

Đilo Dorfles

**UVOD U
DIZAJN**

*JEZIK I ISTORIJA SERIJSKE
PROIZVODNJE*



ĐILO DORFLES

UVOD U DIZAJN

*JEZIK I ISTORIJA SERIJSKE
PROIZVODNJE*

SA ITALIJANSKOG DEJAN ILIĆ

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

7.011

7.05:62

ДОРФЛЕС, Ђило

Uvod u dizajn : jezik i istorija serijske
proizvodnje / Đilo Dorfles ; s italijanskog
Dejan Ilić. – Novi Sad : Svetovi, 1994
(Veternik : Dobra vest). – 185 str. : ilustr.
; 17 cm. – (Biblioteka Svetovi)

Prevod dela: Introduzione al disegno

industriale / Gillo Dorfles. – Dizajn kao
znakovno pismo savremene civilizacije / Ješa
Denegri: str. 181–185.
ISBN 86–7047–167–1

а) Дизајн – Историја

0

SVETOVI / NOVI SAD

Đilo Dorfles
UVOD U DIZAJN
I izdanje

Glani urednik
Jovan Zivlak

Recenzenti
Ješa Denegri
Jovan Zivlak

Likovni urednik
S. T.

Lektura i korektura
Aleksandar Pivar i
Gordana Dilas

Izdavačko preduzeće
SVETOVI
Novi Sad
Arse Teodorovića 11

Štampa
"DOBRA VEST"
Veternik

1994.

Naslov izvrnika:

GILLO DORFLES

INTRODUZIONE AL DISEGNO INDUSTRIALE

Linguaggio e storia della produzione di serie

Copyright © 1963 Cappelli editore, Bologna

Revidirano i prošireno izdanje

Copyright © 1972 Giulio Einaudi editore s.p.a., Torino

PREDGOVOR

Svaka definicija rizikuje da ispadne nepotpuna i neprecizna, a pogotovo kada se odnosi na jednu tako obimnu i kompleksnu oblast poput ove o kojoj ću raspravljati. Zato bih više voleo da ne dajem nikakvu određenu i aksiomatsku definiciju dizajna,* prepuštajući čitaocu da, čitanjem

* Teorijsko zasnivanje pojma dizajna može se dovesti u vezu sa nekim estetičkim postulacijama prisutnim kod Kanta i, još ranije, kod engleskih empiričara. Obično se smatra da je pojam funkcionalne lepote anti-kantovski te bliži eklektičkom naturalizmu svojstvenom filozofiji kasnog devetnaestog veka. Ovo mišljenje polazi od činjenice da je ovaj pravac odbacivao svako kantovsko razlikovanje između lepog i umetnosti, lepog i racionalnog. Međutim, ako se bolje pogleda, već Kant, kao što je poznato, kritikuje teoriju o lepom kao savršenstvu te uvodi u svoju teoriju ideju svrhovitosti, smatrajući takvu svrhovitost mogućom i bez predstavljanja svrhe. Pored iste lepote (*pulchritudo vaga*), postoji za nemačkog filozofa i adherentna lepota (*adhaerens*), odnosno lepota koja implicira i svrhu u koju stvar treba da posluži (isto tako, poznato je da se, prema Kantu, svrhovitost postavlja kao princip *a priori* estetske moći). Ali ovde nas ne zanima samo mogućnost približavanja te svrhovitosti umetničkog predmeta i njegove funkcionalnosti, nego i činjenica da se sam pojam celishodnosti („*fitness*” empiričara) identifikuje prema njemu sa savršenstvom umetničkog predmeta (a poznato je da, prema Kantu, u široko područje slikarstva spadaju s punim pravom i primenjene umetnosti, nameštaj, unutrašnje uređenje: elementi, dakle, kod kojih pojam svrhe u koju treba da posluži, odnosno ono što nazivamo funkcionalnošću, prevladuje).

Upravo kod empiričara, a naročito kod Adisona i Berka, već je prisutno viđenje umetničkog predmeta koje ćemo s razlogom označiti kao funkcionalističko. Berk, na primer, kaže (*Ispitivanje porekla uzvišenog i lepog*): „Kad ispitujemo strukturu jednog časovnika i kad uspemo da upoznamo način upotrebe svakog njegovog dela, zadovoljni celishodnošću čitavog

poglavlja koja slede, sam formira najpodesniji i najprikladniji pojam vodeći se realnošću činjenica.

Postoji, međutim, nekoliko ključnih mesta koja se ne mogu prenebrežiti u uvodnom delu jedne studije o ovoj delikatnoj oblasti, i zato bih želeo, već na početku, da iznesem neke osnovne odrednice koje će mi pomoći da raščistim teren od opasnih zabluda koje su se postepeno sakupile na ovom polju, pre svega zbog zajedničkog prisustva estetskih i tehničkih činilaca koji se međusobno prožimaju ne dosežući nikada pravu ravnotežnu tačku.

Kao prvo, bilo bi pogrešno smatrati da je dizajn oblast koja je oduvek postojala: odnosno da je područje upotreb-nog predmeta. To je prva zablada koju treba otkloniti, i videćemo bolje, u poglavlju posvećenom odnosima između dizajna i zanatstva, zašto se na zanatski proizvod *ne sme* gledati kao na „analogon” industrijskog proizvoda.

Jedan od prvih uslova, neophodnih da bismo neki element uključili u ovu oblast koju ćemo ispitivati, jeste da je on proizveden industrijskim i mehaničkim sredstvima, to jest uz intervenciju – ali ne slučajnu, povremenu ili delimičnu, već *isključivo* mašinom.

Iz ovog prvog uslova kao prirodna posledica proizlaze ostali stavovi, poput stava o ponovljivosti, iteraciji proizvoda; preduslova, naime, koji se nije mogao pretpostaviti pre pojave mašine.

predmeta, mi smo daleko od toga da u samom časovniku pronađemo nešto lepo... kod lepote... efekat prethodi svakom saznanju o upotrebi; ali da bismo sudili o srazmeri moramo poznavati svrhu kojoj je predmet namenjen”. U ovom navodu očigledna je razlika koju još Berk pravi između lepote i celishodnosti, s jedne strane, i, s druge, između srazmere (kao elementa lepote) i saznanja o upotrebi, ali već u ovim redovima naslućujemo prve obrise dugog niza rasprava koje teže da poistovete lepo i korisno, suprotstave ih, ili potčine jedno drugome, integrišući time dva pojma u jedan pojam funkcije.

I, napokon, kao poslednju premisu moramo uzeti postavku o većoj ili manjoj – ali u svakom slučaju prisutnoj – „estetičnosti” proizvoda; elementu o čijim vrednostima će biti teško postići saglasnost (kao što je teško, uostalom, postići saglasnost na primeru ma kog umetničkog dela koje je još *sub judice*), ali koji moramo pretpostaviti – barem intencionalno – kao suštinski momenat bilo koje tvorevine *designa*. Nije – razume se – svaki proizvod izrađen pomoću mašine već po sebi umetnički. Zato u oblast dizajna treba uvrstiti samo one proizvode koji su, već od faze projektovanja, osmišljeni s takvom namerom. S druge strane, postoje brojni industrijski proizvedeni predmeti i elementi koji će na kraju procesa posedovati izražajne i estetske kvalitete a da te osobine uopšte nisu bile predviđene u trenutku njihovog projektovanja.

Iako mnogi noviji izučavaoci i teoretičari nastoje da potcene umetničku stranu dizajna, te ovaj aspekt smatraju potpuno drugorazrednim, ja mislim da je pozicija „estetskog uskraćivanja” – ili, ako hoćemo, antihedonističkog puritanizma – uslovljena pre svega činjenicom da se nije još uvek shvatilo da se sam pojam „umetnosti” promenio poslednjih decenija, pa zato ne treba smatrati umetničkim samo proizvode „lepih umetnosti”: slikarstva, skulpture, arhitekture, nego i mnoge predmete, instrumentarije, kojima se služi aktuelna tehnološka civilizacija u svojim raznim oblicima ispoljavanja.

Treba, naime, konstatovati da je u svakom ljudskom delu prisutna jedna *vis formativa*, implicitna samoj prirodi materijala – izražajnog *mediuma* – svaki put kada se on upotrebi u skladu sa kompozicijskim zakonima koji su mu inherentni, a koja je često uzrok pojavljivanja visoko umetničkih elemenata izvan znanja autora. U našem slučaju, kao što ćemo videti, dogodilo se da su neke od prvih tehnoloških konstrukcija minulog stoleća (prvi veliki viseći mostovi od metala, tehničke građevine poput dokova nekih

engleskih luka [Liverpool], neke fabrike, visoke peći, prvobitne parne mašine, itd.) po prvi put otkrile izvesne formalne konstante koje će ustanoviti matrice jednog potpuno novog arhitektonskog i konstrukcionog „stila“, bez znanja samih njihovih tvoraca.

Stoga ćemo rezimirati naše premise s tvrdnjom da – premda su postojali već u prošlosti proizvodi izrađeni na manuelan način ili samo donekle uz mehaničke intervencije (keramika, staklo), namenjeni praktičnoj i upotrebnoj svrsi, i sa estetskim kvalitetima (alat, oružje, preistorijska oruđa, pokućstvo), te isto tako brojni elementi rađeni prema određenim modulima, delimično ili potpuno standardizovani – tek u naše vreme, odnosno nakon industrijske revolucije, javlja se proizvodnja predmeta, profila, modela koji se mogu proizvesti u serijama, i koji mogu imati, pored praktično-upotrebne, i estetsku funkciju. Uostalom, sam upotrebn i „funkcionalni“ kvocijent nije posve neophodan kao suštinska komponenta dizajna. (Ovo je, međutim, jedna od najučestalijih zabluda onih koji još uvek smatraju da industrijski proizveden predmet nužno mora posedovati „funkcionalnu“ komponentu.) U stvari, mogu postojati, i *postoje*, „beskorisni“ predmeti: ukrasni, „dekorativni“, ali i predmeti „čiste umetnosti“ (koji spadaju u kategoriju takozvane programirane umetnosti) koji su izvedeni u serijama uz intervenciju isključivo mašinom, te ih dakle s punim pravom treba uvrstiti u oblast koju ispituje-mo. Na osnovu ovoga možemo izvesti osnovne preduslove neophodne da bi se jedan predmet mogao smatrati delom dizajna. To su: 1) njegova serijabilnost; 2) mehanički način izrade; 3) postojanje estetskog kvocijenta koji potiče od prvobitnog projekta a ne od naknadne manuelne intervencije.

Eto zašto nije dopušteno govoriti o dizajnu i pozivati se pri tome na predmete iz epoha koje su prethodile indus-

trijskoj revoluciji; a još manje pozivati se na one (alat, nameštaj, oruđa) koji potiču iz davnih vremena i čak iz preistorije.

