



**AUTOTELIZACJA
DESIGNU -
AUTONOMIA FORMY.
KRYTYKA MITU
PRZEZNACZENIA**

JANUSZ
KRUPIŃSKI



Problem spektakularności sztuki i w sztuce odnoszę do designu. Jednak broniłbym tej idei designu, zgodnie z którą nie jest on (już?) dziedziną towarzyszącą sztuce lub wtórną wobec sztuki. Podobnie ma się rzecz z jego pozycją w stosunku do techniki lub nauki. Ta niezależność określa status designu.

Przykładem przemian idei jest sposób rozumienia architektury. Niegdyś pojmowana była jako sztuka, a jeszcze nie tak dawno sprowadzano ją do poziomu realizmu – inżynierii. Rzeczowość! Bez względu na negatywne stanowisko wobec wszelkiej spektakularności właściwe jest funkcjonalizmowi. To nie krytyczny stosunek, to programowe odrzucenie wszelkiej efektowności. Jak pamiętamy, funkcjonalizm określa teza o wtórności formy przedmiotów, obiektów, wobec ich funkcji. Problem znaczenia spektakularności w designie podejmę w szczególności zajmując się właśnie tym negatywnym stanowiskiem. Czy odsunięcie w cień, nieobecność w polu uwagi, niewidzialność dają się pogodzić z designem w jego istocie – czy w ogóle mogą stanowić różne jego postaci?

W przypadku designu kwestia pozycji i roli formy jest podstawową w stosunku do pytania o znaczenie spektakularności.

ZADANIE FILOZOFII DESIGNU

Konstatacje faktów kulturowych nie są zadaniem filozofii. Podstawowe pytanie, które podejmuje filozofia designu, odnosi się do istoty tej dziedziny. Gdy mówimy o spektakularności, w tym wypadku pytanie to przyjmuje szczegółową postać: z jak pojętym projektowaniem ta jakość daje się pogodzić, w jaki sposób spektakularność wiąże się z istotą designu.

Filozofia designu odnosi się do idei designu, w stosunku do danej idei odsłania jej założenia, a z drugiej strony – ukazuje konsekwencje tej idei¹. Konsekwencje na poziomie teoretycznym, a mianowicie pojęć, tez, pytań (ten poziom określam jako „ideatyczny” – właściwy dla idei).

Czy dany postulat nie jest utopijny, np. z punktu widzenia ontologii – z jaką ontologią świata nie daje się pogodzić? Czy nie jest wewnętrznie sprzeczny? Niedorzeczny, nawet już w stosunku do pewnych wyobrażeń zwierzęcej natury człowieka?

Zadaniem i prawem filozofii, jak sądzę, nie jest przeciwstawianie temu, co jest, tego co, być powinno. Myśliciele, którzy głoszą ideały, zwalczają ideały, są ideologami, wyrażają swój światogląd, rozwijają doktryny – które, to prawda, często nazywane są „filozofiami”. Jednak z filozoficznego punktu widzenia, dociekania podejmują zagadnienia tego rodzaju: jaki sposób istnienia, jakie rozumienie człowieka zakładają dane tezy czy postulaty właściwe danemu „-izmowi”, np. funkcjonalizmowi. Czy człowieczeństwo człowieka rozpoznane zostaje w tym, np. funkcjonalistycznym, wyobrażeniu sposobu istnienia człowieka? Co to znaczy przystać na utożsamienie bycia człowiekiem z tym wyobrażeniem?

W ten to sposób filozofia wkracza w spór o naturę człowieka, o człowieczeństwo, o *humanum*...

WSPÓŁCZESNA KULTURA A DESIGN

Jak dzisiaj rozumiany jest design, jakie jego pojęcie aktualne jest współcześnie, jak przedstawia się status designu w kulturze współczesnej? To pytania o fakty. Odpowiedzi dostarczać mogą naukowe badania prowadzone przez kulturoznawców, socjologów. To kwestia statystyki (?).

