub systemu, w których ich właściwości nie mogą zostać wyprowadzone z elementów składowych, tylko z relacji pomiędzy tymi elementami, pojęcie postaci daje możliwość określenia projektowania wzorniczego (industrial design) jako szczególnego procesu, tworzącego zdolną do użytkowania całość (postać) w ujęciu podmiotowym i przedmiotowym. Opisane już w poprzednich rozdziałach, pojęcie podmiotowości i przedmiotowości, warto przytoczyć jeszcze raz. A zatem ujęcie podmiotowe wiąże się z ujawnieniem potrzeby i nadaniu jej głównego celu użytkowego, określeniu jego preferencji społecznej w skali kontekstów kulturowych budujących postawy i zachowania wobec projektowanego produktu. Ujęcie przedmiotowe wiąże się z określaniem cech użytkowych jako najistotniejszych elementów struktury przedmiotowej, zawierającej kryteria konstrukcyjne, technologiczne, ekonomiczne i semiotyczne jako komunikaty wizualne, odnoszące się do wyglądu produktu rynkowego.

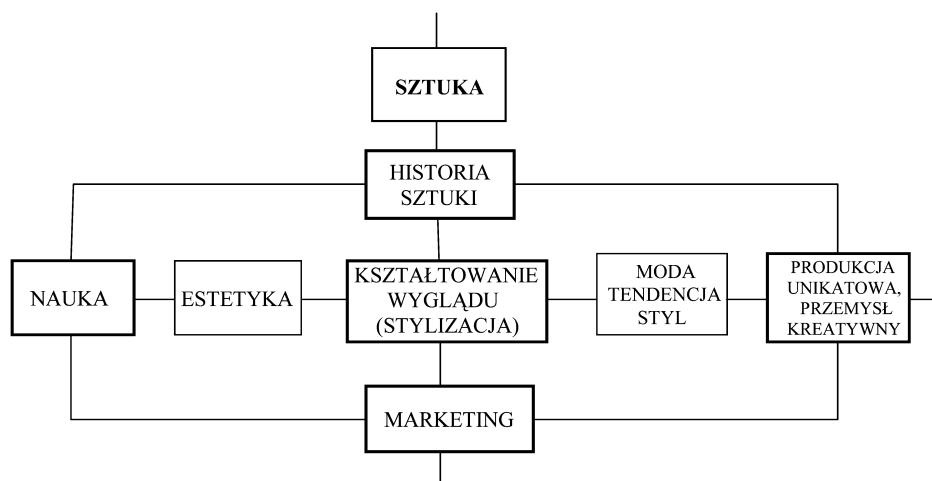
Relacje podmiotowości i przedmiotowości projektowania wzorniczego nie występują w pełni w projektowaniu konstrukcyjnym ani w kształtowaniu wyglądu. Można więc opisać projektowanie wzornicze poprzez definicję rozbudowaną (elaborated) jako: projektowanie wzornicze jest działalnością twórczą, charakteryzującą się postawą racjonalną i zachowaniem celowym, zmierzającym do uzyskania modeli (wzorów) produktów rynkowych, przeznaczonych do produkcji przemysłowej, zawierających cechy podmiotowe i przedmiotowe jako spójnej całości. Ten typ projektowania stanowi o koncepcji (idei), postaci wzoru (modelu) produktu rynkowego, wyrażanego poprzez dokumentację ofertową dla inwestora oraz dokumentację **ogólną** dla poszczególnych działów realizacji produktu. Projektowanie to jest w pewnym sensie podobne do projektowania

³⁵ W. Szewczuk, *Teoria postaci i psychologia postaci*, Warszawa 1951.

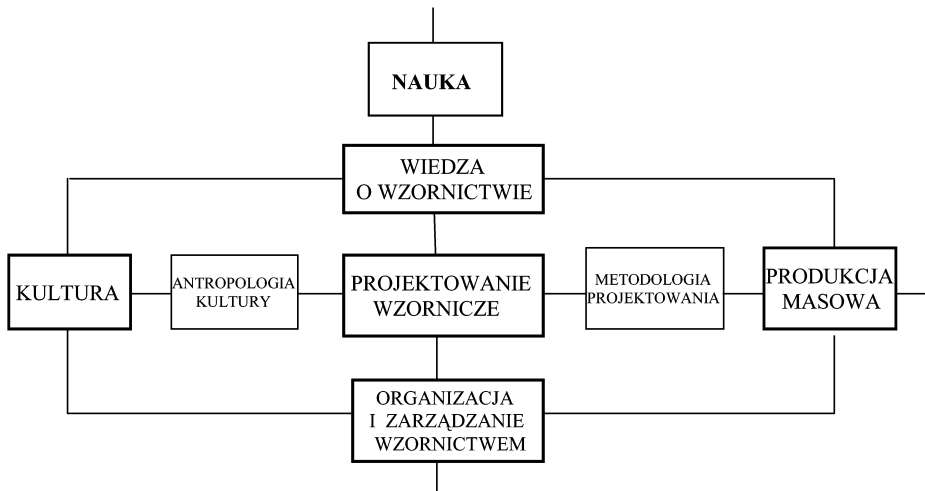
architektonicznego, w którym architekt ustanawia **ogólną** koncepcję postaci (całości) dzieła, a pozostali specjaliści poszczególnych działów projektowych oraz realizacji obiektu, prowadzą projekt do jego materialnej postaci.

Mając powyższe na uwadze, projektowanie przemysłowe (industrial design), to szansa by oznaczało ono, tak jak architektura, wyodrębnioną dziedzinę projektowania, różniącą się pod względem funkcjonalnym, profesjonalnym i instytucjonalnym, wyznaczając podmiot projektowania, jako kontekst sprawczy, przedmiot projektowania jako kontekst przedmiotowy i proces projektowania jako kontekst operacyjny o charakterze fazowym.

Stopień rozwoju projektowania wzorniczego jako działalności twórczej, uzależniony jest od rozwoju nauki, techniki i kultury, tak więc projektowanie wzornicze nie jest działalnością naukową, natomiast wiedza o wzornictwie relacjonująca ekonomię, produkcję i kulturę, wpisuje się w tę działalność, jak wiedza o architekturze czy wiedza o filmie. Projektowanie wzornicze jako działalność twórcza jest, za powyższym, w hierarchii systemu nauki, działaniem podrzędnym, na co wskazuje teza, że wiedza o projektowaniu wzorniczym nie jest całą wiedzą o wzornictwie przemysłowym. Poniżej przedstawiona nadrzędność i podrzędność pomiędzy wiedzą o wzornictwie a projektowaniem wzorniczym, oraz uogólnione relacje systemowe pomiędzy ich elementami oraz różnice pomiędzy ukształtowaniem wyglądu a projektowaniem wzorniczym, pozwalają sądzić o odrębności postaw i realizacji zawodowej, na ile sztuka jako wartość empiryczna, różni się od nauki i techniki jako wartości racjonalnej.



Postawa empiryczna – w systemie sztuki kształtowania wyglądu (art design)



Postawa racjonalna – w systemie wiedzy i praktyki wzornictwa przemysłowego.

Przedstawione rozbieżności w postawach, realizacji zawodowej i ich znaczenia dla gospodarki, powodują nierozstrzygnięte wątpliwości, czy kształcić projektantów wzornictwa przemysłowego poprzez sztukę? Czy kształcić ich poprzez wiedzę? Dzisiejszy hybrydowy układ kształcenia jako związku sztuki z techniką, identyfikowany z twórczością artystyczną, buduje niewyraźną tożsamość tego zawodu w odbiorze społecznym, oraz w kręgach projektantów, producentów i biznesu.

ROZDZIAŁ V

Projektant

Błędy i urojenia w traktowaniu zawodu projektanta wzornictwa przemysłowego sięgają głębiej, niż jego powstanie po drugiej Wojnie Światowej. Okres modernizmu, który swoją ideą sztuki objął architekturę oraz przedmioty i rzeczy powszechnego użytku, utrwalił się w środowisku projektantów, mimo że hasło: *forma wynika z funkcji* zaprzeczało kryteriom sztuki. To idea utylitaryzmu³⁶, zamieniona na funkcjonalizm, spowodowała zmiany w projektowaniu wynikającym z niedostatku warunków socjalnych oraz dynamicznego rozwoju przemysłu i gospodarki w latach 30. ubiegłego wieku. Próby przeniesienia tego modelu do Polski przyniosły widoczne rezultaty w architekturze. Jednak nie odnalazły się w formie stricte przemysłowej w dziedzinie sztuki bazującej na rzemiośle artystycznym.

Opóźnienia rozwoju gospodarczego spowodowane okresem wojennym i formowaniem się nowej doktryny polityczno-gospodarczej w Polsce, mimo starań środowiska projektantów w siermiężnej rzeczywistości przemysłu, niewiele mogły zmienić. Powstanie Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie, kolejnych Wydziałów Wzornictwa w Akademii Sztuk Pięknych (ASP), uczestnictwo Polski w kongresach ICSID-u pozwoliło odczytać tożsamość wzornictwa, jako wartości w systemie gospodarczym, jednak toczące się dyskusje o przełamaniu barier konformistycznych postaw w procesach projektowania i nauczania wzornictwa zakończyło się uświęceniem tradycji, a w niej wiary w sztukę, jako jedynej miary wszechrzeczy, odcinając kształcenie i zawód projektanta wzornictwa przemysłowego, od prób auto-

³⁶ J. Didier, *Słownik Filozofii*, wyd. Książnica 2002.

nomii gwarantującej jego prawidłowy rozwój. Losy tego zawodu potoczyły się wraz ze zmianami systemu polityczno-gospodarczego i przełożyły się na specyficzny konsumpcjonizm, w gadżetowym ujęciu śliczności bałamutnego rynku w osłonie reklamy medialnej.