Ako pitanje binoma lepo-korisno (estetičnosti korisnih formi) s punim pravom spada u našu raspravu, u smislu odnosa između funkcije i forme, to ne znači da u naš vidokrug treba uključiti i onaj njegov deo koji se tiče dela načinjenih rukom, bez mogućnosti egzaktne reprodukcije, i bez intervencije mašinom.

Zbog toga neke studije (kao, na primer, stara i klasična knjiga Herberta Rida* [Herbert Read], *Umetnost i industrija* ili Lindingerov [Lindinger] obimni esej o *Designgeschichte*) greše u tome što pokušavaju iznaći istorijske izvore dizajna, vraćajući se na alat, vaz, stari pehar, samo zbog činjenice da su ti predmeti pored estetske imali i upotrebnu svrhu.

Zato ću pri ocrtavanju jedne veoma kratke povesti dizajna krenuti tek od početaka „neotehničke ere“, ne obazirući se na „korisne“ forme koje su prethodile ovoj epohi.

I – pre no što otpčnemo raspravu o raznim problemima koji se tiču industrijski proizvedenih predmeta – navešćemo još jedno zapažanje u vezi sa širinom delokruga dizajna. Kao što ću imati priliku da pobliže odredim u poglavlju posvećenom klasifikaciji predmeta koji spadaju u dizajn, naša oblast ispitivanja danas se proteže na sveukupnost elemenata koji čine orijentire naše svakodnevice, a to je isto tako činjenica od prvorazrednog značaja čiju važnost mnogi ne uviđaju. Svakoga trena našeg radnog i slobodnog vremena mi smo preplavljeni plimom industrijskih predmeta proizvedenih u serijama, i sa više ili manje oči-

* Up. Herbert Read, *Art and Industry*, London 1934, it. prev. *Arte e Industria*, sa predgovorom Gilla Dorflesa, Lerici, Milano 1961. i H. Lindinger, *Designgeschichte*, u „Forum“, br. 26–30, 1964–65.

glednim estetskim intencijama; od časovnika koji nosimo na ruci do hemijske olovke, od naočara do makaza, od automobila do železničkih vagona, od skutera do mlaznjaka. Kako vreme provedeno kod kuće (uz razne kućne električne aparate), tako i ono provedeno u kancelariji (uz pisaće mašine, računске mašine), u sportskim aktivnostima (uz skije, štapove za golf), u ratovanju (uz oružje, rakete, ratne brodove), prožeto je produkcijom koja se uvek zasniva na momentu projektovanja, odnosno elementu dizajnerske kreacije, te momentu iterativnosti mehanizovane i serijske proizvodnje.

Ne treba se dakle čuditi što je naš današnji vizuelni horizont tako jako uslovljen prisustvom ove ogromne količine industrijski proizvedenih elemenata, koji su – svojom formom, bojom, teksturom – u stanju da utiču, pozitivno ili negativno, na naše perceptivne sposobnosti i samim tim i na naša stvaralačka i ideativna stremljenja. Možemo čak i da ustvrdimo da se upravo takvim formama duguje, a još više će se dugovati u budućnosti, poseban pravac u kojem će se razvijati čovekov ukus i njegov stav u odnosu na forme – korisne i beskorisne – prisutne u ambijentu unutar kojeg se odvija njegova egzistencija.

1.

KRATAK ISTORIJSKI UVOD

Kao što sam često imao priliku da zapazim, vreme nastanka dizajna podudara se s javljanjem mašine u proizvodnji projektovanih predmeta. Ne možemo govoriti o dizajnu i imati u vidu epohe koje prethode industrijskoj revoluciji, iako su se još u davna vremena pravili predmeti u serijama i uz delimičnu intervenciju prvobitnim strojevima kao što su strug, bušilica, grnčarski točak ili ručne prese za pravljenje cigli i crepova.

Upravo, dakle, u početak prošlog veka moramo datirati nastanak predmeta proizvedenih u industriji na osnovu dizajna projektovanog za serijsku proizvodnju. Kod tih najranijih predmeta – kako kod delova nameštaja i pokućstva, tako i kod nekih građevinskih konstrukcija (stubova od livenog gvožđa, metalnih mostova), ili kod prvih prevoznih sredstava (parnih mašina, parobroda) – skoro uvek je ovekovečen pogrešan koncept koji stoji iza običaja da se funkcionalne karakteristike predmeta maskiraju naknadnim nabacivanjem ornamenata izvedenih u skladu sa vladajućim ukusom epohe. Drugim rečima, još uvek se nije shvatalo da je proizvod izrađen mašinom u stanju da poseduje vlastitu „estetičnost”, proizašlu iz susreta funkcionalnosti i forme, bez naknadnog dodavanja nekog dekorativnog faktora. Pošto se industrijska revolucija prvo potvrdila u oblasti rada sa livenim gvoždem, upravo na polju tehnike najranije se i uvideo značaj novih metoda obrade. Zapravo,

inženjeri su bili prvi koji su – služeći se industrijski proizvedenim elementima pri realizovanju najrazličitijih dela – pored tehničkih, primetili i estetske mogućnosti novih sistema proizvodnje. Najstarija od ovih dela potiču iz poslednje četvrtine XVIII veka, jer je prvi most od gvožđa sa samo jednom arkadom – *Severn Bridge* – izgrađen u Engleskoj od 1775. do 1779, a *Royal Opera Arcade* u Londonu 1790. Ali velikom procvatu na polju tehnike prisustvovaćemo tek tokom narednog, XIX stoleća; perioda, naime, koji je bio svedokom nastajanja takvih građevina kao što su Kraljevski paviljon u Brajtonu Džona Neša [John Nash] (1818–21), Ruooove [Rouhault] staklene bašte u *Jardin des Plantes* u Parizu (1883), i, opet u Parizu, *Bibliothèque Sainte Geneviève* (1843–50) te *Bibliothèque Nationale* Anrija Labrusta [Henri Labrouste], *Halles Centrales* (1849–53), zatim veliki broj staničnih zgrada i drugih industrijskih objekata, magacina i mostova, svih sa strukturama u potpunosti izvedenim u metalu.

Na kraju veka ističu se dva veoma važna primera konstrukcija provizornog karaktera: *Halles des Machines* (Kontamen [Contamin]) na Svetskoj izložbi '89 i Ajfelova kula (Ajfel [Eiffel] je pre toga već bio konstruisao *Douro Bridge* 1875. i *Garabit Viaduct* 1879) kojoj je srećom bilo suđeno da nadživi izložbu za koju je bila osmišljena.

Kao što sam već rekao, skoro kod svih ovih konstrukcija ovekovečena je zabluda da se mogu upotrebljavati novi materijali sa starom ornamentacijom i za forme koje odgovaraju materijalima (kamenu, drvetu, itd.) koje ovi novi zamenjuju. Prvi primer oslobađanja od prethodno postojećih jezičkih formula može se videti u ekstremnom stanjivanju trupova nosećih stubova izrađenih od metala, premda i oni čuvaju sve svoje tradicionalne sastavne elemente. I u drugim sektorima proizvodnje – kao kod keramike i serijske izrade nameštaja (Tomas Čipendejl [Thomas Chippendale] i Thomas Šeraton [Thomas Sherraton] /1718–79,

1751–1806/, Džosaja Vedžvud [Josiah Wedgwood] /1730–95/ – potvrđuje se analogni fenomen zadržavanja stilskih shema iz prošlosti, čak i kada se u proizvodnju uvode novi sistemi obrade, sada već isključivo industrijskog karaktera.

U Vedžvudovom slučaju zanimljivo je da njegovu kompetentnost i intuitivnu modernost na polju tehnike i organizacije nije pratila odgovarajuća ažurnost na polju estetike; zapravo – naročito nakon što se udružio sa Tomasom Bentlijem [Thomas Bentley] (1768) – on je počeo da zaođeva svoje keramičke proizvode ornamentalnim motivima uzetim iz antičke i renesansne epohe.

Ipak, postepeno napuštanje arhitektonskih i dekorativnih obrazaca, koji su iz dana u dan gubili svaku opravdanost, bilo je neizbežno; pa, ako su gledišta poput onih koje je Labrust izneo u svojim zabeleškama (*Souvenirs d'Henri Labrouste*, Pariz 1928): „insistiram na činjenici da u arhitekturi forma uvek mora biti prilagođena funkciji“, bila još uvek retka u Evropi sredinom veka, u Americi, naprotiv, bila su prilično prisutna, verovatno zato što je to bilo vreme veoma brzog tehnološkog razvoja te zemlje.

Upotreba industrijski izrađenih elemenata u građevinarstvu ovde je mnogo raširenija nego u Evropi već od prve polovine stoleća. Njih su koristili arhitekti kao što su Aleksander Paris [Alexander Parris] (1825), pri izradi projekta za Bostonsku tržnicu, i mnogi drugi konstruktori velikih magazina, poslovnih zgrada, tržnih centara, itd. Najtipičnija od tih konstrukcija možda je zgrada koju je konstruisao Džejsms Bogardus [James Bogardus] 1854. za *Harpers & Brothers* služeći se isključivo strukturom od metala i neprekinutih staklenih površina. Ovakvom usmerenju prikloniće se, potvrđujući ga svojom praksom, i drugi arhitekti poput Henrija Ričardsona [Henry Richardson] (Magazini *Field* u Čikagu 1885–87) i pripadnikâ Čikaške škole: Vilijama Le Barona Dženija [William Le Baron Jenney], Holaberda [Holabird], Bernama [Burnham], Džona Ruta

[John Root], kao i velikog Salivena [Sullivan], učitelja, kao što je poznato, Frenka Lojda Rajta [Frank Lloyd Wright].

Analogna praktičnost i uverljivost postupka primenjenog u arhitekturi stajala je i u osnovi najboljeg dela američke produkcije serijskih predmeta, što je i pokazala Londonska izložba 1851. na kojoj su američki proizvodi bili veoma zapaženi, o čemu nam svedoči Lotar Buher [Lothar Bucher] (*Kulturhistorische Skizzen aus der Industrieausstellung aller Völker*, 1851): „Sve ovo što vidimo od američkog pokušaja odiše duhom komfora i prilagođenosti svrsi”.

Tako, dok su se u Americi – i pre no što se došlo do teorijskog formulisanja problema koji se tiču dizajna – ti problemi već počeli u praksi da rešavaju, u Evropi, mi smo se tek približavali idejnom određivanju tih spornih pitanja preko loše postavljenih i konfuznih rasprava.

Najranije zapažanje – premda zasnovano na sasvim pogrešnim postulatima – povodom značaja estetskog kvocijenta industrijskih proizvoda, nalazimo u besedi koju je Ser Robert Pil [Sir Robert Peele] (veliki državnik i značajan industrijalac svog doba) izgovorio poslanicima Donjeg doma u aprilu 1832. u znak podrške predlogu o osnivanju jedne nacionalne umetničke galerije (*National Gallery* u Londonu).