Czy twierdzenia powyższe nie dają się pogodzić z tezą (z faktem?), iż współczesność definiuje design, a zarazem, że to ona zdefiniowana jest przez ideę designu? Jeśli tak, oznaczałoby to, że nie jest kwestią przypadku, zbiegu okoliczności, to, jaką pozycję w kulturze posiada design, jego dominacja, ani, na odwrót, nie jest kwestią przypadku to, że design uległ ideałom współczesności gloryfikującym spektakularność. Oznaczałoby to, że fakt aktualnej dominacji designu nie jest kwestią zbiegu okoliczności natury ekonomicznej bądź natury kulturowej, takich jak globalizacja.

To design określa tożsamość człowieka współczesnego – w designie człowiek znajduje swoją tożsamość, utożsamia się z tym żywiołem i jego wartościami (?). Konstatację taką poczynić można bez oparcia się na naukowych badaniach (bez ankiet, wywiadów, statystyk itp.). Taki wyraz mają nie tylko wszechobecne reklamy, ale świadczy o tym także poważna publicystyka kulturalna czołowych mediów. Przykład?

GLAMOUR PHOTOGRAPHY

Jaką postać mają dzisiaj teksty publikowane w poważnych pismach, ambitne artykuły, udokumentowane, „pogłębione” o humanistyczną

refleksję (skądinąd mam przed sobą artykuł z Frankfurter Allgemeine Zeitung). Otóż, nie ma powodu, by przypuszczać, że mamy do czynienia z kryptoreklamą, jakkolwiek „ilustracje” tam umieszczone wykorzystują materiały, publikacje oferowane przez producentów. To nie kryptoreklama. Autorów najwyraźniej niosą ambicje i zachwyty zrodzone z ducha samego designu.

Efektowne obrazy, przetworzone fotografie należą do żywiołu designu, tak jak obrazowość przedmiotów (obrazowość: widok, wygląd, forma). Owo „tak jak” nie tylko usprawiedliwia obrazy, ale dowodzi ich istotności.

Obrazy prezentujące „produkty”? Najczęściej są to ujęcia scen spektaklu życia, ujęcia quasi-artystyczne, np. quasi-malarskie, ujęcia scen, których elementami są dane obiekty, bądź są to ujęcia samych tych obiektów, a widzimy je niczym dzieła sztuki, na piedestale. W świetle eksponującym czystą formę.

ANTYSZTUKA A DESIGN

Anti-art wpisuje się w dzieje sztuki. Poczynając od dzieła, które było, jak ujmują to słowniki, „produced by Marcel Duchamp” („produced”!) – poczynając więc od produktu designu, jakim był/jest *urinal* (czyż *urinal* nie brzmi równie poważnie jak *confessional*?).

Ekspozycja *Fountain* – co za spektakl. Cokolwiek w tej sprawie głoszą przedstawiciele konceptualizmu bądź intelektualizmu. Mówi się, że od czasu *ready-made* piękno, estetyka, smak nie są już kategoriami sztuki. *Fountain* eksponuje samą formę pisuaru, w oderwaniu od jego funkcji – czyż nie?

Gdy Robert Motherwell stwierdza, że po wielu latach formy *ready-mades* okazują się bardziej piękne niż na przykład rzeźby tamtego czasu, to czy nieświadomie w oczach nie ma właśnie dzieł designu

(stojak na butelki, pisuar)? Tę sama odpowiedź, jak sądzę, można udzielić na pytanie Alfreda Barra: „Dlaczego dzisiaj, w naszych oczach, *ready made* są piękne?”. Słowa, które na to rzucił Duchamp: „Nikt nie jest doskonały” bynajmniej nie dają odpowiedzi. Dowodzą nawet nie tyle poczucia humoru, ile są wyrazem ambicji, pretensji Duchampa do bycia autorem. Motherwell i Barr wypowiadają się w czasie, gdy design staje się szczególną wartością kulturową, gdy właściwy mu punkt widzenia ze strony elit nie jest już przedmiotem pogardy.