Niezreformowany, podupadający przemysł skupił się na licencjonowanej produkcji, spychając wzornictwo przemysłowe do obszaru sztuki, potwierdzając jego utrwaloną identyfikację, jako tzw. piękna na co dzień. W tej sytuacji wśród „artystów” uformowały się dwie zasadnicze postawy twórcze. Postawa empiryczna, charakteryzująca się subiektywnymi odczuciami, zainteresowana tradycją, poszukiwaniem formy samej w sobie, nieprzywiązującej wagi do materiału i jego ograniczeń technologicznych, nasyconą emocjami formą o treściach symbolicznych, dążeniem do oryginalności, imitacyjność. Funkcja wpisana w formę jest więc jej kategorią wtórną, ukrytą pod formą, dążenie do oddziaływania na emocje człowieka, sprzeciw wobec procesów kultury masowej, zasada różnorodności potrzeb jednostkowych. Druga postawa – racjonalna – jest nakierowana na osiągnięcie celu w kontekście dobrze rozumianego utylitaryzmu, charakteryzuje się rozumowym rozwiązywaniem potrzeb społecznych, małym zainteresowaniem tradycją formy, dużym zainteresowaniem rozwojem technologicznym, materiałami pozwalającymi na lepsze rozwiązania, dostosowaniem formy do procesów użytkowania i eksploatacji, świadomości postaci jako struktury całościowej, świadomości procesów wdrażania do produkcji przy wyważonej ekonomii projektowanego produktu.

Powyższe rozdzieliło działalność twórczą na kształtowanie produktów rynkowych z silnym wektorem sztuki, jako stylizacji zawartej w zawodzie stylisty oraz na projektowanie, jako działanie racjonalne z silnym wektorem użytkowo-technologicznym w zawodzie projektanta wzornictwa przemysłowego.

Sztuka zaprzęgnięta do rydwanu konsumpcji wspierająca popyt, podaż i zysk buduje w społeczeństwie postawy i zachowania konsumpcyjne, w których działa ono pod wpływem irracjonalnego impulsu, wzbudzonego atrakcyjnym wyglądem produktów, na miarę aspiracji do tabloidowego świata próżności. Zauroczone społeczeństwo nie widzi, że produkty „miraże” po sezonie tracą swoją wartość i nie będą już ogólnie pożądane. To już nie miara sztuki, to miara biznesu. Artyści-styliści, dla których moda, tendencja, ekspresja, żart czy asocjacja wypełniają lukę aspiracji części społeczeństwa do wyobrażeń świata luksusu, lecz miara potrzeb opartych na przemyśle wymaga udziału

projektantów wzornictwa przemysłowego, mogących wypełnić zadania na rzecz zrównoważonego rozwoju gospodarczego.

W dawnych epokach, artystę traktowano jako bezimiennego rzemieślnika, potem wyniesiono go do rangi mistrza, by w końcu uczynić demiurgiem wirtualnej rzeczywistości. Dzisiaj bycie artystą nie jest zawodem, a postawą twórczą mierzoną miarą społecznego uznania. Wpisany w obszar sztuki artysta – designer – nie występuje w klasyfikacji zawodów, nie posiada uprawnień do projektowania, zastrzeżonych dla inżynierów, a więc nie musi wykonywać dokumentacji projektowej, specyfikacji czy opisu projektów. On ma działać w materii, wyczuwając i realizując wygląd dzieła na miarę swej wrażliwości artystycznej.

Nic też dziwnego, że wśród artystów różnej preferencji, znajdują się między innymi styliści, wizażyści, artyści tatuażu i malowania paznokci, tworzący markowo brzmiące „Studia Art Design” czy „Art Center Nail Design”. W tej przestrzeni nazw, komercji i biznesu „...kicz powstaje nie tylko na skutek rezygnacji z prawdy na rzecz „piękna”, lecz również wtedy, gdy artysta z cel dążenia stawia sobie piękno i sztukę”³⁷. Doświadczenia ostatnich lat ukazują co dzieje się z wzornictwem, gdy staje się ono tylko sztuką. To nie tylko artystowska, emocjonalna postawa, nadają kształt rzeczywistości, to zaprojektowane celowo i zrealizowane: narzędzia, maszyny, sprzęt powszechnego i specjalistycznego użytku, odzież konfekcjonowana, opakowania, środki transportu i komunikacja wizualna w jej cyfrowym przekazie, tworzą nową rzeczywistość oraz nowe modele postaw i zachowań społecznych. Rozróżnienie twórczości stylisty od konstruktora i od projektanta wzornictwa przemysłowego, wyprowadzić można z ich postaw i doświadczeń. Postawa i zawód stylisty opiera się o kryteria estetyczne, postawa konstruktora o kryteria celowe, zmierzające do skutecznego rozwiązania działającego układu technicznego, a postawa projektanta wzornictwa przemysłowego jako postawa również celowa, obejmuje obmyślanie koncepcji (idei) postaci modelu struktury lub systemu podmiotowo-przedmiotowego zrelacjonowanego z rozwojem kultury.

Jak wynika z powyższego, projektowanie wzornicze jest procedurą twórczą, fazową, przedprodukcyjną i kontekstualną **o cechach projektowania ogólnego**. Jak w każdym typie działalności twórczej, również w projektowaniu wzorniczym mogą występować specjalizacje, odnoszące się do segmentu rynkowego, jednak ich wspólnymi cechami powinny być: racjonalność w postawie twórczej oraz podmiotowość i przedmiotowość w fazowym pro-

³⁷ H. Broch, *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*, wyd. Czytelnik, Warszawa 1998.

cesie projektowania, oraz kontekstualność kulturowa. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że projektowanie wzornicze równoznaczne z „industrial design” nie powinno należeć do tzw. „przemysłu kreatywnego”. Jego miejsce jest w systemie kultury i podsystemie produkcji.

Odpowiedzialność projektanta przemysłowego jest ważona miarą innowacyjną, jakościową i kulturową zaprojektowanych produktów. A zatem projektant wzornictwa przemysłowego to zawód twórczy, charakteryzujący się postawą racjonalną, skierowaną na obmyślanie produktów zawierających cechy podmiotowe i przedmiotowe, zawarte we wzorach (modelach) przeznaczonych do produkcji przemysłowej. W tym ujęciu zawód projektanta wzornictwa przemysłowego nie będzie budził sprzeczności, czy jest zawodem z pogranicza sztuki i techniki, czy jest tylko sztuką, czy tylko techniką. Doświadczenia związane z kryzysami gospodarczymi na świecie, wskazują na konieczność zmian ze „społeczeństwa konsumpcyjnego”, w którym miara posiadania jest miarą systemu wartości, na społeczeństwo „zrównoważonego rozwoju”, w którym świadomość ekonomiczna wyznacza możliwości osiągnięcia celu. To szansa dla systemu gospodarczego oraz dla projektantów wzornictwa przemysłowego, przygotowanych zawodowo do pojęcia wyzwań cywilizacyjnych i kulturowych XXI wieku.

Ogólnie zarysowana postać projektanta wzornictwa przemysłowego, powinna rzutować na system kształcenia w zakresie wiedzy i praktyki zawodowej. Opisany obszar jego działalności wskazuje, że wiedza o wzornictwie, projektowaniu i zawód projektanta wzornictwa przemysłowego autonomizując się z obszarami „estetyki przemysłowej” lat 50-tych XX wieku, stając przed lustrem obecnej rzeczywistości XXI wieku, wymagają zmian swojej tożsamości.

*Nadając rzeczom niewłaściwe nazwy
mnożymy niedolę świata*

Albert Camus

ROZDZIAŁ VI

Design próba definicji

Jak długo obecny w Polsce model „konsumpcjonizmu” będzie powodował marketingowy wektor wzornictwa, wskażą nam prognozy i plany rozwoju społeczno-gospodarczego, zderzone z bieżącą rzeczywistością.

Design można odbierać w kontekście byłych doświadczeń lub w kontekście bieżących wydarzeń. Kontekst byłych doświadczeń prowadzących do pojawienia się fenomenu design, jako nowej wartości, nie wyjaśnia tego zjawiska jako, że nowa wartość niczego nie odejmuje, ani niczego nie dodaje do wartości poprzedzającej, ponieważ jest po prostu nową wartością. W tym kontekście warto przytoczyć wypowiedź Roberta Wettsteina „Design pochodzi z design”³⁸. Nic w tym dziwnego, że design zasadniczo odróżnia się od sztuki użytkowej czy stosowanej, a te z kolei odróżniają się od rękodziela, co nie znaczy, że historyczny opis rozwoju kultury materialnej ma nie obejmować design. Kontekst bieżących wydarzeń, które wpływają na pojęcie design, nosi cechy kontekstu rozbudowanego, podatnego na wszelkie zmiany i wymagającego uzupełnień, co też wielokrotnie czyniono w opisach tego fenomenu. Jest to jedną z przyczyn, że design, jako pojęcie i jego nazwa, nie zostało opisanewkontekścieograniczonymdefinicją. Postrzeganiezmiennoscipotrzeb w wieku diametralnie zmienionej rzeczywistości w postaci: otwarcia granic, dynamicznego rozwoju technologii, uwolnionego przepływu informacji i niedoli wielu obszarów świata, stanowi o konieczności zmian tożsamości

³⁸ J. Porębski, *Aspiracje*, wyd. ASP – Warszawa 2005, s. 27.

wzornictwa, jako dziedziny twórczości o zbyt dużej rozbieżności w jego pojmowaniu.