On je smatrao između ostalog (kako nam saopštava Herbert Rid u svojoj knjizi) da se prvenstveni interes engleskih fabrikata nalazi u podsticanju izučavanja lepih umetnosti i uspostavljanju prisnijeg odnosa sa ovim područjem, budući da se engleska proizvodnja, toliko superiorna na tehničkom planu u odnosu na inostranu, nalazila u stanju izrazite inferiornosti u pogledu *pictorial designa*. Nakon ove besede – gde je pored ostalog izneta preporuka da se pode primerom lionske *Ecole des Beaux Arts* – počele su se

otvarati škole, izložbe, te je osnovan i jedan odbor za promovisanje perspektivnog braka umetnosti i industrije. No i pored toga, umetnički činilac smatrao se nečim što odudara od procesa mehaničke proizvodnje i nečim što se trebalo „aplicirati spolja” na industrijski proizveden predmet. A takav je koncept, kao što smo već pokazali, sasvim kontra-produktivan i pogrešan.

2.

OD VILIJAMA MORISA DO *ARTS AND CRAFTS*

Među prvima koji su nastojali da se estetski element uvede u oblast serijske proizvodnje, bio je svakako Vilijam Moris [William Morris] (1834–95), jedan od pokretača engleskog pokreta *Arts and Crafts*. No njegovo stanovište povodom mašinske intervencije u okviru umetničkog i zanatskog rada bilo je u potpunosti negativno. Po Morisu, jedna od najvrednijih ljudskih osobina sastoji se upravo u čovekovoj sposobnosti da ručno izrađuje predmete bez pribegavanja mehaničkoj intervenciji. Sve što je on lično proizveo i sve što je uradio da se unapredi razumevanje svake forme umetnosti, te da se ožive stari postupci zanatske izrade ili razrade novi, bilo je plod ovog njegovog dubokog ubedenja. Rezultate tog opredeljenja možemo videti, recimo, na primeru Crvene kuće čiju je izgradnju 1859. poverio Filipu Vebu [Philip Webb], a gde se on pobrinuo za sve pojedinosti u vezi sa unutrašnjim uređenjem, od tapeta do tkanina, od tepiha do staklenih površina i nameštaja. Analogne principe zastupao je i u radionici za primenjenu umetnost (*Morris, Marshall, Faulkner and Co.*), pa čak i u maloj izdavačkoj kući (*Kelmscott Press*) koja je proširila njegova interesovanja i na polje umetničkog knjigovezništva. Tako se zanatskoj delatnosti u potpunosti priznavao obrazovni značaj, dok se to isto poricalo mehanizovanoj.

No i pored toga, njegovi neprestani naponi da se razjasne odnosi između materijala, proizvodnog metoda i forme, te da se zanatstvo oslobodi robovanja stilskim obrascima koji potiču iz prošlosti, morali su u krajnjoj liniji da daju pozitivne rezultate i kada je reč o potonjem estetskom zasnivanju industrijskog proizvoda, budući da su sasvim prekidali vezu sa stilovima minulih vremena. Delotvornost tih principa, uostalom, dala se u velikoj meri primetiti u ponovnom oživljavanju engleskog zanatstva, u šta se vrlo brzo moglo uveriti na izložbi pokreta *Arts and Crafts* (ime kojim se označavala engleska zanatska produkcija nakon 1860) održanoj u *New Gallery* u Londonu 1880.

Najvitalniji deo njegovog iskustva sabrali su i razvili neki njegovi učenici (Valter Krejn [Walter Crane], V. R. Lidbi [W. R. Lethaby], Džon Seding [John Sedding], Luis Dej [Lewis Day], Čarls Robert Ešbi [Charles Robert Ashbee], rasterećujući ga onih antimehanicističkih predrasuda koje su onemogućavale njegovu primenu na pravi način i u skladu sa vremenom. S tim u vezi dovoljno je navesti reči Luisa Deja iz 1882. (*Everyday Art*): „svidelo nam se to ili ne, mašina, motorni pogon i elektricitet imaće šta da kažu u ornamentalnoj umetnosti budućnosti”.

Neki Morisovi principi – u kojima se na plodotvoran način odražavaju estetske teorije koje potiču od Džona Raskina [John Ruskin] i od drugih preraphaelitskih autora i umetnika – inspirisali su pokrete i ličnosti i izvan Ostrva. Jedna od najznačajnijih po uticaju na dizajn svog doba svakako je Henri van de Velde [Henry van de Velde] (1863–1956), najveći predstavnik *Art Nouveau*.

3.

ART NOUVEAU I NJEN ODNOS PREMA DIZAJNU

Ovaj novi arhitektonski i umetnički pravac javio se u Briselu i odatle se proširio na ostale delove Evrope skoro istovremeno sa afirmisanjem analognih pokreta u drugim zemljama kao što su *Jugendstil* u Nemačkoj, *Secession* u Austriji, *Liberty* u Italiji, Modernizam u Kataloniji.

Njegova velika zasluga je u tome što je u arhitekturu i dizajn uveo nove obrasce i dekoraciju koji se uopšte nisu ugledali na prethodne stilove, inspirišući se naturalističkim elementima (naročito cvetnim) i motivima na kojima su se mogli primetiti uticaji Dalekog istoka.

Ovo dočaravanje sveta prirode na dekoracijama *Art Nouveaua* otkriva njenu srodnost sa već razmotrenim pretpostavkama morisovskih i preraphaelitskih pokreta za koje ih vezuje sraslost strukture i dekoracije. Međutim, ovaj pokret udaljavao se od Morisovih i Raskinovih gledišta po tome što je bezuslovno prihvatio intervenciju mašinom. „Moćna igra njenih gvozdениh ruku” – kako je pisao Van de Velde u svojim *Kunstgewerbliche Laienpredigten*, 1901 – „stvorice lepotu pod uslovom da je lepota vodi”. Belgijski arhitekta može se, dakle, smatrati najprosvetljenijim predstavnikom „novog stila”. Svoju prvobitnu slikarsku aktivnost zamenio je aktivnošću stručnjaka za primenjene umetnosti i arhitekturu, poduhvatajući se dizajniranja namešta-

ja, tkanina, tapeta, i na tom polju postigao zapanjujući uspeh u Francuskoj kada ga je 1893. pozvao S. Bing [S. Bing], pariski trgovac umetničkim delima, da opremi njegovu prodavnicu, koja je dobila ime upravo po *Art Nouveau-u*. Buka koja se podigla tom prilikom oko Bingove prodavnice uticala je na pojavu analognog pokreta i u Francuskoj (*Gallé* stil), kome su pristupili proizvođači nameštaja, keramike, industrijalci i umetnici poput Galea [Gallé] i Gimara [Guimard] (tvorca čuvene gvozdene ograde u pariskom metrou) koji su još više naglasili maštoviti dekorativizam belgijskih arhitekata Van de Veldea i Horte [Horta].

Pravci analogni *Art Nouveau-u* pojavili su se – kao što rekoh – i u Austriji (gde je Hofman [J. Hoffmann] /1870–1956/ osnovao 1903. sa Mozerom [K. Moser] *Wiener Werkstaetten*) i u Nemačkoj gde je došlo do znatnog napretka u pravljenju nameštaja, predmeta za kuću, pokućstva. Dok je u Velikoj Britaniji škotska škola na čelu sa Mekintošem [Mackintosh] (1869–1928) i Mekmerdom [Mackmurdo] (1851–1942) nastavljala i usavršavala Morisovo delo i dela pokreta *Arts and Crafts*, značajnu vezu između anglosaksonskih i nemačkih umetničkih impulsa ostvariće Herman Mutezijus [Hermann Muthesius] (1871–1927), koji je – kao ataše nemačke ambasade u Londonu – bio u prilici da prouči probleme industrijalizacije zanatskog proizvoda u toj zemlji, te je, vrativši se u otadžbinu, nagovestio javljanje jednog novog *Maschinenstila* koji je potom doživeo svoju prvu realizaciju u *Deutsche Werkstaetten* (počev od 1907).

No i pored svega, tek je nedavno priznat značaj koji je *Art Nouveau* imala za nastajanje već izrazito industrijalizovane umetničke forme, ali u isti mah i forme koja poseduje jednu novu stilsku originalnost. Razlog je u tome što se sve do pre neku godinu *Art Nouveau* smatrala za nešto oprečno i suprotstavljeno „racionalističkom” pravcu. U stvari, i

jedan i drugi pravac, prividno različiti i suprotstavljeni, odigrali su svoju ulogu u promovisanju upotrebe mašine kako u arhitekturi tako i u „primenjenim umetnostima”, s tom razlikom što je racionalizam hteo da potpuno odstrani svaki dekorativni ili ornamentalni motiv tragajući za apsolutnom konstrukcijskom čistotom i apsolutnom funkcionalnošću. Najizrazitijim racionalističkim tendencijama pripadale su već od prve decenije stoleća neke značajne ličnosti kao što su Berlage [Berlage] u Holandiji, Adolf Los [Adolf Loos] u Austriji, Toni Garnije [Tony Garnier] i Ogist Pere [Auguste Perret] u Francuskoj, i Berens [Behrens] u Nemačkoj. I upravo Berensu (koji je 1909. dobio mesto savetnika u AEG-u, čiju je fabriku u Berlinu konstruisao) treba odati priznanje (ili je to bila stvar sreće) što je bio možda prvi „umetnički savetnik” – dizajner, dakle – koji je bio pozvan od industrije s namerom da mu se poveri na neko vreme umetnička i tehnička organizacija. Odatle Berensu, kao budućem upravniku umetničke akademije u Diseldorfu, te Van de Veldeu, kao upravniku škole u Vajmaru, pripadaju najviše zasluge kao pionirima didaktičkog metoda usmerenog na shvatanje značaja koji će dizajn dobiti u tehničkoj i umetničkoj oblasti serijske proizvodnje.

4.