X-DESIGN

Wspomniany artykuł z FAZ poświęcony jest projektom Sandry Choi, wytworom sprzedawanym pod marką Jimmy Choo. Choi projektuje przede wszystkim obuwie. Pada tam twierdzenie odnoszące się do *High-End-High-Heels*, twierdzenie wypowiedziane tam bez cienia ironii, to oczywistość: *Choo-design zna nieomal każda kobieta: to klasyk...*².

O krok teza: być kobietą to nie tylko pragnąć lub nosić te buty. Więcej – to wejść w te buty, to siebie znaleźć – w nich. W ten sposób istni się kobieta współczesna, kobieta „prawdziwa” (jeśli człowieczeństwo realizuje się w byciu współczesnym, aktualnym, kto nie nadąża, kto odstaje – to co za człowiek z niego)?

X-design – pod „x” wstaw dowolne imię, markę, *brand*, „firmę”, serię – określa i wyróżnia właściwy, a specyficzny dla niego styl, wyraz, „duch”. Tego nie czynią, o tym nie rozstrzygają parametry techniczne. *Smartphone*? Poza własnościami procesora, aparatu fotograficznego, baterii jest jeszcze TO COŚ: jego design.

DESIGN!

Design to ten aspekt przedmiotów, który jest ich wyróżniającym rysem. Rysem, jak rysunek? Ekspresją, aurą, magią, klimatem, nastrojem, uczuciem, emanacją. Czymś niedającym się wyłonić przy pomocy jakiegokolwiek metody, wywieść z potrzeb, pragnień, problemów, zadań. Design to cud. To nie coś, co daje się zaprojektować – to coś więcej, co się wydarza... Przekracza zamiary, plany, rozum... Trafia się.

Samo słowo „design” jest obietnicą niezwykłości – użyte w opisach przedmiotów... stwarza je (aż po efekt placebo?).

Design!

(„Dizajn” tyle wart, co „ajfoun”.)

FUNKcjONALISTA:**„SZTUKA DEKORACYJNA DZISIAJ”**

L'art décoratif d'aujourd'hui, „sztuka dekoracyjna dzisiaj”. Dekoracyjna! W książce pod tym tytułem (1925) Le Corbusier rozwijał funkcjonalistyczną teorię (teorię!). Wcześniej rzucił tezę „Dom to maszyna do mieszkania” (1920). Dzisiaj najdalsi jesteśmy od tego, by dekorację uznać za kategorię właściwą dla funkcjonalizmu. Jednak musimy uświadomić sobie dziejowość idei. Le Corbusier nie ma jeszcze szyl-du, imienia, nazwy dla tego, czego podstawy kreśli – wychodzi od właściwego dla jego czasu i miejsca określenia: „sztuka dekoracyjna”. Idea designu dopiero się wyłania (początki w epoce industrializacji, czyli w dziewiętnastowiecznej Anglii), Bezradny wobec tradycji i normy językowej Le Corbusier pisze także: „Sztuka dekoracyjna jest nieprecyzyjnym [! – JK] terminem obejmującym wszystkie [? – JK] przedmioty służące człowiekowi. Odpowiada to potrzebom, które są obiektywne [? – JK]”.

Niegdyś tak dbali o czystość swego języka, Francuzi i Niemcy, nawet oni, mówią i myślą od lat o designie. Cóż im pozostaje innego, jeśli chcą przetrwać?

(Tylko w języku... angielskim słowo to, „design” ma także i te znaczenia, które wykraczają poza... design, np. związane z wszelkim projektowaniem).

DESIGN A DZIEJE POJĘĆ SZTUKI

Czy design należy jeszcze do ciągu idei, które wyłaniają i niosą sztukę, poczynając od starożytności przez średniowiecze, renesans, po współczesność? Idei, pojęć, kategorii, które definiowały kolejno *technai*, przez *artes*, *arti del disegno*, *beaux-arts* i *arts*... ?