Międzynarodowe Stowarzyszenie Projektantów ICSID zrezygnowało z próby sformułowania oficjalnej jego definicji. Nadal design wydaje się mieć najwięcej problemów z samym sobą, podlegając co jakiś czas zmianom swojej tożsamości. Zatem, aby wiedzieć o czym mówimy, należy przyjąć jakiś zakres znaczenia terminu design (wzornictwo). Angielskie słowo „design” łączy w sobie podwójny sens słów, występujących również w języku francuskim „dessein” (projekt) i „dessin” (wzór), stanowiąc o nazwie działalności twórczej określonej jako „projektowanie” (design). W języku polskim słowo „wzór” stanowi o przyjętej nazwie „wzornictwo”, które w treści nazwy jest tożsame z „Design”, lecz można przypuszczać, że głównym powodem nadania mu nazwy „wzornictwo”, jest wyprowadzenie jej od pojęcia „wzór” i „wzorcownia” jako pomieszczenie, w którym przygotowywało się zaprojektowane wzory (modele), do produkcji przemysłowej. Z czasem nazwa „wzornictwo” rozszerzyła swoje znaczenie o projektowanie, jako obmyślanie produktów, przeznaczonych do produkcji przemysłowej, prezentując się w pełnym brzmieniu, jako „wzornictwo przemysłowe”.

Zgubność potocznej interpretacji terminologicznej, często stawia znak równości między: rękodziełem, rzemiosłem, sztuką użytkową, modą a wzornictwem przemysłowym, zaciemniając obraz wzornictwa przemysłowego, zarazem utrudniając percepcję społeczną tego zjawiska. Sytuacja okazuje się bardziej skomplikowana, jeśli przyjrzeć się interpretacjom tego pojęcia w kręgach decydentów gospodarczych, politycznych, edukacyjnych i zawodowych, traktujących wzornictwo przemysłowe jako rodzaj twórczości artystycznej. Sprzeczność poglądów oraz fakt zrezygnowania przez ICSID z próby sformułowania oficjalnej definicji wzornictwa przemysłowego powoduje, że wzornictwo przemysłowe stając przed lustrem otaczającej go rzeczywistości nadal pyta: czym tak naprawdę jest?

Wśród intensywnie rozwijających się dziedzin wiedzy, wzornictwo przemysłowe ponownie stanęło przed próbą określenia swojej tożsamości. Warto tutaj zaznaczyć, że olbrzymi wkład w ww. próby samookreślenia się wzornictwa przemysłowego, wnieśli przedstawiciele Polski oraz, że dialog ten swoją wzmożoną aktywność ujawniał w latach 1960-1980, a więc w latach poprzedzających zmiany gospodarczo-polityczne na obszarze Polski. Szkoda tylko, że do dnia dzisiejszego kręgi decydentów gospodarczych i politycznych nie dostrzegły znaczenia wzornictwa przemysłowego jako strategicznej wartości

w próbach reformy gospodarczej. Prześledźmy zatem próby ujęcia definicyjnego tego fenomenu w różnym ujęciu warstwy znaczeniowej (materiały z kolejnych konferencji ICSID oraz publikacji w sprawie definicji industrial design).

1. SORO YANGA, Japonia 1960 r.

Industrial design jest kwintesencją techniki kształtowanej w skończoną formę.
kwintesencja techniki.

2. JAY DOBLIN, Stany Zjednoczone 1961 r.

Industrial design oznacza spowodowanie sprzedaży, uzyskane przy użyciu symboli wizualnych
– spowodowanie sprzedaży

3. REYNER BANHAM, 1967 r.

Zadaniem wzornictwa przemysłowego jest nadanie przedmiotom i usługom takiej formy, która decydowałaby o ich przydatności w celu usprawnienia i ulepszenia życia człowieka. Pole działalności wzornictwa obejmuje wszelkie rodzaje wytworów wyobraźni człowieka, a zwłaszcza te, które są produkowane masowo i wykonywane przemysłowo (Komisja definicji i doktryn ICSID, Kongres w Ottawie).

- usługi,
- wszystkie rodzaje utworów,
- produkcja masowa i przemysłowa.

4. Kongres ICSID, Belgia 1964 r.

Industrial design jest działalnością twórczą, której celem jest tworzenie formalnych jakości wyrobów przemysłowych. Jakości te dotyczą zewnętrznych cech wyrobów. Przede wszystkim przejawiają się we wzajemnych związkach strukturalnych i funkcjonalnych, które zarówno z punktu widzenia konsumenta, jak i wytwórcy, czynią z wyrobu jednolitą całość.

- zewnętrzne cechy wyrobów,
- związki strukturalne i funkcjonalne.

WANDA TELAKOWSKA I TADEUSZ REINDL, Polska 1966 r.

Terminem wzornictwo przemysłowe określamy skomplikowane zjawisko na styku spraw kultury plastycznej i zagadnień związanych z postępowaniem technicznym, ekonomią, organizacją procesów gospodarczych. W racjonalnym wzornictwie wykorzystuje się ponadto dorobek wielu innych dyscyplin, takich jak: fizjologia, psychologia, socjologia, ergonomia, ekonomia, które określają potrzeby i upodobania ludzkie w ich rozwoju. W najszerszym znaczeniu wzornictwo to całokształt działalności prowadzącej do określenia tych cech wyrobów przemysłowych, które odpowiadają rozwojowi kulturalnemu społeczeństwa i warunkom użytkowania tych wyrobów, uwzględniając przy tym możliwości ekonomiczne i postęp techniczny. W węższym znaczeniu, terminu wzornictwo używa się, mając na myśli jedynie czynność projektowania wzorów (np. specjalizowanie się we wzornictwie przemysłowym, zajmować się wzornictwem), albo w odniesieniu do kolekcji wzorów (np. wystawa wzornictwa danego kraju, poziom wzornictwa).

- plastyka,
- postęp techniczny,
- ekonomia,
- organizacja procesów gospodarczych,
- -fizjologia,
- psychologia,
- socjologia,
- ergonomia,
- potrzeby i upodobania,
- rozwój kultury społeczeństwa,
- warunki użytkowania,
- czynność projektowania wzorów,
- kolekcja wzorów,
- poziom wartości,
- publikacja, oświata, dydaktyka, upowszechnianie.

6. THOMAS MALDONADO Włochy, 1969 r., VII Kongres ICSID
Industrial design jest działalnością twórczą, której celem jest określenie formalnych właściwości przedmiotów wytwarzanych przemysłowo. Te właściwości formalne to nie tylko cechy zewnętrzne, lecz głównie współzależności strukturalne i użytkowe, które przeobrażają jakiś system w jednorodną całość, zarówno z punktu widzenia wytwórcy, jak i użytkownika.

Industrial design zmierza do objęcia wszystkich aspektów środowiska człowieka uwarunkowanych produkcją przemysłową.

- działalność twórcza,
- cechy zewnętrzne,
- współzależności strukturalne i użytkowe,
- system,
- wszystkie aspekty środowiska człowieka uwarunkowane produkcją przemysłową.

7. ANDRZEJ PAWŁOWSKI, Polska 1970 r.

Industrial design to działalność twórcza, dążąca do zaspakajania potrzeb ludzkich środkami wynikającymi z przemysłowych form produkcji, w celu zapewnienia najbardziej racjonalnych warunków rozwoju człowieka i kultury w warunkach cywilizacji technicznej.

Projektowanie obejmuje wszystkie aspekty ludzkiego otoczenia, które są uwarunkowane przemysłowym wytwarzaniem.

- działalność twórcza,
- zaspakajanie potrzeb,
- przemysłowe formy produkcji,
- rozwój człowieka i kultury,
- projektowanie obejmujące wszystkie aspekty uwarunkowane przemysłowym wytwarzaniem,
- postęp techniczny,
- możliwości ekonomiczne,
- optymalne środowisko człowieka.

8. BORYS SOŁOWIEW, Związek Socjalistycznych Republik Radzieckich (ZSRR), 1971 r.

Industrial design jest działalnością twórczą. Jej celem jest kształtowanie harmonijnego środowiska sztucznego, które w pełni zaspokajają materialne i duchowe potrzeby człowieka. Cel ten osiąga się przez określenie formalnych właściwości przedmiotów wytwarzanych przez przemysł. Te formalne właściwości to nie tylko cechy zewnętrzne, ale przede wszystkim współzależności strukturalne, które przekształcają jakiś układ w funkcjonalną i harmonijną całość, przyczyniając się równocześnie do wydajności produkcji.

- działalność twórcza,

- kształtowanie sztucznego środowiska,
- potrzeby materialne i duchowe,
- właściwości przedmiotów wytwarzanych przemysłowo,
- cechy zewnętrzne,
- zależności strukturalne,
- układ, całość,
- funkcja i harmonia,
- wydajność produkcyjna.