OD BAUHAUSA DO NAŠIH DANA

Godine 1920. počinje jedan od najpresudnijih perioda u istoriji dizajna. Naime, tada Gropijus [Gropius] (koga je godinu dana ranije Van de Velde pozvao da preuzme upravljanje Bauhausom) započinje svoju aktivnost u ovoj školi. Važnost Bauhauusa nema potrebe podvlačiti, ali treba iznova odmeriti njegov doprinos, što pokazuje i činjenica da poslednjih godina dolazi do procvata studija koje imaju za cilj da se inicijativama Gropijusa i njegovih saradnika* pridaje pravi značaj. Od 1920. do 1925. Bauhaus će obavljati svoju aktivnost u Vajmaru, a potom, od 1925. do 1928, nalaziće se u Desauu, pod neprekidnom upravom Gropijusa koji će te godine, zbog nastupanja neugodne političke situacije prouzrokovane nadirućim nacizmom, napustiti Nemačku a upravljanje školom prepustiti Hanesu Majeru [Hannes Mayer]. Sa školom su saradivali neki od najrelevantnijih umetnika tog doba kao što su Kle [Klee], Kandinski [Kandinskiy], Fajninger [Feininger], Moholji-Nađ [Moholy-Nagy], Mis van der Roe [Mies van der Rohe], Albers [Albers], Fordemberge-Gildevert [Vordemberge-Gildewart], i tada mladi Maks Bil [Max Bill], Đerd Kepes [Gyorgy Kepes] i Brojer [Breuer]. Danas je

* Upućujem čitaoca na dela kao što su *Gropius e la Bauhaus* od C.G. Argan, i *Theory and design in the first machine Age*, od R. Banhama.

odveć lako uputiti prigovore na račun didaktičkih metoda Bauhausa i pokušati ograničiti domet njegove obuke. Poznato je da je izvesno „zanatliještvo” obuke imalo još uvek prednost nad izričito naučnim metodima koji će potom biti prihvaćeni; ali moramo imati u vidu epohu u kojoj se škola formirala, te da je ona nasledila gledište po kome su industrijski predmet i arhitektura i dalje nešto što bi trebalo „estetizovati”. U svakom slučaju ostaje činjenica da bi se bez Bauhausa teško razvila jasna svest o neophodnim preduslovima za napredak u modernoj arhitekturi i dizajnu. Takođe kada je reč o sociološkim postavkama koje je Gropijus uveo u svoju obuku, a koje danas moramo smatrati donekle utopističkim, važno je naznačiti da su one predstavljale prvi raskid sa posve zaostalim devetnaestovekovnim socijalnim shemama. Gropijus je, zapravo, težio da stvori umetnost kadru da po najnižu cenu dostigne najviši umetnički nivo, te imao za cilj da pravi predmete koji ne bi bili rezervisani za neznatnu elitu. Pored toga, verovao je i da bi se, povezivanjem zanatske sa industrijskom i umetničkom obukom, mogao stvoriti potpun umetnik sposoban da vlada svim sektorima proizvodnje. Danas znamo da je jedan takav „humanistički” ideal gotovo nezamisliv, znamo da su potrebni drugi temelji – naučnog, jezičkog, psihološkog, filozofskog karaktera – da bi se jasno sagledao problem; ali bez obzira na sve, ne možemo ne priznati plodotvornost Gropijusove obuke, ne samo u Evropi nego i u Sjedinjenim Državama gde će se njegov doprinos pokazati kao presudan.

Neka ostvarenja Bauhausa ostaju, znači, kao osnovne etape u razvoju dizajna, a ovom prilikom ću navesti Brojerov čuveni nameštaj od čeličnih cevi (gde su sedišta, nasloni za leđa i ruke načinjeni od elemenata tkanine zategnute preko metalnog kostura), Misove metalne stolice, od kojih će Barselona, napravljena 1928. za istoimenu sajam, biti veoma duga veka budući da će se njena serijska proizvod-

nja (premda u ograničenoj seriji i po visokoj ceni) protegnuti sve do naših dana.

Nešto slično dogodilo se i sa Brojerovim nameštajem. On je nedavno (1962) ponovo aktuelizovan i izbačen na tržište, što u svakom slučaju – iako je ishod svega toga donekle neizvestan – pokazuje znatnu trajnost dizajna. Izuzetno poznati Bauhausovi proizvodi su i Gropijusova kva-ka od nikla i njegov automobil *Adler* (1932), zatim stolne lampe, svetlosni difuzori, keramički predmeti.

Otprilike u to vreme i u Holandiji se, kao što je poznato, vrše važna istraživanja u oblasti industrijskog projektovanja, pa bih stoga podsetio na neka tipična ostvarenja u sektoru nameštaja kao što je, recimo, Ritveldov nameštaj [Rietveld] (njegova stolica iz 1917) koji, iako je još uvek delimično zanatskog karaktera, privlači pažnju jer pokazuje potpuno napuštanje sklonosti ka dekoraciji koja je još uvek bila prisutna kod mnogih predmeta, nameštaja, pokućstva.

Kada su, zbog nastupanja nacizma, Gropijus, Mis, Brojer, Mendelson [Mendelsohn] i gotovo svi najbolji arhitekti i grafičari napustili Nemačku, ta zemlja nije više mogla da predstavlja središte aktivnog istraživanja, niti aktivne produkcije, relevantno za modernu umetnost (očiti dokazi – treba li kome – kako političke tiranije mogu da utiču na oblast kulture i umetnosti). Ali u ovom slučaju javljanje nacizma moglo se „pozdraviti”, upravo zbog jakog protivefeka koji je odatle proistekao na transatlantskom kontinentu. U stvari, Sjedinjene Države, koje su tridesetih godina bile usidrene u prilično hedonističkoj estetici proizvoda, lišenoj svake stilske čistote, profitiraće veoma puno s preseljenjem mnogih evropskih umetnika koji su bežali od fašizma i nacizma. Tako se u Čikagu osniva *Institute of Design* (koji u prvo vreme vodi Moholji-Nađ a potom, od 1955, Džej Doblin [Jay Doblin]), koji je izgledao, naročito u početku, gotovo kao nastavak Bauhausa. Isto tako, u

neke druge, već postojeće, institute kao što su IIT u Čikagu (gde je dugi niz godina predavao Mis) ili MIT u Kembridžu (Masačusets), zatim univerziteti Harvard i Jejlu, te neki instituti u Kaliforniji – preselio se izvestan broj mladih učenika Bauhausa donoseći svugde nove ideje i nove didaktičke metode. Od najviše angažovanih pomenuću ovde Derda Kepesa (profesora na MIT-u), Albersa (na Jejlu), Munta [Mundt] (u Kaliforniji), Brojera i Gropijusa (na Harvardu), itd.

Sa završetkom drugog svetskog rata, možemo reći, u izvesnom smislu završila se i epoha u kojoj je dominirao Bauhaus. Pogledajmo sada koje bi etape mogle biti najvažnije u dizajnu posleratnog perioda. Bez obzira što je, kao što ćemo videti, američki *styling* – naročito u oblasti proizvodnje automobila – pedesetih godina predstavljao jedan od najprisutnijih fenomena, ne smemo potceniti uticaj koji je u deceniji 1950–60 izvršio italijanski dizajn koji se, po svojim fantastičkim i antikonformističkim aspektima – kako u Evropi, tako i preko okeana – pokazao kao revolucionaran s pojavom prvih motoskutera u godinama neposredno nakon rata (*Vespa* i *Lambretta*). Veliki značaj za širenje italijanskog dizajna imala su Trijenala '51. i '54. i prosvetljena delatnost nekih firmi kao što su *Olivetti* i *Necchi*. No s Trijenalom '60. italijanski prestiž počeo je da opada nagrizen preteranom sladunjavošću i *revivalom* neoliberti obrazaca. Od kulturnih inicijativa u poslednjem desetleću treba pomenuti međunarodne skupove u Aspenu (Kolorado) koji su predstavljali veoma važna mesta gde su se sretali dizajneri iz celoga sveta. Nakon njih uslediće međunarodna savetovanja u Tokiju (1961), Veneciji (1962), Parizu (1963), Beču (1965), Montrealu (1967), Londonu (1969), Ivizi (1971). Takode je vredno pomena i (kao što ćemo videti kad budemo govorili o obuci dizajnera) osnivanje Ulmske škole koja je po prvi put uvela na sistematski način u oblast dizajna izučavanje semiotike, te-

orije informacije, ergonomije i kibernetike, i čija je saradnja sa jednom naprednom firmom poput *Brauna* rezultovala proizvodnjom veoma doslednih i odabranih predmeta.

5.

ITERATIVNI KARAKTER I POJAM „STANDARDA”

Neophodan uslov da bi se određena grana industrije mogla uvrstiti u oblast koju ispituje, jeste njen potpuno iterativni karakter: to jest, njena zasnovanost na *serijskoj proizvodnji*. Svaka faza u izradi proizvoda mora, dakle, biti organizovana i vođena tako da ostvari učinak koji će uvek biti isti i koji neće pokazati ni najmanje odstupanje od serije.

Dok je u ranijim tipovima proizvodnje, prividno „serijskim” (kao kod nekih zanatskih vrsta obrada vršenih uz delimično mehanizovana sredstva gde se svaki primerak ponavljao po desetak ili stotinak puta), kontrola proizvodnje bila prilično relativna, upravo jer nije bilo interesa za potpunu identičnost predmeta, i jer oni nisu morali biti izjednačeni sa nekim stalnim „prototipom” – u industrijskom tipu proizvodnje, pojam serije prevashodno podrazumeva metod proizvodjenja elemenata, pa tak onda njihovu količinu.

Tako možemo imati *malu* ili *izuzetno malu seriju* (lokomotive, brodovi, podmornice, gigantske elektronske računске mašine, te instrumenti velike preciznosti i male rasprostranjenosti) gde primerke proizvoda može činiti desetak jedinica, ili veoma mali broj jedinica, a da pri tome ostane

nepromenjen „serijski” karakter na kome je zasnovana njihova proizvodnja.

Dok ćemo, s druge strane, najčešće imati predmete u *izuzetno velikim serijama* (posude, kućni električni aparati, tranzistori, itd.) gde će ponovljenih proizvoda biti na hiljade ili na stotine hiljada, ali će pojedinačni predmet ostati veran svom prototipu zahvaljujući sistemu izrade koji ne dopušta nikakvo odstupanje od vrste.

Pojam serije jedan je od osnovnih principa o kojima treba voditi računa. „Serijski” označava mogućnost reprodukcije, ponavljanja određenog modela (modela praoca) koji poseduje – prema Čiribinijevoj [G. Ciribini] definiciji – „u najvećoj mogućoj meri onaj skup osobina koje se smatraju neophodnim da bi se on (model, *prim. prev.*) mogao upotrebiti za uzimanje uzorka ili koje mogu poslužiti kao primer za izvršne serijske procese, a nastalih kombinacijom ili sklopom standardizovanih elemenata” (G. C., *Architettura e Industria*, Milano 1959). „Praotac” se definiše i kao „propisani model, ili standard”, odnosno „tip”.