Patrząc z perspektywy współczesnego nam pojęcia sztuki stwierdzić należałoby, że design nie jest już szczególną sztuką, jedną z wielu, obok sztuk pięknych bądź czystych. „Stare” pola, poczynając od architektury, obejmuje i określa na nowo, wyłania nowe.

Jakkolwiek by nie był związany z rysunkiem czy rzeźbą, design staje się odrębną dziedziną. Czas pokaże, patrząc z przyszłej perspektywy historycznej, czy design nie stanie się nową postacią sztuki, kolejną epoką w toku kulturowej ewolucji, kolejną właśnie po *technai*, *artes*, *arti del disegno*, *beaux-arts*, *arts* (te wskazuje i wymienia historia idei, te należą do dziejów pojęć). Możliwość taka dzisiaj wydaje się niedorzeczną, pamiętajmy jednak o przepaści, jaka dzieli starożytne i średniowieczne pojęcie sztuki od pojęć porennesansowych. Te nie mają nawet wspólnego zakresu, nawet po części (iloczyn ich zakresów jest pusty). Dlatego nie jest właściwe użycie tutaj liczby pojedynczej: „dzieje pojęcia sztuki” (Władysław Tatarkiewicz). Historia idei nie powinna ulegać takim uproszczeniom (wynikającym z absolutyzacji pojęcia właściwego dla czasów, w których żyje i pisze historyk?).

Tak, faktem jest, że zarówno w starożytności, średniowieczu, jak i dzisiaj obecna jest architektura, jest malarstwo. Jednak zgodnie ze starożytnym i średniowiecznym pojęciem – *techne, ars* – na to imię zasługuje malarstwo pokojowe (umiejętność, rzemiosło). Sposób, w jaki pojmowano niegdyś istotę malarstwa lub architektury, czyli to, jakie pojęcia wyznaczały ich ideał – *techne, ars* – obcy jest czasom późniejszym. Przesunięcie architektury z akademii na politechniki dowodzi tego, że pojęcie sztuki przestało już wyznaczać jej ideał.

PREFORMY (IDEI) DESIGNU

Świadomość dziejowości idei designu każe cofnąć się w przeszłość. Kto broniłby jeszcze tezy, że designem jest sprzętarstwo, krawiectwo czy zdobnictwo? Design to nie sztuki dekoracyjne ani nie użytkowe czy stosowane – jakkolwiek pojęcia użyteczności, stosowności, celowości oraz funkcjonalności są sobie bliskie. Design to nie przemysł artystyczny (Karol Homolacs), to nie estetyka przemysłowa (Jacques Viénot: *l'esthétique industrielle*), to nie wzornictwo przemysłowe (Wanda Telakowska) ani nie formy przemysłowe (Andrzej Pawłowski). Wyjdźmy poza polskie podwórko: jakkolwiek design wyłania się „z” i „wraz” – wraz i z *industrial design*, to znaczy tyle, że pojęcie designu nie sprowadza się do tego, które zawarte jest w wyobrażeniu *industrial design*.

Design to nie sztuka projektowania ani sztuki projektowe, a tym bardziej nie projektowanie, jakkolwiek jest on owocem projektowania szczególnych aspektów przedmiotów.

EFEKTOWNE MAKSYM FUNKcjONALISTYCZNE

Do znanych też funkcjonalistycznych należy Le Corbusiera „Dom to maszyna do mieszkania” (1920). Prowokacyjność, radykalizm wyróżnia to zdanie.

Zapewne bardziej słynna jest tylko teza *form follows function*. Zauważmy, trzy „f”! Ta efektywność, jak sądzić można, nie pozostała bez znaczenia dla efektywności i popularności tej formuły. Pisząc *form ever follows function* (1896) Louis Sullivan wskazywał na prawo, w jego przekonaniu powszechne, w naturze, kulturze, sztuce... (jak wiemy funkcjonalizm silnie obecny jest na gruncie nauk o kulturze i nauk humanistycznych). W świetle takiego przekonania funkcjonalizm jest oczywistością, jest faktem naturalnym, nie podlega negacji.