9. EDGAR KAUFMAN, Stany Zjednoczone, 1971 r.

Industrial design jest umiejętnością wykorzystania zasobów technicznych w celu tworzenia wyrobów i systemów, które służą ludziom. Ponadto industrial design dąży do uzyskania właściwości wyrażonych częściowo w cechach zewnętrznych, ale głównie we współzależnościach integralno-strukturalnych, odpowiadających odwiecznej ludzkiej potrzebie sensownej formy. W ten sposób zarówno praktycznie, jak i emocjonalnie, wzornictwo stało się nowym czynnikiem kształtującym cywilizację.

- umiejętność,
- zasoby techniczne,
- ulepszanie i tworzenie wyrobów,
- systemy,
- cechy zewnętrzne,
- zależności strukturalne,
- forma – wyraz emocjonalny,
- praktyka,
- kształtowanie cywilizacji.

10. RAPORT O STANIE WZORNICTWA PRZEMYSŁOWEGO

– Polska – 1972 r.

Podstawowe funkcje wzornictwa przemysłowego dotyczą programowania, uruchamiania, ukierunkowania, wspomagania i nadzorowania działań wytwórczych i handlu. Funkcje te obejmują dbałość o dobrą formę produktu, o uzyskanie najlepszego wyniku użytkowego i celowego wyrazu emocjonalnego, przy możliwie oszczędnej, sprawnej technicznie i prawidłowej technologicznie produkcji. Wymaga to zespołowego działania obejmującego kompleksowo prace naukowo-badawcze i doświadczalne, koncepcyjne i projektowe, prototypowe, wytwórcze.

- programowanie,
- uruchamianie,
- wspomaganie,
- nadzorowanie wytwórczości i handlu,
- dobra forma,
- najlepszy wynik użytkowy,
- wyraz emocjonalny,
- oszczędna i sprawna technicznie produkcja,
- prawidłowa technologia,
- zespołowe działanie,
- prace naukowe, doświadczalne,
- prace koncepcyjne i projektowe,
- prace prototypowe,
- wytwórczość.

11. UCHWAŁARADY MINISTRÓW NR 57 W SPRAWIE ROZWOJU WZORNICTWA PRZEMYSŁOWEGO – Polska – 1977 r.

Wzornictwo przemysłowe jest dziedziną twórczości, która zajmuje się nadawaniem walorów estetycznych i użytkowych wyrobom przemysłowym.

- dziedzina twórczości,
- walory estetyczne i użytkowe.

12. JERZY DERKOWSKI – Polska – 1986 r.³⁹

Wzornictwo przemysłowe to odrębna dziedzina wiedzy zajmująca się poznaniem, integracją i opisem relacji występujących między produkcją, konsumpcją i kulturą (definicja regulująco-projektująca).

Wzornictwo przemysłowe do nauka o zależnościach pomiędzy produkcją, konsumpcją i kulturą (definicja leksykalna).

- dziedzina wiedzy,
- nauka,
- relacje,
- produkcja,
- konsumpcja,
- kultura.

³⁹ J. Derkowski, „Design” 3/87, Wiadomości IWP, s. 24, 25, 26.

13. LIDIA NOWIKOWA – ZSRR – 1981 r.

Termin „wzornictwo przemysłowe” używany jest dla oznaczenia pewnego rodzaju praktyki społecznej w całości (działalność artysty-konstruktor, metody i produkty jego działalności, ich realizacja i produkcja). Termin „konstruowanie artystyczne”, który używany jest niekiedy jako równoznaczny z pojęciem „wzornictwo przemysłowe”, charakteryzuje specyfikę nowego rodzaju działalności estetycznej, a w węższym znaczeniu – jeden z jej etapów.

Wczytując się w opisy określające znaczenie pojęcia „wzornictwo przemysłowe”, większość ich autorów pojęcie te przedstawia jako: rodzaj praktyki społecznej, całokształt działalności, zjawisko na styku nauki, techniki, ekonomii i sztuki, działalność twórczą czy kształtowanie formy użytecznej i estetycznej. Również „wzornictwo przemysłowe” w tych opisach określane jest zamiennie jako: działalność twórcza projektantów produktów przemysłowych, ogół utworów (projektów) produktów przemysłowych, ogół wytworów (produktów), powstałych w oparciu o projekty projektantów czy jako cecha jakościowa produktów, np.: „poziom wzorniczy”, „wzornictwo wyrobów” lub „estetyka produktów”.

Próby tych opisów można zaliczyć do definicji tzw. „projektująco-wyliczających” (elabored), mogących korzystać ze swobody określeń, jednak ich charakterystyczną cechą jest to, że nie lokują ostro pojęcia „wzornictwo przemysłowe” w żadnym ze zdefiniowanych już i uznanych definicjach, takich jak: kultura, nauka, polityka, produkcja, ekonomia, sztuka. Mimo to można doszukać się desygnatów treści pojęcia „wzornictwo przemysłowe” w kontekstach ww. pojęć.

I tak, w kontekście pojęcia kultury pojawiają się określenia: poziom rozwoju społecznego, wzorce zachowań.

W kontekście pojęcia nauki: związki z filozofią, psychologią, socjologią, ekonomią, technologią itd.

W kontekście pojęcia polityki: organizacja procesów gospodarczych.

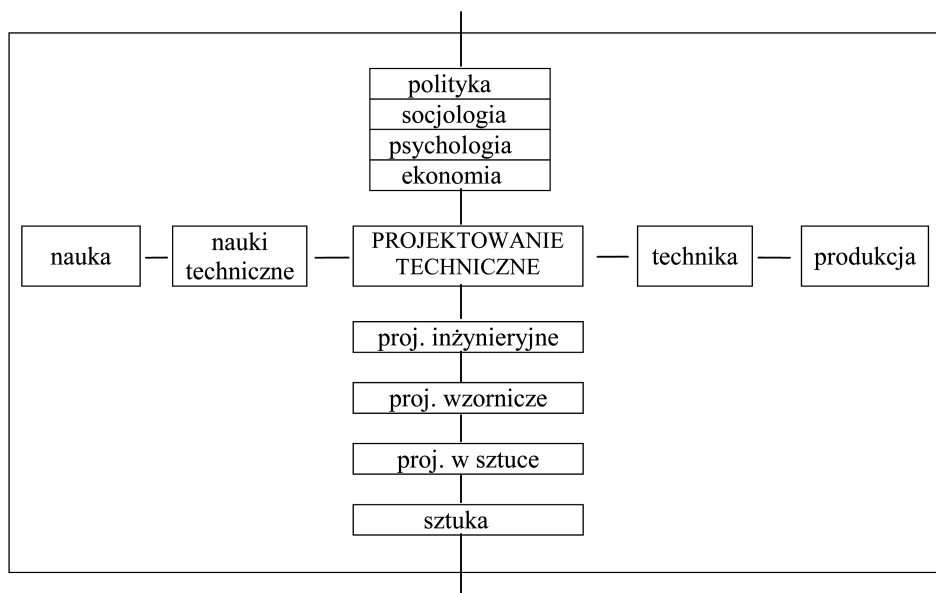
W kontekście pojęcia produkcji: wykorzystanie zasobów technicznych, uruchamianie produkcji.

W kontekście pojęcia konsumpcji: jakość, wymagania użytkowe, zaspokajanie potrzeb i preferencji społecznych, powodowanie sprzedaży.

W kontekście pojęcia sztuki: symbole wizualne, jakości formalne zewnętrznych cech wyrobów, wartości estetyczne.

Powyższe uogólnione spostrzeżenia odnoszące się do prób zdefiniowania fenomenu, jakim jest bez wątpienia „wzornictwo przemysłowe”, pozwala stwierdzić, że jest ono działalnością kontekstualną, lecz jako system wiedzy i jej struktury, nie posiada jasnego i precyzyjnego zdefiniowania w kategoriach nadrzędności i podrzędności celów i zadań.

Według koncepcji J. R. Dixona⁴⁰, systematyzującej usytuowanie wzornictwa przemysłowego w obszarze wiedzy i praktyki działania, wzornictwo przemysłowe znalazło się jako projektowanie na styku nauki, techniki i sztuki, potwierdzając tym część definicji jako dyscyplina projektowa o cechach i właściwościach dla projektowania.



Juliusz Goryński⁴¹ w systematyce określającej „plan działania urbanistyki, architektury i planowania regionalnego”, w ujęciu nowych dyscyplin i pól ich integracji, wzornictwo przemysłowe usytuował wraz z architekturą zespołów w całościowym ujęciu architektury. Próba ta wywodząca się z odniesień do rewolucji przemysłowej XIX w., niosącej procesy industrializacji, urbanizacji oraz pojawienie się fenomenu wzornictwa przemysłowego i wtórnej do tych faktów kultury masowej, zaznacza, związki wzornictwa przemysłowego z architekturą. Potwierdza tę myśl w swojej końcowej fazie definicja T. Maldona-

⁴⁰ Praca zbiorowa, *Człowiek-nauka-technika*, wyd. KIW, Warszawa 1976.

⁴¹ Juliusz Goryński, *Urbanizacja, urbanistyka i architektura*, PWN, Warszawa 1966, s. 72.

do i A. Pawłowskiego. „(...) industrial design zmierza do objęcia wszystkich aspektów środowiska człowieka, które uwarunkowane są produkcją przemysłową”.



Ryc. Pola działania urbanistyki, architektury i planowania regionalnego.

Na VII Kongresie ICSID w 1969 r. Thomas Maldonado nadał rozszerzone znaczenie pojęciu „wzornictwo przemysłowe” (industrial design). Przypomnę je ze względu na dalszy tok rozważań.