Stav publike prema umetničkom predmetu morao je suštinski da se promeni da bi ona prihvatila serijski proizvedeno delo na način, ili, bolje rečeno, sa analognim „respektom”, na koji je ranije prihvatila umetničko ili obično zanatsko delo. U stvari, kod serijske proizvodnje u potpunosti otpada vrednost implicitna pojmu „jedinstvenosti” na kome se oduvek zasnivalo vrednovanje nekog umetničkog predmeta. Isto tako, otpada i pretpostavka o posebnoj manuelnoj sposobnosti tvorca, budući da je svaki izvršni detalj već obuhvaćen dizajnerskim projektom, te ne može biti „dodat” naknadnim „pečatom” tvorca. To postojanje jedne tipično serijske proizvodnje međusobno jednakih primeraka, praktično je nepoznato u minulim epohama. Zanatski proizvod, uzmimo i najbrižljivije izrađene primerke i slučajeve sa delimičnim učešćem mašine (strug, bušilica, grnčarski točak), nikada nije mogao dostići potpunu pravilnost

niti odstraniti zavisnost od slučaja. Kod serijskog predmeta, pitanje granice do koje su dopuštena odstupanja, sasvim se drugačije tretira nego kod zanatskog proizvoda, gde netačnost često, umesto nedostatka, predstavlja „estetsku vrlinu“, za razliku od industrijskog predmeta gde je „limit tolerancije“ veoma uzak i svaki propust ometa proizvodnju i prodaju.

Jasno je da – pored toga što predstavlja tehničku činjenicu koja se ne sme nikako zanemariti – princip serijske proizvodnje, uz odsutnost nepravilnosti koja otuda proističe, predstavlja i jednu od najznačajnijih i najrelevantnijih formalnih činjenica. Kao što smo već naznačili, upravo se u tome i sastoji velika revolucija koju je dizajn izveo na polju vizuelnih umetnosti; i upravo odatle – o čemu ćemo više govoriti kada budemo pominjali nefunkcionalne serijske predmete (takozvane „programirane umetnosti“) – izvire ovaj princip koji nam omogućava da zamislimo industrijski proizvedene predmete sa isključivo „umetničkom“ svrhom, dakle, bez ikakve utilitarne, ali i za njih isto važi da moraju biti lišeni nepravilnosti i svakog „personalističkog“ zadovoljenja kada je reč o njihovoj obradi i proizvodnji.

Pojam „standarda“ (ili „norme-uzroka“) javlja se, dakle, s pojavom mašine kao sredstva sposobnog da beskonačno umnoži određeni model. Zato se industrijski proizveden predmet mora smatrati završenim u trenutku njegovog nastanka, i ne sme se podvrgavati naknadnim intervencijama zarad poboljšanja ili modifikovanja izgleda. Naravno da u trgovini još uvek postoje neki hibridni predmeti koje većina ljudi vidi kao dela dizajna bez obzira što je način njihove proizvodnje mešanog tipa. To su, recimo, mnogi tipovi nameštaja koji se proizvode samo donekle prema strogom serijskom principu a potom se doteruju, glačaju, obrađuju raznim manuelnim postupcima. Takav nameštaj očito se samo uz oprez može uključiti u našu raspravu, no treba

reći da je njegovo postojanje već danas neizvesno i verovatno će iščeznuti s intenzivnijim razvojem industrijske proizvodnje.

Postoji još jedna vrsta proizvoda koja, po našem mišljenju, ne ulazi u oblast dizajna. Naime, reč je o tkaninama štampanim mašinom, to jest o onoj vrsti tkanina kod kojih se „dekorisanje“ izvodi posve industrijski i bez intervencije umetnika u nekoj potonjoj fazi obrade. Razlog zbog kojeg smatramo da takve proizvode treba isključiti, jednostavan je: u ovom slučaju ne radi se o trodimenzionalnim formama industrijski proizvedenim na osnovu prethodnog projektovanja njihovog oblika; nego je prosto reč o dekorativnim motivima koji su odozgo položeni na jednu dvodimenzionalnu površinu (na način na koji se to radi pri štampanju papira ili kao što biva kod ma koje mehaničke „reprodukcije“ nekog figuralnog motiva, slike, crteža, fotografire), zbog čega se vrednost takvih proizvoda ne može potpuno uključiti u oblast pravog pravcatog dizajna. I pored ovoga, hteo sam ipak da pomenem i ovu vrstu proizvoda, budući da se ovakvi predmeti često uzimaju u obzir u raspravama poput naše i čak dobijaju nagrade na konkursima za dizajn.

Kada je reč o pakovanju (*packaging*), stvari stoje sasvim drugačije. Ova najnovija oblast – iako se tu radi o mešavini koja je u vezi sa grafikom i reklamom – ipak spada u pravi dizajn. Zapravo, pakovanje jednog proizvoda često predstavlja jedan od najzanimljivijih primera za istraživanje trodimenzionalne forme kadre da sobom obuhvati određeni predmet na odgovarajući način, funkcionalan i estetski istovremeno; a zbog svog spoljašnjeg izgleda, može imati i jednu od najpresudnijih uloga pri prodaji, to jest ulogu samooglašavanja.

6.

RAZLIKA IZMEĐU ZANATSTVA I DIZAJNA

Jedna od najvažnijih stvari na kojima se mora insistirati tiče se razlike koja danas postoji između zanatstva i dizajna.

Bez obzira što se prva oblast može smatrati pravim praroditeljem mnogih dela koja danas spadaju u drugu, to ne znači da u današnje vreme ne postoji jedna veoma jasna razlika, čak suprotstavljenost, između ova dva proizvodna sektora, zbog čega bi valjalo otkloniti svaku nedoumicu u vezi sa ovim pitanjem. Nekada je zanatstvu pripadala čitava skala tipova proizvodnji koje su donekle bile serijske a za koje se obično smatralo da su inferiorne, kada je reč o estetskoj vrednosti, u odnosu na „čiste umetnosti”. Zato su se pri poređenju sa „velikim slikarstvom i skulpturom” kao primer uvek uzimala najobičnija zanatska dela: činije, amfore, keramičke i staklene vaze, folklorističke drvene figurice, izvezeni ručni radovi i čipke, tepisi i uopšte tkani i ukrašeni štofovi; te takođe čitav jedan niz dela takozvanih „primenjenih umetnosti” kao što su mozaik, umetnost izrađivanja predmeta od alabastera, urezivanja kože, i tako dalje. U stvari, sa nastupanjem industrijske ere, takve su delatnosti sve više nestajale i to objašnjava uzrok sklonosti da se ove umetničke forme smatraju „minornim” u odnosu na slikarstvo, arhitekturu, skulpturu. Zabluda je pre svega

prouzrokovana činjenicom da se nije shvatalo da minorost takvih dela *ne dolazi* od toga što su ona bila „primenjena” i „dekorativna” (oba pojma danas treba potpuno odbaciti), nego od činjenice da su u većini slučajeva bila loša imitacija prošlosti, umesto novi izraz saglasan duhu vremena. Raskinova i Morisova borba zasnivala se upravo na toj činjenici i imala je za cilj da povрати zanatskoj delatnosti njenu pravu estetsku autonomiju, ali, doduše, uz verovanje da će se time poraziti industrijalizovana umetnost. Međutim, današnja situacija je sasvim čista: stare forme lokalnog, često folklornog, zanatstva nastavljaju da vegetiraju samo kao odjeci sada već zastarelih iskustava, osuđene da u bliskoj budućnosti potpuno nestanu; dok su se, s druge strane, forme „modernog” zanatstva, odnosno one koje su usvojile praksu najznačajnije umetnosti našeg doba, malo-pomalo posve oslobodile imitiranja starih obrazaca iz prošlosti. Ali, to je i logično kada se ima u vidu da su, u svim epohama i kulturama, proizvodi zanatstva, u zavisnosti od razdoblja, imali veoma određenu formalnu i estetsku karakterističnost (dovoljno je uporediti danas jednu minojsku amforu sa nekom iz potonjeg mikenskog doba, ili neku olmečku sa amforom Acteka ili Maja).

Pošto smo pokazali da možemo imati moderno zanatstvo koje živi i razvija se na autonoman i originalan način, moramo izričiti naglasiti da je nužno napraviti i jednu jasnu razliku između zanatske produkcije i one koja spada u dizajn. U čemu će se sastojati razlika između dve vrste proizvoda? Pre svega u samom formativnom principu na kome se temelje. Iz same prirode zanatskog dela sledi da ono mora biti „ručno napravljeno”, i to i u onim slučajevima kada imamo delimičnu intervenciju mašinom. Kao što je poznato, još od davnih vremena neki zanatski radovi (keramika) izvođeni su uz pomoć nekog mehanizma (grnčarskog točka ili struga, bušilice za rad sa mermerom), ali, i u ovim slučajevima, uvek je bio potreban „pečat” umetni-

ka-zanatlije da bi se delo privelo kraju. Takvu situaciju imamo danas u keramici, oblasti obrade stakla, iskucavanja ili urezivanja metala. Drugim rečima, zanatska tvorevina, i kada je podvrgnuta ponavljanju u velikom broju primera, nikada nije potpuno identična svakoj svojoj kopiji. Nešto diferencijalno uvek postoji – i *mora* postojati – što stvara razliku između jednog i drugog predmeta; i upravo u ovoj, ma koliko maloj, razlici, u ovoj neznatnoj nepravilnosti, sastoji se čar i egzistencija ove umetničke forme. Naprotiv, kod industrijski proizvedenog predmeta takav slučaj nije nikada prisutan, i *ne sme* biti prisutan. Ako se već dogodi da predmet pokaže „nepravilnost” prouzrokovanu razlozima koji su izvan volje projektanta, takve nepravilnosti smatraće se greškama u izradi a ne dražima „zgodne slučajnosti”. U stvari, može se s razlogom ustvrditi da industrijski predmet postoji već od trenutka kada je projektovan, odnosno od kada je završen izvršni dizajn na osnovu koga će se realizovati model-prototip iz kojega će poteći serija savršeno identičnih komada koji će se ugledati na prvi. Dakle, kod zanatske tvorevine delo umetnika obelodanjuje se „na kraju” izrade, kod industrijske tvorevine – „na početku”.

Iz ovog razloga zanatstvo u naše vreme neminovno sve više postaje izrađivanje predmeta „od izuzetka”, baš zbog te nužnosti stalnog prisustva umetnika, odakle sledi nemogućnost „masovne” proizvodnje i, prema tome, ostaje samo prostor za proizvodnju predmeta za određenu elitu. Na ovaj način zanatstvo će uskoro biti svedeno na stvaralaštvo, analogno slikarstvu i skulpturi, koje teži proizvodnji jedinstvenih i neponovljivih predmeta koji će samim tim, već kao takvi, biti visoko vrednovani i veoma skupi.