NIEWIDZIALNOŚĆ - ZAPRZECZENIE DESIGNU

Funkcjonalistyczną teorię Le Corbusier wykladał także tymi słowami: „Przedmioty służące człowiekowi są jego posłusznymi sługami. Dobry służący jest dyskretny i usuwa się w cień, aby nie krępować swego pana” (1925). Wprawdzie tekst Le Corbusiera nie porusza tych kwestii, to zauważmy, że w same te dwa zdania *implicite* wpisane są ideały człowieka i życia.

Po pierwsze, myśl Le Corbusiera niesie to przeświadczenie: człowiek jest panem, toteż nie pozwala sobie, by „głowę mu zaprzętały” sprawy takie jak proces realizacji funkcji – te rzeczy nie leżą w świetle, w polu uwagi, wprost przeciwnie. Przecież, podobnie jak niewolnik, sługa nie należy do świata człowieka-pana. Wyciągam dalsze konsekwencje z cytowanych powyżej słów Le Corbusiera. Oznacza

to, że proces realizacji, spełniania funkcji przebiega bez zaangażowania w to człowieka – jakkolwiek funkcja zostaje spełniona, cel osiągnięty. To funkcjonalistyczny ideał dobrze zaprojektowanego przedmiotu. Konsekwentnie, chodzi na przykład o zaspokojenie potrzeby, droga wiodąca ku temu nie zaprzęta uwagi...

Konkretniej? Dość, że nie jesteś głodny, a jeśli trzeba, jesteś syty – nawet nie musisz wiedzieć, że to się stało, albo jak to się stało. Bez wysiłku. Przedmioty, które temu służą, nawet dla Ciebie nie istnieją (jakkolwiek to dla Ciebie funkcjonują). Przedmioty jak maszyny – dzisiaj powiedzielibyśmy: automaty, inteligentne urządzenia. Zresztą, gdy Le Corbusier mówił „Dom to maszyna do mieszkania” nawet nie przeczuwał możliwości „inteligentnego domu”. Czy zdawał sobie sprawę z tego, że *implicite* ta jego formuła oznacza, że człowiek zostaje sprowadzony do poziomu istoty obsługiwanej lub obsługującej – tak nisko? To sługa (dosłownie pojęty) – obsługuje maszyny. Natomiast Ty, pan? Nawet ich nie używasz – jeśli używanie oznacza zajmowanie się nimi, starania, wysiłek. Rozumie się, że pan jest ponad tym. Bezwiednie doświadcza korzyści istnienia urządzeń.

Z tej perspektywy design sprowadzany jest właśnie do poziomu inżynierii (dalej idzie radykalny funkcjonalizm; ten architekturę sprowadza do poziomu budownictwa).

Hans Meyer: „Budowla adekwatnie, w pełni i adekwatnie, w pełni i bez kompromisu służąca swemu celowi jest dobrą budowlą niezależnie od swego wyglądu”. Jednak, jeśli nawet niezauważalność jest wartością – tak powinno wydarzać się z czymś „w oczach człowieka” – to design zajmuje się tym jako kwestią postrzegania, w szczególności widzenia. Wyglądy wzrokowe, dotykowe bądź słuchowe tu należą. Design związany jest z tymi aspektami przedmiotu, które nie istnieją bez spostrzegania przez człowieka, przeciwnie, wiążą się ze relacją spostrzeżeniową – taktylną/haptyczną, słuchową, wzrokową (wizualność) itd. Design wydarza się w tej relacji – aż po spektakularność!

CEL A WYGLĄD. FORMA SAMA

Czy naprawdę mamy do czynienia z alternatywą: albo cel, przeznaczenie, albo wygląd, *appearance* (sposób ukazywania się, zjawiania, zjawisko, widok)? Temu albo-albo przeczy prosty fakt, że wygląd może być związany z realizacją celu. Czy to jako środek, warunek, droga do, czy to jako aspekt, element stanu rzeczy bądź to zdarzenia, które jest celem.