„Industrial design” jest działalnością twórczą, której celem jest określanie formalnych właściwości przedmiotów wytwarzanych przemysłowo. Te właściwości formalne to nie tylko cechy zewnętrzne, lecz głównie współzależności strukturalne i użytkowe, które przeobrażają jakiś system w jednorodną całość zarówno z punktu widzenia twórcy, jak i użytkownika. Industrial design (wzornictwo przemysłowe) zmierza do objęcia wszystkich aspektów środowiska człowieka, które uwarunkowane są produkcją przemysłową”.

Definicja ta umieszczając wzornictwo przemysłowe w działalności twórczej o cechach konstytutywnych dla procesu projektowania, zamyka zakres treści nazwy w obszarze tejże działalności, a zatem w specjalności projektowania. Tak więc projektowanie to, nie jest już tylko projektowaniem wyglądu, a więc i nie jest dyscypliną tylko artystyczną. Nie jest również projektowa-

niem technicznym, a więc i nie jest dyscypliną techniczną. Czym zatem jest industrial design (projektowanie przemysłowe)?

Prześledźmy zatem uważniej, dalszą część definicji ze względu na jej wartość z punktu widzenia znaczenia jej desygnatów w przyjętej nazwie „industrial design”. Otóż definicja ta odnosi się tylko i wyłącznie do przedmiotów wytwarzanych przemysłowo. A więc nie dotyczy przedmiotów wytwarzanych metodami rękodzielniczymi i rzemieślniczymi. Desygnaty zawarte w dalszej części definicji, określające takie pojęcia, jak: właściwości formalne, całość, system, wytwórca, użytkownik, cel, nie wyczerpują treści nazwy, jak również czynią rozumienie wzornictwa przemysłowego dwuznacznie, z racji postawienia mu dwóch cech sprzecznych.

Otóż pierwsza cecha opisana jako „określenie formalnych właściwości, to tylko właściwości formy (wyglądu). Właściwości użytkowe, to tylko właściwości użytkowe”. Relacje między tymi właściwościami mogą, wg T. Maldonado, tworzyć system, lecz system ten charakteryzuje się brakiem spójności, wynikającej z rozbieżności pomiędzy sztuką, jako nieposiadającą wartości użytkowych, a użytkowością, związaną wytwarzaniem produktów przemysłowych. To zasadnicza różnica pomiędzy kształtowaniem wizualnym (art design), a projektowaniem wzorniczym (industrial design). W zacytowanej definicji Tomasza Maldonado, jej autor pominął szereg właściwości ekonomicznych, znajdujących się pomiędzy użytkownikiem i wytwórcą, jak kryteria ilościowe, jakości, kosztów, organizacji i zarządzania czy dystrybucji poprzedzanej marketingiem. W definicji tej zabrzmiało dalekie echo tezy Lovisa Suliwana „form flows function” (forma wynika z funkcji). A więc z użyteczności cofnęło tę definicję do lat 30-tych dwudziestolecia międzywojennego, wraz z wypowiedzią z tego okresu Waltera Gropiusa: „Design, w szerokim znaczeniu tego słowa, obejmuje ogół tego wszystkiego, co nas otacza, a co zostało stworzone przez człowieka, począwszy od prostego przedmiotu, czy zwykłego urządzenia, po pełną organizację całego miasta”.

Wyżej cytowana definicja, sytuująca design w specjalności projektowania jako dualistycznego ujęcia pomiędzy sztuką a techniką, ujawniła jej dychotomię jako dwóch przeciwstawnych sobie dziedzin oraz odniesień do 30-tych lat, reprezentujących funkcjonalizm Lovisa Suliwana i Waltera Gropiusa.

Analizując treści definicji, można stwierdzić, że jest ona z jednej strony zbyt szeroka, a z drugiej strony zbyt wąska, i na dzień dzisiejszy nie adekwatna do rzeczywistości. Przyjmując za autorem definicji, nazwę „industrial design” („wzornictwo przemysłowe”) jest działalnością twórczą, to należy je

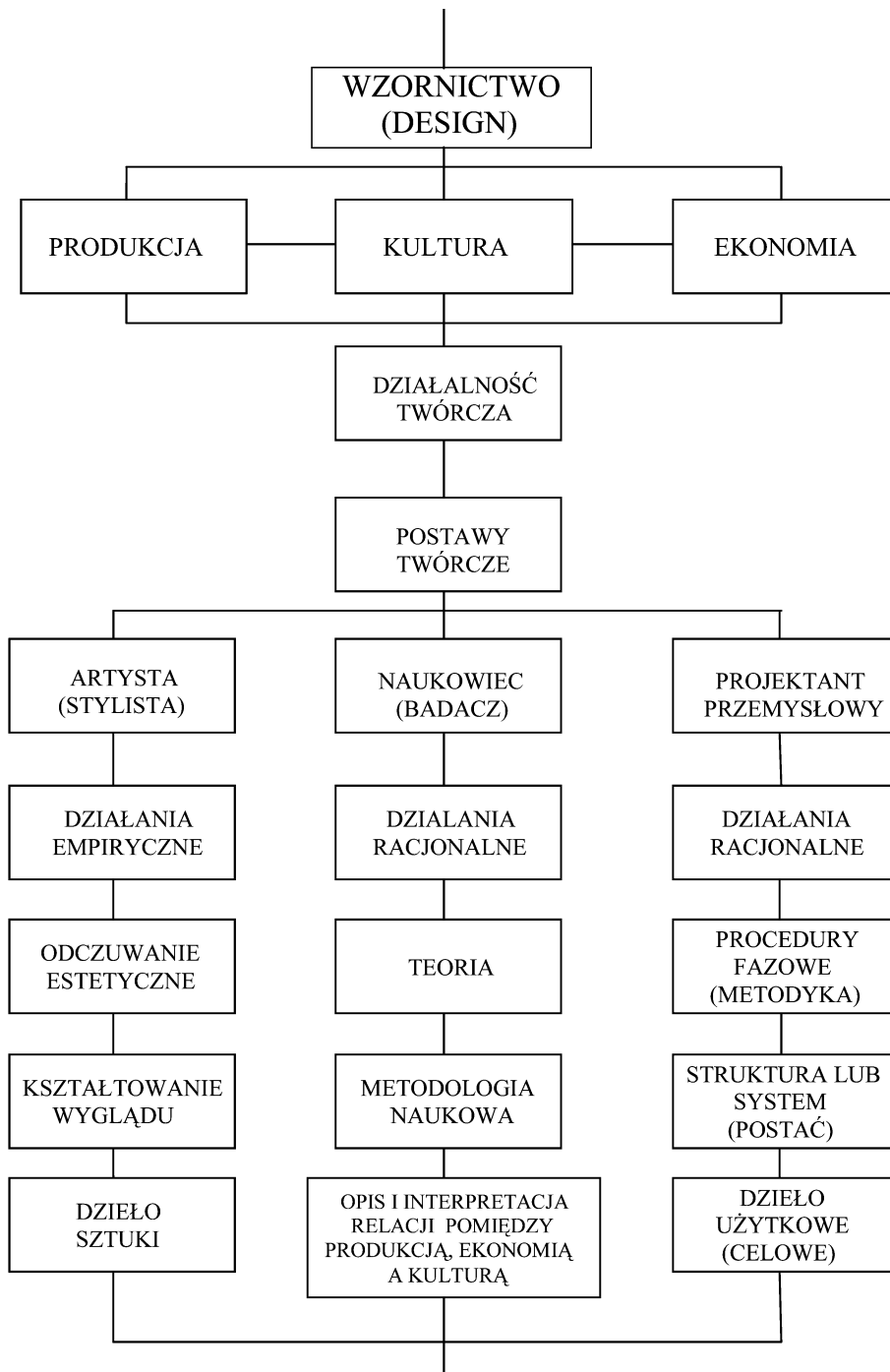
rozpatrywać w kategoriach projektowania, jako działalność celową. Stwierdzić również należy, że projektowanie wzornicze nie jest całą wiedzą o wzornictwie. Wzornictwo odsłania relacje wykraczające poza obszar samego projektowania jako, że środki do uzyskania celu nie są celem samym w sobie. A zatem gdyby wzornictwo uznać za projektowanie to dlaczego desygnatem nazwy w polskim ujęciu jest wzornictwo, a nie projektowanie wzornicze? W pytaniu tym pojawia się pewne rozróżnienie pomiędzy nazwą „wzornictwo”, a nazwą „projektowanie”, określające regułę nadrzędności i podrzędności definicyjnej. Wspierając się definicją klasyczną, która polega na „definiowaniu czegoś przez wskazanie podmiotu nadrzędnego i cech wyróżniających ten podmiot spośród elementów wchodzących w skład tego podmiotu”, to nazwę „wzornictwo” można uznać jako nazwę nadrzędną, zawierającą cechy wiedzy odnoszące się do całego obszaru wzornictwa, a cechy odnoszące się do projektowania (procedury), uznać można jako nazwę podrzędną do nazwy „wzornictwo”. Przywołując identyfikację społeczną nazwy „wzornictwo” czy coraz to szersze utrwalanie się tego zjawiska pod nazwą „design”, okazuje się, że niesłusznie odczytuje się je wyłącznie jako nadawanie walorów estetycznych, produktom rynkowym. Wzornictwo (design) jako obszar relacji pomiędzy produkcją, ekonomią a kulturą, powinno konstytuować w tym obszarze postawy naukowca oraz projektanta, różniące się zadaniami we wspólnym celu o różnym wektorze zadań.