„Serijsko” zanatstvo, s niskom cenom, to jest ono koje još uvek vlada tržištima kao što su Salvador (Baija) u Brazilu ili neka područja u Grčkoj, na Sardiniji, te Napulj, neke zone u Japanu, u Indiji, neće moći da opstane kada

se visoka cena tih proizvoda izjednači sa efektivnom cenom specijalizovane radne snage, i moraće da ustupi mesto analognim – manje karakterističnim, ali više funkcionalnim – industrijskim proizvodima; tako da će ubuduće moći da postoji jedino u vidu proizvodnje „luksuznih” pojedinačnih predmeta velike vrednosti čiji će tvorci biti malobrojni umetnici-zanatlije koji će praviti visoko specijalizovanu robu, ali koja će se moći prodavati po ceni mnogo višoj nego što je cena predmeta nastalih serijskom proizvodnjom.

Ova činjenica ne bi trebalo da rastuži nostalgicare: logično je da svako doba ima svoje posebne tržišne zakone i nije moguće veštački održavati u životu umetničke forme čiji je razlog postojanja u raskoraku sa socioekonomskim konstantama date epohe.

INDUSTRIJALIZOVANA ARHITEKTURA I DIZAJN

Mogućnost da se široko područje industrijalizovane arhitekture podvede pod oblast dizajna bila je tema mnogih rasprava, pa su tako neki autori (Argan [G. C. Argan]) predložili da se pojam dizajna proširi i u njega uvrsti ne samo stvaranje serijskih predmeta nego i uopšte svakog elementa projektovanog za serijsko proizvođenje, uključujući, na taj način, u ovu oblast i veliki deo arhitekture ili čak urbanistike.

Smatram da jedno takvo proširenje semantičkog polja pojma dizajna ne bi bilo dobro jer može stvoriti naknadne probleme. Zato ću se u ovoj raspravi ograničiti samo na ispitivanje onih dela koja se s razlogom mogu uvrstiti u dizajn. Valjalo bi, međutim, naznačiti da postoje mnoge i značajne analogije između projektovanja industrijskog predmeta i projektovanja nekih elemenata moderne arhitekture (*curtain walls*, zglobovi i sastavi, delovi vrata i prozora, razni montažni infiksi) i čak izvesnih industrijskih postrojenja gde se javljaju formalni elementi koji su negde na sredini između dizajna i arhitekture a koji se, istini za volju, mogu bez oklevanja uključiti u našu oblast (reč je o strukturama kao što su turbine, visoke peći, rezervoari, tankovi, postrojenja za destilaciju i spiralne cevi na takvim postrojenjima, antene sa visokim naponom, itd.).

Ovakve strukture zaista pripadaju dizajnu, ali, jednom inkorporirane u arhitektonski organizam, one već predstavljaju pravu pravcatu „arhitekturu”. Niko ne može poreći da nam pogled na niz ogromnih rezervoara koji se smenjuju sa spiralnim cevima za destilaciju u nekoj velikoj modernoj rafineriji ne pruža jedan „arhitektonski” prizor, bez obzira što se pojedini elementi mogu smatrati tvorevina dizajna.

Isto važi i za strukture zastornih zidova (*curtain walls*) montirane na moderni neboder koje – iako kao posebni elementi u potpunosti odgovaraju proizvodnji i izvođenju svojstvenim industrijskom predmetu – od trenutka kada su postavljeni na građevinu, čine njen integralni deo. Bilo bi dobro, dakle, i dalje insistirati na jasnoj razlici između dveju oblasti, ako se ima u vidu da arhitektonska činjenica ne zavisi samo od projektovanja posebnih sastavnih elemenata, nego i od učešća topografskog, planimetrijskog, ambijentalnog elementa, koji, u stvari, potpuno izlaze izvan okvira dizajna.

Treba takođe naglasiti da je lako predvideti da će se ovakvi montažni elementi – iako ćemo ih i dalje smatrati „arhitekturom” – sve više razvijati u budućnosti, i to ne samo u vidu delova (kvaka, montažnih infiksa, delova vrata i prozora) nego i kao građevine u celini, kao što su, recimo, već poznate čuvene *geodetske kupole* i *dymaxion houses* Bakminster-Fulera* [Buckminster-Fuller], i brojni modularni elementi Konrada Vahsmanna** [Konrad Wachsmann], i neke zanimljive porodične kuće od plastičnih materijala poput *Houses of the Future* firme Marzant Che-

* Videti Robert W. Marks, *The Dymaxion World of Buckminster Fuller*, Reinhold, New York, 1960.

** Konrad Wachsmann, *Una svolta nelle costruzioni*, Il Saggiatore, Milano, 1959.

mical Co., Šajnovog [J. Schein] doma od smole u Francuskoj, i nekih kuća u Sjedinjenim Državama koje su projektovale Johansen [J. Johansen] i drugi autori.

Na ovoj razlici između arhitekture i dizajna insistirao sam pre svega iz metodoloških razloga. No ipak, ne mogu preći preko činjenice da mnoga pitanja koje sam razmatrao povodom dizajna, važe, ili bi mogla važiti, i u slučaju arhitekture. Ne treba zaboraviti da danas u arhitekturi još uvek preovlađuje zanatski način rada, što u ekonomskom smislu stvara sve one nepravilnosti koje su sa žaljenjem konstatovane na primeru zanatskog predmeta. Stoga će se verovatno u bliskoj budućnosti moći ne samo zamisliti nego i realizovati jedna potpuno industrijalizovana arhitektura (pre svega porodična i stambena, ali i javna) koja će biti montažna i standardizovana; što će prouzrokovati ogroman pad cena i prilično izmeniti shvatanje kriterijuma „originalnosti” u ovoj umetnosti. Nedavno završena istraživanja u Sjedinjenim Državama pokazuju, na primer, da bi jedan automobil, ukoliko bi se u naše vreme proizvodio uz iste one zanatske sisteme koji se primenjuju pri pravljenju jedne kuće, koštao oko pedeset puta više nego što sada košta. Ipak, bez obzira – štaviše, s obzirom – na potpunu standardizaciju automobilske proizvodnje, danas na tom polju možemo konstatovati veću raznolikost „tipova” i, dakle, veću stvaralačku originalnost nego kod „normalnih” kuća za stanovanje (ovde, naravno, nećemo pominjati one malobrojne, prilično jeftine konstrukcije visokog umetničkog nivoa namenjene neznatnom broju naručilaca). A to pokazuje u kolikoj je meri bezrazložan strah svih onih koji kao posledicu uvođenja mehanizovanih proizvodnih sistema vide gašenje inventivnosti. Sadašnje stanje graditeljstva u našim predgrađima najbolje dokazuje da su rezultati – i to često zbog zadržavanja zanatskih konstrukcionih metoda – veoma slabi; dok se to ne bi moglo reći za mnoge proizvode, iako jeftinije i standardizovane, koji su industrijski načinjeni.

8.

ODNOSI IZMEĐU DIZAJNA, SLIKARSTVA
I SKULPTURE

Jedna od opšteprihvaćenih estetičkih hipoteza pretpostavlja kao uslov stilske identičnosti umetničkih dela jedne određene epohe, uzimajući u obzir čak i dela međusobno veoma udaljenih umetnosti (muzike, arhitekture, poezije). Ta sklonost još je više izražena kada ta dela pripadaju jednoj istoj „senzoričnoj” kategoriji poput oblasti vizuelnih umetnosti.

No, tek u naše vreme izgleda da se ova pozicija može dovesti u pitanje, a osnovni uzrok nesumnjivo je pojava mehaničkih sredstava. Ona su, s jedne strane, podstakla i unapredila stvaralački proces, a sa druge, podredila ga novim razlozima postojanja koji često ne spadaju u ono što navodno upravlja rađanjem i nastajanjem umetničkog dela.

Ako pogledamo, naime, odnose koji su se postepeno ustanovljavali između dizajna, slikarstva i skulpture, videćemo lako da su oni pretrpeli tri različite faze. Prvu – koja odgovara (po opštem mišljenju) prvoj industrijskoj revoluciji (tehničkoj arhitekturi XIX veka) – u kojoj se na tehnička i mehanička dela (tu se misli na velike metalne mostove, prve parne mašine, prve tekstilne mašine, pišalice mašine) gledalo kao na nešto što nema nikakve veze sa „lepim umetnostima” i u kojoj je, u najboljem slučaju, bilo pokušaja da se mašina ponekad „maskira” dodavanjem ne-

kog ukrasa ili ornamenta, ili uključivanjem dekorativnih elemenata (kapitela, malih stubova) u telo mehanizma.

Nakon ove faze sledi faza *Art Nouveau*-a, pravca koji je nastojao da stvara predmete i arhitektonska dela koja bi, bez obzira na mehaničku izradu, imali i jedan umetnički kvocijent; u ovoj epohi nastaju neka značajna dela koja će biti prevrednovana u naše vreme.

Zatim dolazi vreme Bauhausa i neoplasticizma kada postaje sve čvršće ubeđenje da industrijski predmeti (i arhitektura s novim materijalima) moraju biti posve podvrgnuti binomu korisno-lepo; upravo tada imamo poznate slučajeve analogija između nekih slikarskih (Mondrijan [Mondrian], Van Dusborg [Van Doesburgh], Maljevič [Malevič]), skulptorskih dela (Arp [Arp], Pevsner [Pevsner], Gabo [Gabo]) i industrijski proizvedenih predmeta (Ritveldov [Rietveld], Le Korbizjeov [Le Corbusier], Mišov, Brojerov nameštaj).

Ovaj poslednji period bio je, naravno, slavan i izuzetno značajan u polemičkom i idejnom smislu, ali, danas, sa distancom od četrdeset godina, može se konstatovati da se u ovom hotimičnom podvrgavanju umetnosti imperativu „funkcionalnosti” nužno morala javiti i izvesna nategnutost.

U stvari, nakon rata slikarstvo i skulptura počinju da se opiru hladnim pravilima konstruktivizma i konkretizma pa se javljaju nove, dosta slobodnije, slikarske i plastičke forme koje su dobile svoj pravi izraz u ekstravertnim i iracionalnim oblicima enformela, tašizma, američkog *action painting*-a, te neodadaističkih i pop pravaca. Jasno je da između ovih najnovijih formi vizuelnih umetnosti i dizajna nije moglo biti suštinske srodnosti, tako da su uzalud neki autori pokušavali da pronađu analogije između „brutalističke” arhitekture ili ornamentalnog oživljavanja industrijskog predmeta i slikarskog enformela. Stvarnost je prilično

drugačija: danas imamo jednu vrstu slikarstva i skulpture koja – upravo u opoziciji prema arhitektonskom racionalizmu i naučnom rigorizmu industrijske proizvodnje – hoće da u potpunosti zadrži svoje posebno pravo na apsolutnu stvaralačku slobodu i apsolutnu nezavisnost od svake racionalne konstrukcije.