Inny jest zasadniczy powód, dla którego należy odrzucić przekonanie o konieczności akceptacji, przyjęcia tej alternatywy, o braku innej możliwości. Otóż w samym wyglądzie może być zawarty sens istnienia przedmiotu. Ujmując rzecz szerzej: forma sama może posiadać wartość i rację istnienia, a mianowicie w swej własnej postaci, w sobie właściwej estetyce, dla jej immanentnej ekspresji bądź symboliki – nie pochodnej wobec funkcji przedmiotu, nie dającej się wywieść (nie „wywiedlnej”) z przeznaczenia przedmiotu. Wówczas to ona nadaje mu charakter.

Forma wynika z funkcji? W to twierdzenie wpisany jest mit przeznaczenia.

MIT PRZEZNACZENIA

Mit to powszechny, przyjmujący wiele postaci, formułowany na liczne sposoby – mit przeznaczenia. Przede wszystkim mit ten odnosi się do „logiki” przedmiotu. Jawną postać przyjmuje w wyobrażeniu przebiegu procesu projektowania – zasady, metody, programu postępowania w projektowaniu. Mam na myśli przekonanie, twierdzenie, zgodnie z którym projektant wychodzi od przeznaczenia, od celu, od określenia funkcji, jaką ma spełniać projektowany przedmiot.

Dlaczego „mit”, co uzasadnia takie orzeczenie?

Po pierwsze, porządek świata nie ma charakteru celowościowego. Nie ma jakiegoś z góry wyznaczonego stanu, przedustawnego, do którego miałyby czy powinien zmierzać bieg rzeczy – ani dzieje przyrody (*a natural history*, dosłownie „dzieje naturalne”), ani kulturowe dzieje człowieka, czy to losy jednostki (biografia), czy losy ludzi (historia). (Twierdzenie przeciwne, o celowości świata, zostało wielokrotnie poddane krytyce i obnażone jako przesąd teleologiczny, np. przez Karla R. Poppera lub Nicolai Hartmanna).

„Przyczyna celowa” (Arystoteles)? Nawet, jeśli pod słowem „przyczyna” rozumieć tutaj tyle, co racja, powód, założenie, to nasze życie zasadniczo nie wychodzi, nie biegnie od przyjęcia jakiejś racji, jakiegoś założenia... Podkreślić trzeba, że tym samym bynajmniej życie nie jest tożsame z irracjonalnością.

Cele pojawiają się dopiero wraz z człowiekiem jako istotą kulturalną. Czy rzeczywiście on sobie wyznacza, stawia przed sobą cele, projektuje, przyjmuje zadanie, a potem dobiera środki, realizuje? Zaskakujące, że trzeba na to w ogóle wskazywać, że sytuacja, w której człowiek odkrywa sens dopiero w toku działania i projektowania nie stanowi przejawu zagubienia tego człowieka, nie dowodzi jego nieudolności, chaosu myślowego. Przeciwnie, tak przebiega proces twórczy. W toku działania wyłania się TO – znane wcześniej nie byłoby żadnym odkryciem.

MIT ZASPOKAJANIA POTRZEB

Jedną z postaci mitu przeznaczenia jest ta oparta o kategorię potrzeby. Celem designu jest zaspokajanie potrzeb? Krytyczną teorię potrzeb szkicuję gdzie indziej, tutaj przywołam tylko podstawowe dla niej tezy. Nie istnieje lista obiektywnych potrzeb właściwych człowiekowi. Nowe potrzeby rodzą się w życiu i dziejach. Samo istnienie

potrzeby jej nie usprawiedliwia, nie oznacza, że w ogóle ma być zaspokajana. Potrzeby podlegają ocenie, a nie stanowią kryterium ocen.

SMAK - FORMA TREŚCIĄ

Aby uprzytomnić, uzmysłować ograniczoność zasady zaspokojenia potrzeb sięgam po kontrprzykład z dziedziny kulinarnej. Należy ona do żywiołu smaku. (Jeśli coś mamy sobie uzmysłować, to w sferze, której właściwa jest zmysłowość).