Powodując się powyższym, wzornictwo przemysłowe powinno odnaleźć się na nowo, jako zorganizowana całość, w której jego właściwości nie mogą zostać sprowadzone do sumy cech jej składników, które są jedynie elementami relacji jako korelatów tego systemu. Tak więc wzornictwo to względnie autonomiczny system o cechach i właściwościach przynależnych do wiedzy na tyle autonomicznej i relatywnej, jak np. pojęcie architektury. Przyjrzyjmy się zatem definicjom wchodzącym w obszar nazwy wzornictwo (design), w kontekście produkcji, konsumpcji i kultury.

Produkcja – to całość technicznej organizacji przemysłowej, służącej wytwarzaniu masowych dóbr materialnych.

Konsumpcja – to całość użytkowania towarów przez nabywców.

Kultura – to całość obejmująca zachowania ludzi, przebiegające wg wspólnych dla zbiorowości społecznej wzorów, wykształconych i przyswajanych w toku interakcji oraz zawierająca wytwory takich zachowań.



Postawy twórcze w obszarze wzornictwa

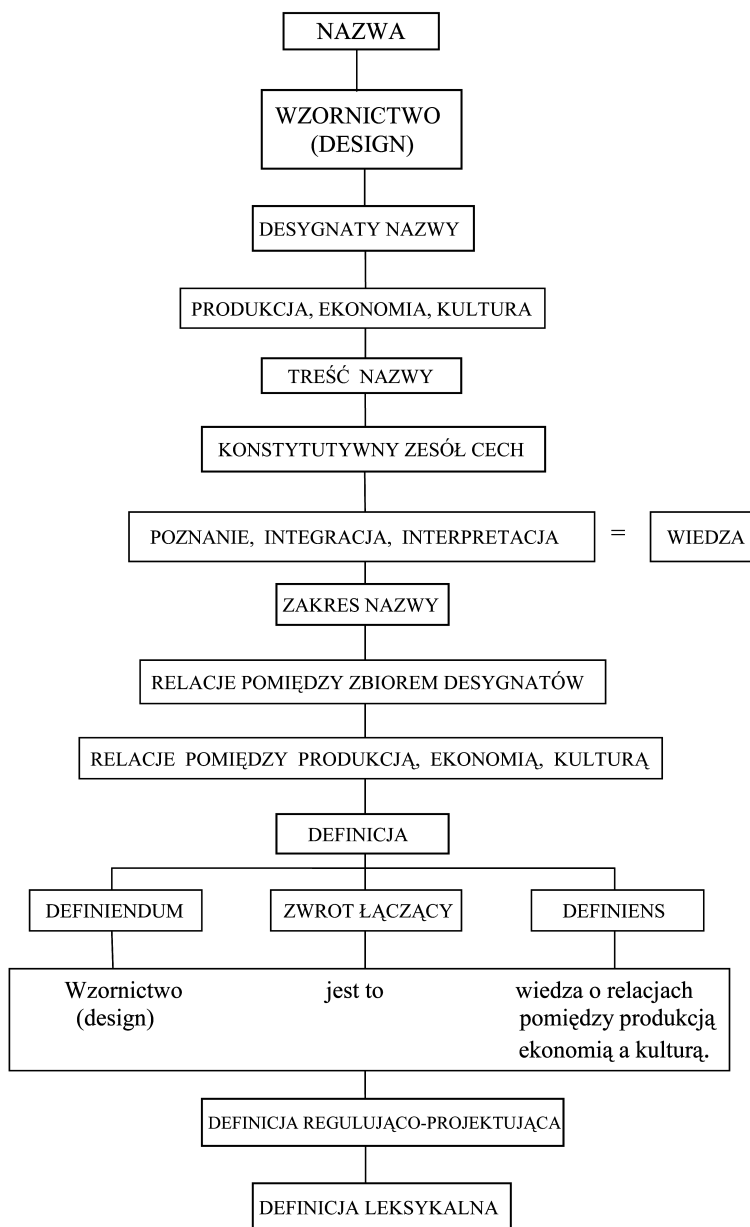
Nauka – to całość rozwijającej się wiedzy obiektywnej, jaką osiąga się za pomocą odpowiednich metod poznania, wyrażanych w pojęciach sprawdzalnych w praktyce. Istota wartości naukowej sprowadza się więc do poznania, integracji, interpretacji i wyjaśniania.

Powyższe skłania do sformułowania szeregu definicji w kategoriach nadrzędności i podrzędności, pozwalających na uporządkowanie hierarchii i zależności, a tym samym umożliwiających ustalić zadania nauki i praktyki działania przy założeniu, że wspólność celu nie jest tożsamością działań. Brak tego rozróżnienia nie pozwoliło w poprzednich próbach formułowania definicji wzornictwa, na prawidłowe określenie desygnatów treści jego nazwy, jak również na systemowe ujęcia pojęcia wzornictwa przemysłowego, jako wyodrębnionej dziedziny wiedzy oraz praktyki działania.

W języku polskim zdefiniowanie w kategoriach nadrzędności i podrzędności nazwy wzornictwo oraz projektowanie wzornicze, jest możliwe ze względu na wyraźną rozróżnialność tych nazw. W języku angielskim występuje trudność zdefiniowania design w kategoriach nadrzędności i podrzędności, z racji niemożności definiowania dwóch nazw wiedzy i praktyki przez tę samą nazwę design oznaczającą projekt. A zatem można by użyć sformułowania wiedza o wzornictwie, science of design, a projektowanie przemysłowe „industrial design”, w odróżnieniu od projektowania inżynierskiego (engineering design) i projektowania w sztuce jako „art design”.

Przystępując do próby zdefiniowania wzornictwa, w celu zrozumienia tego terminu, posłużę się definicją równościowo-regulującą. Definicja ta składa się z definiendum zwrotu łączącego i definiensa, w której to definicji definiendum to wyraz, który w definicji posiada znaczenie nie ustalone, zwrot łączący jako spójnik określający, np. „to jest”, oraz definiens przy pomocy którego ustala się znaczenie definiendum. W definicjach, w których w definiendum występuje wyłącznie wyraz definiowany, nazywamy definicjami wyraźnymi, odróżniającymi się od definicji kontekstowych. Powodując się powyższym, za definiendum przyjmuję wyraz wzornictwo jako obszar całej wiedzy o nim w ujęciu badawczym (naukowym), lub zmienionej nazwie, jako wiedza o wzornictwie, opierając się na tezie, że projektowanie wzornicze (design) nie jest całą wiedzą o wzornictwie. Za ustalenie znaczenia treści nazwy (definiensa), przyjmuję pojęcia: poznanie, integracja, interpretacja, jako pojęcia charakteryzujące naukę, a jako elementy systemowe obszaru badań przyjmuję pojęcia ekonomia, produkcja, kultura. Powyższe pozwala sformułować definicje wzornictwa lub inaczej – wiedzy o wzornictwie w następującej formie:

wzornictwo (wiedza o wzornictwie) to odrębna dziedzina wiedzy, zajmująca się poznawaniem, integracją, interpretacją i opisem relacji systemowych, pomiędzy ekonomią, produkcją a kulturą. Za definicję leksykalną można przyjąć: wzornictwo to nauka o zależnościach pomiędzy ekonomią, produkcją a kulturą.



Oczywistością jest, że duża pojemność wiedzy z obszarów ekonomii, produkcji i kultury jako konieczność jej integracji, interpretacji i opisu w kategoriach relacji systemowych, pozornie utrudnia działania naukowe, lecz kontekstualność tej wiedzy w różnych jej aspektach, ma już odzwierciedlenie w wielu publikacjach w kraju i za granicą. Narastająca latami rozproszona baza wiedzy o wzornictwie, poprzez definicyjny jej opis, szerszy a zarazem wyraźniejszy jako segmentu wiedzy ontologicznej o systemowych cechach, przyczynić się może do uporządkowania funkcjonalnie zróżnicowanych części do powodzenia całości, a powodzenie całości do powodzenia jej części.