S druge strane, imamo široku gamu industrijskih proizvoda koji ne mogu tek tako da se ogluš o zahteve praktičnosti, funkcionalnosti i zakonâ tržišta i koji, prema tome, moraju da se potčine nekim konstituišućim i konstrukcionim normama koje im određuju i „spoljni izgled”. Naravno, to ne znači da ne može postojati izvesno prožimanje različitih stvaralačkih formi. U oblast „čistih umetnosti” uključuju se elementi uzeti na zajam iz sveta industrije i dizajna (ovo je prisutno kod mnogih pop artista, Raušenberga [Rauschenberg], Džaspera Džonsa [Jasper Johns], Džima Dajna [Jim Dine], Armana [Arman], Rejsa [Raysse], Baja [Baj], Oldenburga [Oldenburg], itd.), dok se u nekim zemljama uspešno razvija i afirmiše „industrijska” proizvodnja (ili barem izvedena pomoću industrijskih i serijskih sistema) namenjena stvaranju „neutilitarnih” predmeta, odnosno predmeta čija je jedina svrha da budu „prijatni”, da zadovolje estetske zahteve publike. Neka od tih dela, poput onih koja stvara francuska grupa *Recherches visuelles* (Morele [Morellet], Le Park [Le Parc], Sobrino [Sobrinio], Ivaral [Yvaral]), ili italijanska *Gruppo T* (Borijani [Borioni], Kolombo [Colombo], Deveki [DeVecchi]), te Mari [Mari] i Munari [Munari], ili drugi umetnici poput Nemaca Rota [Rot], Pola [Pohl], Maka [Mack] i Pinea [Piene], i mnogih drugih,* pokazuju da se dizajn

* Videti kataloge izložbi *Groupe de recherche d'art visuel*, Pariz, 1962. i *Arte cinetica, arte programmata*, Milano, 1962. u kojima se nalaze reprodukovana dela – čiji su autori Munari, Mari, Gruppo T (Anceschi, Boriani, Colombo, DeVecchi), Gruppo N (Padova), Grazia Varisco,

može zamisliti i kao stvaranje neutilitarnih „umetničkih” dela, što nam kazuje da će u budućnosti vrlo verovatno pronaći široku primenu na području reklame, dizajna enterijera, saobraćajnih znakova i uopšte na čitavom onom polju *lay-out-a* moderne mehanizovane civilizacije.

U isto vreme, nedavni procvat umetničkih formi koje se označavaju kao „konceptualne” ili „siromašne” i nekih njihovih podvrsta kao što su *land art* i *earth art*, još jednom dokazuje da i dalje postoji jak poriv opiranja načelima mašine i industrije. Nema sumnje da mnoge od ovih umetničkih formi, zasnovanih više na izlaganju koncepta, to jest „vizuelne metafore”, nego na stvaranju istinskih predmeta, jednako kao i one forme koje su izraz povratka prirodi, rekuperacije prirodnih radnji i situacija – pokazuju, u izvesnom smislu, odbacivanje mehanizovanog sveta tehnološke civilizacije čiji je jedan od glavnih eksponenata, nesumnjivo, predmet izrađen prema dizajnu.

Francuzi Le Parc, Morellet, Yvaral, zatim Alviani itd. – od kojih su mnoga projektovana tako da se mogu izvesti primenjivanjem serijskih industrijskih postupaka.

9.

DA LI GRAFIKA SPADA U DIZAJN?

Pitanje uključivanja grafike (*graphic design*) u oblast dizajna bilo je povod za mnoge rasprave; štaviše, ono se samo po sebi nameće budući da u nekim udruženjima dizajnera (kao, recimo, u italijanskom Adi-ju) grafičari čine značajan procenat.

U stvari, razlikovanje između *product design-a* i *graphic design-a*, zasnovano na činjenici da je prvi pretežno trodimenzionalan a drugi dvodimenzionalan, suviše je uprošćeno. Najznačajnije obeležje dizajna jeste globalno projektovanje koje ima za cilj određeni proizvod, predmet, operaciju, a ne samo poseban crtež lišen onih programskih strukturalno globalnih i unitarnih karakteristika svojstvenih *design-u*. Otuda smatram da, ako već ne smemo u dizajn uvrstiti šaru štampane tkanine, tapeta, i uopšte nekog „ornamentalnog” motiva (dodatog predmetu), ipak možemo uvrstiti projekte namenjene grafičkoj obradi određenog kompleksa kao što su izrađivanje fabričkog žiga, ili logotipa, te *corporate image-a* neke firme, preduzeća, bez obzira da li se radi o dvodimenzionalnom ili trodimenzionalnom (u slučaju pakovanja) vidu projektovanja, premda sam i dalje mišljenja da će ovo projektovanje biti u suštini pre grafičkog nego predmetnog karaktera.

10.

TEORIJA INFORMACIJE, FUNKCIONALNA I STRUKTURNA KOMPLEKSNOŠĆ, TROŠENJE DIZAJNA

Recentni razvoj estetika zasnovanih na *teoriji informacije* i vezanih, prema tome, za neke norme pozajmljene od kibernetike, omogućuje nam da problem dizajna razmotrimo i iz ovog aspekta. Naime, upravo zbog svoje prirode koja uzrokuje neposredno uživanje – tesno povezano sa upotrebom, te dakle podložno brzom „trošenju” – industrijski predmet je pogodniji od ma kog drugog za ispitivanje bazirano na načelima ove potpuno nove teorije.

Industrijski predmet uzećemo, znači, kao bilo koju „poruku” koja je u stanju da pruži određen informacioni kvocijent. S obzirom da se teorija informacije prevashodno zasniva na istraživanju „količine informacije” koju nam prezentuje data poruka, nije teško uočiti da će sama informativnost biti onoliko veća koliko je veća *nepredvidljivost* sadržaja takve poruke. Ovo sledi iz poznatih kibernetičkih istraživanja Vinera [Wiener], Šenona [Shannon], Vivera [Weaver], i iz potonjih primena njihovih rezultata na oblast estetike, čime su se bavili A. Mol [A. Moles], Maks Benze [Max Bense] i drugi ispitivači.* Ovde, naravno, ne

* U vezi sa primenom teorije informacije i kibernetike u estetici videti: A. Moles, *Théorie de l'information et perception esthétique*, Flammarion, Pariz, 1958, i moju knjigu *Simbolo comunicazione consumo*, Einaudi, Torino, 1962, gde se govori i o istraživanjima Maxa Bensea, Leonharda Mayera i drugih.

možemo ulaziti u matematičke precizacije ove teorije. Pomenućemo samo, za još neobaveštene, da se količina informacije koju pruža jedna poruka (pa, prema tome, i poruka koju pruža neko umetničko delo ili ma koji drugi komunikacioni element) ponaša u skladu sa zakonima analognim onim zakonima koji regulišu termodinamički princip *entropije*, veličine koja, po Bolcmanovom [Boltzmann] tumačenju još iz 1894, odgovara distribuciji verovatnoće.

Pošto informacija koju nam pruža data poruka, ili data komunikacija, zavisi od njene „originalnosti”, nije teško zaključiti da stepen informacije te poruke može biti ekvivalentan njenom stepenu neočekivanosti, nepredvidljivosti i neverovatnosti, iz čega sledi da će informacija i entropija biti recipročno suprotstavljene vrednosti. Ako sada primenimo ove principe na dizajn, lako ćemo shvatiti da je neočekivanost poruke (koju nam pruža novostvoreni industrijski predmet), njena „novina” dakle, osnovni preduslov da bismo dobili visok stepen informacije, to jest da bismo postigli visok stepen podsticanja potrošača na kupovinu. Što je noviji, što je neobičniji, što je nepoznatiji predmet izložen na tržištu, to će nesputanija i intenzivnija biti potražnja za njim. Ali čim forma izgubi svoju „novinu” – odnosno neočekivanost poruke – čim se „potroši” njen komunikacioni kvalitet, opašće i njena vrednost, ne samo estetska nego pre svega informativna (ovo valja naglasiti budući da su neki autori nastojali da jednostavno poistovete estetski i informativni kvocijent). Trebalo bi takođe naznačiti da se industrijski predmet – baš zato što je prevashodno proizveden za uživanje (praktično i estetsko) koje je neposredno i tesno povezano sa upotrebom – *troši* brže nego umetnička dela (slikarstva, skulpture, arhitekture), čija vrednost može trajati i kada iščezne njihova informativna vrednost. Kod njih su, zapravo, trošenje i zastarevanje manje vidni, između ostalog i zato što nije dovoljna neočekivanost ili novina da bi ona postojala kao takva.

Vodeći se kanonima teorije informacije, razmotrićemo i problem kompleksnosti industrijskog predmeta i njegove „poruke”. Prema Molu, recimo (A. Moles, *Théorie de la complexité et civilisation industrielle*, u „Communications”, br. 13, 1969), treba napraviti razliku između funkcionalne i strukturne kompleksnosti jednog predmeta. Prva se odnosi na razne funkcije zastupljene pri realizovanju određenog broja upotreba; druga na raznolikost repertoara sastavnih elemenata predmeta. Informacija koju pruža predmet (ili mehanizam) u ovom slučaju, odgovaraće njegovoj strukturalnoj kompleksnosti. Ali postoje i predmeti (ili tehnološki organizmi) koji imaju izuzetno visoku strukturnu kompleksnost, dok im je funkcionalna oskudna (jedan automobil ima četrdesetak „funkcija” i oko petnaest hiljada delova različitih vrsta).

Dakle, industrijski proizvedeni predmeti mogu se razlikovati i na osnovu odnosa između njihove funkcionalne i strukturne kompleksnosti.

11.

SIMBOLIČKE I SEMIOTIČKE VREDNOSTI INDUSTRIJSKOG PREDMETA

Često je isticano – naročito u teoriji recentnih estetičkih pravaca (Langer [Langer], Moris [Morris], Kasirer [Cassirer]) – da na umetničko delo treba gledati kao na „simboliku” nečega. Ovde, naravno, ne nameravam da se udubljujem u taj problem i na njemu zadržavam.

Hteo bih, međutim, da – s jednog više praktičnog nego teorijskog stanovišta – razmotrim značaj simboličkog elementa na kom se temelji dobar deo industrijski proizvedenih predmeta. Radi se o jednoj vrsti simbolizma koji bismo mogli da označimo kao „funkcionalan”, koji se, naime, poistovećuje sa samom funkcionalnošću predmeta. U vezi sa tim ne treba zaboraviti da kod dizajna uvek imamo posla sa jednim elementom koji samo delimično ulazi u domen umetnosti: to jest, sa kategorijom predmeta čiji se razlog postojanja sastoji u tome što „funkcionišu” i što privlače pažnju potrošača preko svojih specifičnih formalnih kvaliteta.