Przypomnę, że do eliminacji tej sfery wieść musiałyby bezwzględne wprowadzenie w życie ideału funkcjonalistycznego (jak pamiętamy, wzorcem Le Corbusiera jest odsunięcie z pola uwagi środków zaspokojenia potrzeb). Człowiek tego ideału nawet nie odczuwa potrzeby jedzenia (jakkolwiek, to dopiero byłoby spektakularne!). Coś mu służy, syci jego organizm, on nawet nie musi zdawać sobie z tego sprawy.

Postulat zaspokojenia potrzeb domaga się tego, aby na przykład kucharz lub restaurator przede wszystkim poznał pragnienia klienta, dowiedział się czego on „chce”. A przecież jednak (tak trudno to sobie uprzytomnić?), twórczy mistrz kulinarny odkrywa dania, potrawy, które dopiero staną się przedmiotem pragnienia. Na przykład ze względu na ich wygląd, synergii doświadczenia zmysłów, radość smakowania.

Mistrz smaku nie je po to, aby nie być głodnym, aby nasycić się; dla niego samo spożywanie staje się treścią. O, nie wystarczy pić lub jeść, nie wystarczy przeżyć. Cóż bez przeżyć! Mistrz dopiero w spożywaniu szuka w sobie takiego nastawienia, takiego nastrojenia, takiego sposobu odnoszenia się, w którym pojawia się i istnieje smak. Bez tego rozkosz niemożliwa. To żywioł wszystkich zmysłów.

Tylko funkcjonalista musi być ślepy na to, że sam widok, sama forma może sycić dobry smak (funkcjonalistacie nie tylko brak tak

subiektywnej, pozbawionej rzeczowości postawy, ale już z założenia ją odrzuca).

Gdzie jest smak, tam „jak” splata się z „co”. Więcej: „jak” staje się „co”; jest tym, o co idzie. Teza o dychotomii formy i treści tutaj zawodzi³.

Mistrz kulinarny proponuje coś, co się nikomu nawet nie śniło (nawet jemu samemu), czego nikt nie widział – a co odtąd może stać się „przedmiotem pragnienia”.

MIT HUMAN ORIENTED DESIGN

Skoro do żadnego z nas nie jest przypisany określony zbiór potrzeb – więc? Człowiek nie jest istotą określoną, przeciwnie, w swej istocie jest otwarty. Ani nie jest, nie ma być, ani nie staje się. Nawet nie rozkwita – ludzka *entelechia* to tylko fałszywe pojmowanie człowieka na podobieństwo rośliny, kwiatu (tym poniżającym człowieka tropem idzie ontologia Arystotelesowska – koncepcja *entelechii*). Człowiek istni się i jest istniony. Każde wyobrażenie nadczłowieka, przyjęte jako ideał, zamyka.

Dla tego powodu fałszywe jest twierdzenie, że design ma być zorientowany na człowieka, mierzyć w niego – być na jego miarę, odpowiadać na to, kim i jaki jest. W tym tkwi błąd zasady Protagorasa: „Człowiek jest miarą...”. Człowiek wydarza się, na przykład z designem. Człowiek istni się wraz z przedmiotami, które pojawiają się, które tworzy.

Ideału *human oriented design* nie potrafi przekroczyć nikt, kto nie dopuszcza myśli o *transhumanizmie*, o *post-human being*. A przecież wraz z chwilą twórczą każdy człowiek jest *post*.

FORMA – SUBIEKTYWNOŚĆ

Gdy myślano i mówiono jeszcze o sztukach stosowanych, sztukach użytkowych, a nawet o sztukach dekoracyjnych, forma pełniła zasadniczo rolę służebną. Zasadniczo: tego domagała się przyjęta zasada, tego domagało się przyjęte założenie. W czasach, gdy triumfuje idea designu, gdy design staje się dominującą postacią kultury, gdy „cały świat” mówi o designie, gdy każdy baczy na design – spektakularność godzi się z istotą formy...