*Działalność design uformowana
przez przeszłość i terażniejszość,
nakierowana jest na przyszłość*

Wictor Margolin
(projektant design)

ROZDZIAŁ VII

Instytucjonalizacja

Rozważania nad instytucjonalizacją wzornictwa przemysłowego nie pretendują do projektowania systemu tego fenomenu społecznego. Celem tych rozważań jest zwrócenie uwagi na rozproszone działania, w których relacje pomiędzy istniejącymi instytucjami są zbyt słabe, by system mógł działać aktywnie i sprawnie. Nie bez powodu formułuje się tezę, że jeżeli w systemie nie działają relacje pomiędzy jego elementami, to system taki uważa się za niedziałający. Mimo, że w dokumentach strategicznych rozwoju państwa zapisano możliwości skierowania strumienia finansowania dla celów wzornictwa przemysłowego między innymi w „programie operacyjnym – innowacyjna gospodarka na lata 2007-2013”⁴², czy ustanowienie wzornictwa przemysłowego, jako jednego z dziesięciu priorytetów „kształcenia poprzez wiedzę”, to skutki tych działań nie przekładają się na realne osiągnięcia w systemie gospodarczym państwa. Brak relacji pomiędzy szkolnictwem wyższym a przemysłem oraz błędy legislacyjne, fatalne w skutkach, w zakresie kształcenia w zawodzie projektanta oraz organizacji i zarządzania wzornictwem, nie pozwalają na sprawcze, funkcjonalne, operacyjne i instytucjonalne działania. Polska, chcąc uczestniczyć w światowym konkurencyjnym rynku, powinna zwrócić szczególną uwagę na wzornictwo przemysłowe, jako stymulatora rozwoju eksportu i rynku wewnętrznego, poprzez innowacyjność, jakość i wartości wzornicze produkcji przemysłowej, opartej o własne opracowania

⁴² B. Bocheńska, J. Ginalski, *Design management*, IWP, Warszawa 2010, s. 63, 64, 65.

produktów przemysłowych. Nie ulega zatem wątpliwości, że wzornictwo (design) spełnia społecznie ważną funkcję stymulowania rozwoju gospodarczego. Mówiła o tym Premier Wielkiej Brytanii Margaret Thatcher w roku 1989⁴³.,,Nigdy wcześniej industrial design (wzornictwo przemysłowe) nie uczyniło tak wiele dla gospodarki brytyjskiej”, co również potwierdza jego znaczenie dla krajów takich, jak Dania, Szwecja, Holandia, Niemcy, Francja, Włochy, Japonia czy USA. Od wystąpienia Margaret Thatcher minęło 20 lat, a potencjał polskiego wzornictwa przemysłowego nie został należycie wykorzystany w strategii gospodarczej kraju. Zepchnięte w cień aktywności z pogranicza sztuki i komercji, usytuowane w „przemysle kreatywnym”, oczekuje właściwego impulsu do jego instytucjonalizacji. Główną cechą instytucjonalizacji każdej ważnej funkcji społecznej jest cecha relatywności wewnątrz strukturalnej i systemowej. Jean Piaget strukturę definiuje jako taki układ, który spełnia dwa warunki: jest układem rządzącym się wewnętrzną spójnością, a spójność ta ujawnia się przy badaniu przekształceń, dzięki którym w układach pozornie różnych, odnajduje się podobne właściwości⁴⁴. Struktura zachowuje się jak system w kontekście relacji pomiędzy jej elementami, a w odróżnieniu od systemu jest ona tworem zamkniętym do wewnątrz, nie wchodzącym w relacje ze swoim otoczeniem. System, w odróżnieniu od struktury, definiuje się jako zbiór elementów i zachodzących pomiędzy nimi, wzajemnych, dynamicznych relacji jako zdolną do funkcjonowania całości (postać)⁴⁵. Tę całość charakteryzuje takie powiązanie pomiędzy elementami, że posiada ona cechy, jakich nie mają zależne od niej elementy składowe. Inaczej mówiąc, cechy systemu nie dają się sprowadzić do sumy cech jego elementów. Wyodrębnienie jednego systemu jest równoznaczne z podziałem jego postaci na dwa ściśle związane ze sobą komponenty: system i otoczenie systemu. Stosunek wzajemności systemu do otoczenia oznacza, że w każdym systemie obok zbioru jego wewnętrznych relacji i sprzężeń łączących poszczególne elementy, występuje także zespół jego relacji zewnętrznych. Całościowe opisanie systemu można, za powyższym dokonać poprzez opis funkcjonalny zewnętrzny oraz opis strukturalny wewnętrzny. Społeczna i gospodarcza funkcja wzornictwa przemysłowego, jako wiedzy i praktyki działania, mieści się w strukturalnym i systemowym ujęciu i skłania do jego instytucjonalizacji jako modelu zdolnego do aktywnego działania. Przejście od powielania utrwalonych wzorców

⁴³ Forum DESIGN COVNEIL w 1989 r. – Londyn.

⁴⁴ Jean Piaget, *Strukturalizm*, Omega, Warszawa 1972, s. 33.

⁴⁵ J. Dietrych, *System i konstrukcja*, WNT, Warszawa 1978.

instytucjonalnych do ich nowego ukonstytuowania, wymaga oparcia się na świadomości zmian rzeczywistości przełomu XX i XXI wieku, którego jesteśmy świadkami oraz postawy otwartej na dokonywanie zmian.

Poprzez instytucjonalizację na ogół rozumie się:

- podzielane w określonej społeczności przekonania, że pewien typ aktywności spełnia społecznie ważną funkcję,
- istnienie w danej dziedzinie aktywności, norm postępowania sprzyjających realizacji celów oraz utrzymaniu autonomii danej dziedziny w stosunku do innych dziedzin,
- przystosowanie norm społecznych, regulujących ludzką działalność w rozmaitych dziedzinach, do norm dotyczących dziedziny podlegającej temu procesowi⁴⁶.

Model instytucjonalny wzornictwa krajów wysoko rozwiniętych różni się od modelu polskiego wzornictwa. W modelu zachodnim występują dwa obszary jego aktywnego działania: obszar komercyjny nastawiony na kreowanie postaw i zachowań konsumpcyjnych, budowanych za pośrednictwem mody, stylizacji, czy aranżacji najbliższego otoczenia człowieka, oraz obszar, który nazwałbym „strategicznym”, skierowany na rozwój gospodarki poprzez realizację potrzeb wynikających z problemów: urbanizacji, przemysłu, transportu czy systemów komunikacji wizualnej w cyfrowym przekazie oraz zmniejszaniu zagrożeń kataklizmami ekologicznymi czy klęski egzystencjalnej w biednych obszarach świata.

W Polsce wzornictwo ujęte w ramy „przemysłu kreatywnego” jako obszar komercji, egzystuje na poboczu strategii gospodarczej, nie w pełni świadomej wzornictwa przemysłowego, jako stymulatora jej rozwoju. Pokazy, festiwale, publikacje medialne, pełne promocji, miraży wysokiego „standardu życia”, to tylko zgrabna fabuła za którą nie stoi przemysł i jego strategiczny rozwój. Przyjrzyjmy się więc relacjom systemowym wzornictwa w Polsce, określających ich słabość powiązań oraz wynikających z nich skutków społecznych i gospodarczych. Nikły udział państwa w koordynacji i wspieraniu wzornictwa przemysłowego, przy jego niefunkcjonalnej i rachitycznej strukturze instytucjonalnej, czynią działania na rzecz wzornictwa przemysłowego, działaniami o niskiej skali oddziaływania na gospodarkę i jego świadomości społecznej.

Zmieniona na dzisiaj tożsamość wzornictwa z symulatora rozwoju gospodarki na stymulatora usług stylistycznych, jako niewielkiego sektora w obszarze potrzeb, jest złą próbą wprowadzenia wzornictwa do „gospodarki

⁴⁶ W. Gasparski, *Projektoznawstwo*, WNT, Warszawa 1988.

opartej na wiedzy”. Brak powiązań z przemysłem, określa je frazeologiczną nazwą „przemysłu kreatywnego” i zmitologizowaną marką „sztuki na co dzień”. Pozostawmy zatem komercję wolnemu rynkowi „przemysłu kreatywnego”, w którym spektakularne jego ujmowanie sponsorowane przez budżet samorządów miast, gmin czy powiatów, w pogoni za splendorem „europejskiej kultury”, traci pieniądze na właściwy rozwój gospodarczy, w oparciu o strategię zrównoważonego rozwoju. Globalny kryzys ekonomiczny przyniósł problemy, w których wzornictwo przemysłowe powinno zmienić swoją tożsamość z festiwalowego zauroczenia publiczności mirażami świata niedoścignionego luksusu, na wartości zawarte w relacjach pomiędzy ekonomią, produkcją a kulturą, jako wymiernego rozwoju gospodarczego.

Wzornictwo przemysłowe, jako stymulator tego rozwoju, tym bardziej wymaga jego instytucjonalizacji, stanowiącej o jego tożsamości, mającej wpływ na koordynację systemową jego działań w przestrzeni gospodarczej. Uzyskanie takiego modelu uzależnione jest od:

1. zmiany tożsamości wzornictwa, polegającej na zdefiniowaniu go jako działalności twórczej, odrębnej od działalności w sztuce i odrębnej od działalności w technice jako działalności autonomicznej, jak np. architektura;
2. podziału pojęcia wzornictwa przemysłowego na wiedzę o wzornictwie oraz projektowanie wzornicze, odrębne od kształtowania stylistycznego (styling design czy art design);
3. stworzenia podstaw struktury instytucjonalnej wzornictwa oraz aktów legislacyjnych w jego obszarze;
4. tworzenia nowych mechanizmów i relacji we współpracy z organami państwa, przemysłu, biznesem, edukacją i kulturą;
5. budowania nowej świadomości społecznej wzornictwa, projektowania wzorniczego oraz zarządzania wzornictwem.

Wzornictwo przemysłowe, zepchnięte do obszaru oddziaływań „sztuki”, stało się artystyczną kreacją samą dla siebie, pozbywając się tym wiedzy i umiejętności wzorniczej, na rzecz zauroczenia empirycznych oglądaczy umetkowieńskich gadżetów świata komercji.

Uporządkowanie i rozwinięcie systemu instytucjonalizacji wzornictwa przemysłowego z przywróceniem Rady Głównej Wzornictwa Przemysłowego, powiązanej z Ministerstwem Gospodarki, jako reprezentanta jego celów i zadań w relacjach z pozostałymi organami państwa, może przywrócić je do wspomagania rozwoju gospodarczego kraju i jego konkurencyjności w Europie i obszarach świata, w których odgrywa ważną rolę.

Podsumowanie

Ta książka jest próbą ukazania zmiennej tożsamości wzornictwa w kontekście postaw i zachowań społecznych stymulowanych wytwarzaniem rzeczy i przedmiotów. Etapy te, zidentyfikowane jako rękodzieło, rzemiosło i sztuka użytkowa, wyznaczały zmiany procesów wytwarzania, rzutując również na zmianę postaw twórców pomiędzy postawami racjonalnymi a empirycznymi. Rozwój produkcji przemysłowej w poszukiwaniu zbytu swoich wytworów, zawłaszczył do rynkowego rydwanu sztukę, która odtąd zaczęła symulować piękno produktów przemysłowych. Moda, styl, kreacja wypromowały masową produkcję, stawiając ją na piedestale sztuki dla masowych „oglądaczy”. Rynek biznesu napędzający miraż i utopie wysokiego standardu życia, uruchomił zjawisko społeczeństwa konsumpcyjnego, w którym wyznacznikiem wartości stał się stan posiadania modnych rzeczy, przedmiotów i ich otoczenia jako wartości jednego sezonu. Obok tego zjawiska formowała się tendencja racjonalnego ujęcia relacji pomiędzy produkcją, konsumpcją a kulturą, podejmująca próby skierowania świadomości wzornictwa w stronę wyższych wartości społecznych, związanych z problemami zabudowy świata, przestrzeni publicznych, zamieszkiwaniem, klęskami żywiołowymi, transportem, sprzętem specjalistycznego użytkowania oraz cyfrowej komunikacji wizualnej. Próba tych zmian, definiowanych na kolejnych kongresach ICSID⁴⁷, nie powiodła się z powodu stereotypowych postaw środowiska wzorniczego oraz utrwalonej świadomości społecznej, że wzornictwo to sztuka przedmiotu. Poszukując odpowiedzi na postawione we wstępie do książki pytania, podjąłem próbę wprowadzenia czytelnika w treści pojęć, mogących skierować uwagę na zrozumienie możliwości zmian w jego tożsamości, ujętej definicyjnie, jak i braku jego instytucjonalności, wskazujących na konieczność zmian systemowych, by wzornictwo przemysłowe mogło pełnić istotną rolę w rozwoju gospodarczym kraju.

Jerzy Derkowski

⁴⁷ ICSID – International Council of Societies Of Industrail Design (Międzynarodowe Stowarzyszenie Projektantów Wzornictwa).

Objaśnienia

EKSTENSJE wg Bernarda Halla

To między innymi proces, w którym obiekty kultury materialnej stają się uzewewnętrznieniem funkcji organów ludzkich, np. narzędzia są uzewewnętrznieniem funkcji rąk, aparat fotograficzny uzewewnętrznieniem oka, itd. Z ekstensjami wiąże się również ryzyko (...) *zwielokrotniając własną siłę, człowiek jest w stanie zniszczyć swój własny biotop – tę część środowiska, która zawiera podstawowe elementy zaspokajające potrzeby człowieka.*

FUNKCJONALIZM

Nazwa wynikająca z uwarunkowań socjalnych i technicznych nowoczesnej architektury dwudziestolecia międzywojennego. Przedstawicielami tego kierunku byli Walter Gropius, Le Corbusier, Meyer Hannes twierdzący, że forma wynika z funkcji i konstrukcji.

ICSID

Międzynarodowe Stowarzyszenie Projektantów Wzornictwa Przemysłowego (International Council Of Societies Of Industrial Design)
Polacy, prof. Andrzej Pawłowski oraz Ryszard Bojar pełnili funkcje wiceprzewodniczących tego stowarzyszenia. Członkiem ICSID jest Polska oraz Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych. Założycielami SPFP w Polsce było środowisko projektantów, architektów i konstruktorów a wieloletnim prezesem tego stowarzyszenia był prof. Pawłowski.

TEORIA ASOCJACJI

Doktryna, która powstała w XVII wieku (jej twórcą był Thomas Hobbes, a kontynuatorem w XVIII wieku i na początku XIX w. E. L. Hartley). Zgodnie z jej założeniami poznanie tworzy się drogą formowania i rozgałęziania związków (asocjacji) pomiędzy wrażeniami, z których jedne przywołują drugie.

TEORIA POSTACI, M. Wertheimer (1880–1843)

Doktryna, której nazwa pochodzi od niemieckiego słowa gestalt (postać, struktura, konfiguracja, całość). Postać oznacza zorganizowaną całość, której właściwości nie mogą zostać wyprowadzone z właściwości jej elementów składowych. *Istnieją całości, których zachowanie się nie jest zdeterminowane zachowaniem poszczególnych elementów składających się na nie, ale w których poszczególne procesy są zdeterminowane wewnętrzną naturą całości.*

UTYLITARYZM

Doktryna bądź postawa moralna, głosząca iż *pożyteczne, czyli to co może dostarczyć najwięcej szczęścia*. Zapoczątkowali ją myśliciele anglosascy nawiązujący do filozofii Epikura. Jako etyka użyteczna wprowadzona przez Jeremiego Benthama

Sylwetki filozofów i twórców

EPIKUR, grecki filozof (341–270 p.n.e.)

Nauki Epikura mówiły, że szczęście osiągnąć można poprzez mądrość i doskonalenie umysłu.

DAWID HUME, szkocki filozof (1711–1776 r.)

Rozwijał filozofią empiryczną, wywodzącą się z doświadczenia wrażeń zmysłowych.

JOHN DEWEY, amerykański filozof (1859–1952 r.)

Pionier pedagogiki opartej na pragmatyzmie.

CONSTANTIN BRANCUSI, rumuński rzeźbiarz (1876–1957 r.)

Od 1904 r. mieszkający w Paryżu.

GROPIUS WALTER, architekt (1883–1969 r.)

W latach 1903–1907 studiował architekturę w Monachium i Berlinie., w latach 1919–1928 był dyrektorem uczelni Bauhaus w Dessau, w 1934 r. wyemigrował do Londynu, w 1937 r. wyjechał do USA, gdzie wykładał architekturę na Harvard University.

MEYER HANNES, projektant, architekt (1889–1954 r.)

W latach 1928–1930 był dyrektorem uczelni Bauhaus w Dessau, która została rozwiązana w 1933 r., i która do dzisiaj uznawana jest za pierwowzór uczelni design.

MALDONADO TOMAS (ur. 1923 r.)

Kierował uczelnią w Ulm w Republice Federalnej Niemiec (RFN) uważaną za spadkobierczynię Bauhausu. Pełnił funkcję przewodniczącego International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), wykładał w Harvardzie, Princeton, Boliwii oraz obecnie w Mediolanie na wydziałach architektury.

PAWŁOWSKI ANDRZEJ (1925–1986 r.)

Studiował w Akademii Sztuk Pięknych (ASP) w Krakowie. Pierwszy dziekan Wydziału Form Przemysłowych ww. uczelni. Współzałożyciel i prezes Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych (Polska) (SPFP). W latach 1967–1969 był wiceprzewodniczącym International Council of Societies of Industrial Design (ICSID).

Bibliografia

- Bocheńska B., Ginalski J., *Design management*, wyd. IWP, Warszawa 2010.
- Broch H., *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*, wyd. Czytelnik, Warszawa 1998.
- Delius Ch., *Historia filozofii*, wyd. GmbH, Köln 2001.
- Derkowski J., *Design, wiadomości*, wyd. IWP, Warszawa, nr 3/1987.
- Dewey J., *Jak myślimy*, Warszawa 1957.
- Didier J., *Słownik filozofii*, wyd. Książnica, Warszawa 2002.
- Dietrych J., *System i konstrukcja*, wyd. WNT, Warszawa 1978.
- Gasparski W., *Projektoznawstwo*, wyd. WNT, Warszawa 1988.
- Ghiselin B., *The creative proces*, New York 1955.
- Goryński J., *Urbanizacja, urbanistyka i architektura*, wyd. PWN, Warszawa 1966.
- Hall T., *Poza kulturą*, wyd. PWN, Warszawa 1984.
- Kłosowska A., *Kultura masowa*, wyd. PWN, Warszawa 1980.
- Krupiński J., *Wzornictwo (design)*, wyd. ASP, Kraków 1998.
- Mielczarek A., *Inwolucja wartości*, OiW nr 2/2002, Warszawa.
- Modrzycki T., *Psychologiczne możliwości kształtowania się postaw*.
- Nowacki T., *Zarys psychologii*, wyd. WSiP, Warszawa 1974.
- Pawłowski A., *Inicjacje o sztuce, projektowaniu i kształceniu projektantów*, IWP nr 6/1987, Warszawa.
- Porębski J., *Aspiracje*, wyd. ASP, Warszawa 2005.
- Postman N., *Technopol*, wyd. PiW, Warszawa 1992.
- Przedpełski A., *Forma i funkcja*, wyd. WSiP, Warszawa 1979.
- Read H., *O pochodzeniu formy w sztuce*, wyd. PiW, Warszawa 1973.
- Rubinstein S., *Podstawy psychologii ogólnej*, Warszawa 1962.
- Salz O., *Zur Psychologie des Produktiven Denks Irrtum*, Bonn 1968, wyd. 2.
- Szewczyk W., *Teoria postaci i psychologia postaci*, Warszawa 1951.
- Thatcher M., *Forum design council*, Londyn 1989.