Jeśli nawet w teoriach określających sztuki stosowane lub użytkowe, w panujących przekonaniach, chodzić miałyby o formę rzeczywistą, realną, „obiektywną”, to w architekturze lub „sprzętarstwie” w grę wchodziła forma postrzeniowa, „subiektywna”. Forma – jaką komuś wydaje się ją posiadać, jaką on widzi.

ZNIEWALAJĄCE PIĘKNO?

Spektakularność, czyli? W tym kręgu znaczeniowym: powab, zachwyty, zadziwienie, dreszcz, ekscytacja, fascynacja, burza, fantastyka, cudowność, splendor, *glamour*... *Wow-effect*, *wow factor*. Och, *fabulous!*

Zauważmy, to określenia bliskie sercu wiodących estetyk – odnoszone do piękna. Zapoznaje się jednak powszechnie fakt, że takie piękno ma charakter zniewalający, jest formą kryptozniewolenia. „Krypto”: przyjmowaną bezwiednie, z radością⁴. Stąd najpewniej zaślepienie takich estetyk.

W tym to stanie rzeczy usprawiedliwienie i swoją rację znajduje stanowisko negujące znaczenie kategorii piękna oraz estetyki w sztuce (jakkolwiek estetyka zniewalającego piękna jest tylko jedną z...).

W tym właśnie motyw znajdują tezy funkcjonalizmu? Odpowiadając na te pytania, wróć do „prozaicznego” mistrza, geniusza smaku.

Po prawdzie to nie proza, a poezja życia. On nie podlega ani konieczności, ani koniecznościom życia, nie podlega prawu bodziec-reakcja. Wolność wpisana jest w smak. Niemożliwość wolności oznacza niemożliwość smaku, dobrego smaku. Poezja nie jest utopią (?).

SŁOWA KLUCZOWE:

FORMA/FUNKCJA, DESIGN-IDEA, FUNKCJONALIZM, INDUSTRIAL DESIGN

- 1 Por. Janusz Krupiński, *Filozofia kultury designu*, Kraków 2014.
- 2 Jeszcze bardziej dobitne przykłady spektakularnego designu znaleźć możemy na pokazach, targach samochodowych. Konceptyjne projekty samochodów potęgują ten trend.
- 3 Zob. Janusz Krupiński, *Design – status naukowy i kulturowy. Krytyka schematu „Od eksperymentu do produktu”*, [w:] *Design. Od eksperymentu do produktu*, red. Agnieszka Leśniak-Banasiak, Wrocław 2016. Pisałem tam o autotelizacji środków (stają się celami).
- 4 Pisałem o tym szerzej. Zob. Janusz Krupiński. *Estetyczne superlatywy – kryptozniewolenia*, [w:] „Dyskurs”. Pismo Naukowo-Artystyczne ASP we Wrocławiu, nr 20/2015.

Janusz Krupiński

Autotelization of Design – the Autonomy of Form. Criticism of the Myth of Destiny

The significance of the spectacularness in design is connected with a dispute over the relation of form and function of objects. Functionalist postulate requires criticism of objectivity and the derivative of form with respect to function-destination (purpose, needs, etc.). As a category of design, form is subjective a category. In artistic process, not only the function is born with the form, and its weave does not have a dichotomous character, but the form itself becomes a value. Design, in essence, is not so much a means to the attainment of the objectives, but, by its form (in its form), it carries the irreducible, supra-rational quality of objects – including those ‘spectacular’ qualities. This all allows us to claim that the design emerges as a specific field, in relation to which not only ideas of decorative arts, applied arts, utility or design but also industrial design are inadequate ideas. The concepts of autotelization and the myth of destiny introduced here allow to define design – the idea which defines it and the meaning of its existence.

KEYWORDS:

FORM/FUNCTION, DESIGN-IDEA, FUNCTIONALISM, INDUSTRIAL DESIGN