U stvari, kada govorim o svojevrsnom simbolizmu industrijskog predmeta, ja hoću da ukažem na ono njegovo svojstvo na osnovu kojeg je on upućen, štaviše, osuđen već samim projektovanjem, da „znači svoju funkciju” na jedan posve vidan način preko semantizovanja plastičkog elementa kadrog da podvuče tu vrstu figuralnosti koja ima

zadatak da nam pokaže karakterističnu funkciju predmeta. Skoro svi industrijski predmeti – od telefona do *curtain walls*, od hemijske olovke do mlaznjaka – sadrže u sebi neke formalne kvalitete koji simbolišu njihovu funkciju ili, bolje rečeno, „semantičke” elemente sposobne da ih učine lakše uočljivim. Funkciju najčešće treba podvući i istaći tako da uživaocu neposredno predoči svrhu zbog koje je predmet napravljen. Ali događa se i da se funkcija s jedne strane istakne i naglasi (aerodinamičnost trkačkog automobila), a da glavni mehanički deo predmeta (kao što biva kod svih predmeta sa karoserijom) ostane skriven i „maskiran”. Razlog za ovo maskiranje dolazi od toga što prizor mehanizma (nezavisno od razloga praktičnosti, higijene, zaštite od atmosferskih padavina) može ponekad biti kontraproduktivan, upravo zbog simboličko-psiholoških efekata o kojima smo maločas govorili. Mali motor poput poslednjeg *Fiata 500* sigurno još manje „simboliše” brzinu i moć nego karoserija koja ga obuhvata. Isto bi se moglo reći i za mehanički deo jedne šivaće mašine (*Singer*, *Necchi Supernova*, ili *Mirella*). Naravno da je ovaj poseban ikonički simbolizam predmeta podvrgnut brojnim promenama i modifikacijama. Uzmimo nekoliko zgodnih primera. Razmotrimo slučaj radio-prijemnika u obliku komada nameštaja u vreme kada se njegova upotreba počela širiti, kada je muzički element u građanskim stanovima još uvek bio predstavljen izgledom pijanina ili koncertnog klavira: kabastim delovima nameštaja, često nakićenim rezbarijama i ukrasima, načinjenim tako da, već svojom masom i spoljnim izgledom, odaju neospornu visokoparnost. Upravo zato, u toj prvoj fazi korišćenja radio-aparata u kućnu svrhu, mislilo se da je nužno i njega zaodeni nekome raskošnom i ukrašenom „fasadom”, koja je često imala stubove koji su se smenjivali sa kristalnim pločama ili nazupčene rubove ili krunište, neretko s pečatom karakterističnog gotizirajućeg *revivala*. Dakle, bila je očigledna namera da se, isticanjem

ovog svečanog i „stilskog” obeležja, dodeli značaj predmetu koji bi imao karakteristike i „dobrog salonskog nameštaja” i „modernog instrumenta” (dugmad, svetleća skala, „magično oko”, itd.). Ovaj stil biće prisutan sve do početka poslednjeg rata, a zanimljivo je pomenuti da se baš negde 1944. pojavljuje u Italiji jedan od prvih primeraka modernog radio-prijemnika: aparat *Phonola* braće Kastiljoni [Castiglioni] koji poseduje sasvim drugačije osobine. Potpuno se napušta renesansni i gotizirajući stil, ali i usvaja nova linija koja više odgovara vremenu: linija telefonskog aparata. Iz toga će proizaći novi tip simbolizacije: radio prerušen u telefon; odnosno vrsta simbolizacije koja je tada bila potrebna da bi se zadovoljio ukus publike koja se u velikoj meri bila privikla na uobičajen telefon, ali čija upotreba ipak nije bila tako raširena da bi *on spao* na rang predmeta lišenog svake čari. Kada je reč o radio-aparatima u obliku komada nameštaja, možemo još primetiti da će takvi predmeti – proširivši svoju zastupljenost i postavši opšte dobro – pretrpeti naknadnu, istovremeno simboličku i tehničku „redukciju” gubeći na veličini i upadljivosti, pa će se tako stići do potpuno suprotnog ishoda s javljanjem fenomena *minijaturizacije* (na koji ćemo se kasnije vratiti) koja je takvim aparatima pružila novu draž, i to ne isticanjem njihove forme i veličine nego, naprotiv, sve više ih smanjujući, čime se postigla mogućnost njihovog prenošenja, da bi se na kraju aparat transformisao u predmet za ličnu upotrebu po ugledu na časovnik ili naliv-pero.

Ovde se neću zadržavati na raznim aspektima najzanimljivijih predmeta, čitalac će ih od slučaja do slučaja lako prepoznati (pomenuću samo značaj simbolizacije u pogledu boje: bela se koristi za frižidere i kuhinjske aparate; crvena za trkačke automobile; itd.), ali hteo bih da napomenem da upravo u simboličkom elementu najčešće treba tražiti osnovni razlog za tako učestalo menjanje formi – ne, dakle, u pobudama vezanim za funkcionalnost,

nego u simboličkim i izražajnim. Ovo i slična pitanja spadaju, uostalom, u jednu širu raspravu o semiološkom zasnovanju kritike u oblasti arhitekture koja se lako može proširiti i na dizajn.

Kao što je poznato, u poslednjoj deceniji umnožile su se studije koje se pozivaju na principe drage lingvistici i strukturalizmu, i temelje na istraživanjima sovjetskih i slovenskih strukturalista (Jakobson [Jakobson], Trubeckoj [Trubeckoj]), zatim američkih lingvista (Sapir [Sapir], Blumfeld [Bloomfield]), Danca Hjelmsleva [Hjelmslev], i posebno Švajcarca Ferdinanda de Sossura [Ferdinand de Saussure]. A u arhitekturi je načinjen pokušaj da se morfološke i semantičke jedinice poistovete, čime bi se omogućilo da se u ovoj umetnosti primene sheme korišćene u oblasti govornog jezika. I kada je reč o dizajnu može se, naravno, svaki poseban predmet poistovetiti sa „morfemom” (ili monemom, prema Martineu [Martinet]), odnosno sa jednom odvojenom formalnom jedinicom sposobnom da pruži svoju posebnu poruku. Predmet se isto tako može – u skladu sa njegovom strukturalnom kompleksnošću – uzeti i kao *sintagma* (u lingvističkom smislu), to jest kao skup reči.

Kad bi se još više produbila ova analogija između govornog jezika i jezika dizajna, moglo bi se ustvrditi da se funkcionalna kompleksnost odnosi prema strukturalnoj kompleksnosti jednog predmeta (ili mehanizma) kao što se monematska „prva artikulacija” odnosi prema fonematskoj artikulaciji (prema poznatim Martineovim shemama [A. Martinet, *Traité de linguistique générale*, PUF, 1960]).

Ipak mi se čini da bi ovakvo postavljanje problema čitaocima moglo da izgleda suviše apstraktno, te bez istinske koristi za naše istraživanje. Zato ću još samo naglasiti da je semiološki aspekt dizajna fundamentalna činjenica budući da je neophodno – kao što sam već pomenuo ranije – da posebni predmeti, ili skup međusobno komplementar-

nih predmeta (kuhinja, frižider, peć; kancelarijski nameštaj, telefon, diktafon, bar u vidu komada nameštaja, gramofon, televizor; automobil, komandna tabla, kabina, mehanizam za upravljanje, itd.), razgovetno upućuju na značenje koje teže da izraze.

Na osnovu ovoga moći ćemo, u krajnjoj liniji, da iznesemo i tvrdnju da ulogu pojma „funkcionalnosti” – svojevremeno smatranog određujućim za industrijski proizveden predmet – može zameniti pojam semantičnosti. To znači da će jedan predmet, da bi bio funkcionalan u pravom smislu reči – osim praktičnim, utilitarnim, te zahtevima usaglašenosti sa osobinama korišćenog materijala i troškovima, itd. – morati da odgovara i *semiotičkim zahtevima saglasnosti između forme predmeta i njegovog značenja*.

Čini mi se da bi sada bilo korisno ukratko se osvrnuti na one slučajeve kada semantičnost predmeta biva opterećena prekomernim značenjem, a reč je o takozvanom fenomenu *stylinga* ili kozmetici predmeta.

POZITIVNI I NEGATIVNI ASPEKTI STYLINGA

Reč *styling*, koja je sada već ušla u tekuću upotrebu i izvan zemlje gde je nastala, to jest Sjedinjenih Država, nosi još uvek onu pejorativnu konotaciju koje će se teško otarasiti. Ovaj termin nametnuo se u govornom jeziku naročito posle velike ekonomske krize 1929, kada su Sjedinjene Države, poteraone nuždom, u situaciji kada je tržište bilo zahvaćeno krizom, shvatile da moraju pribеći svim najdelotvornijim metodima za privlačenje kupaca. Zapravo, u Americi su se, u periodu od '30. do '35, počele javljati jake profesionalne istraživačke organizacije (poput onih na čijem čelu su stajali Valter Dorvin Tig [Walter Dorvin Teague], Rajmond Loui [Raymond Loewy], Henri Drajfus [Henry Dreyfuss] čiji je prevashodni zadatak bio da pronađu najbolji način na koji bi se proizvodi, već potrošeni upotrebom, „učinili ponovo primamljivim”. U stvari, pravo značenje reči upućuje na celishodnu i obazrivu kozmetiku proizvoda koja će predmetu pružiti novu draž i novu eleganciju, nezavisno od bilo kakvog istinskog tehničkog i funkcionalnog razloga.

Nije teško shvatiti da je jedan takav pravac – naročito u izrazito preteranom vidu koji je imao u Americi u međuratnom periodu – odmah stekao ljute protivnike, pre svega one pretežno purističkog i funkcionalističkog usmerenja

koji su se pozivali na Gropijusov Bauhaus. Tako je stajling dugi niz godina bio odbacivan od dobrog dela evropskih dizajnera i mnogih kritičara i ispitivača problema dizajna. Ali, bez obzira na to, upravo se stajlingu mogu pripisati značajne „stilske” transformacije mnogih upotrebnih predmeta čiji je nekadašnji izgled, danas, iz ove vremenske perspektive, teško i zamisliti: uzmimo samo prelaz sa linearnog i retangolaritičkog stila ranog racionalizma (reč je, razume se, o vremenu čuvenih naslonjača čiji su autori Ritveld, Brojer, Gropijus i prve primene metalnih cevi) na aerodinamički i sinusoidni stil iz perioda 1930–40. Nesumnjiv i skoro nezaustavljiv razvoj ukusa postao je moguć tek sa intervencijom jednog niza „stilista” koji su pri primeni svojih formalnih recepata vodili računa samo o onim tehničkim razlozima koji su im za to bili potrebni. Nešto slično dogodilo se, uostalom, i nedavno (šezdesetih godina) prilikom napuštanja aerodinamičkih i sinusoidnih formi i usvajanja novih zaobljenih oblika otupljenih ivica. Pogledajmo, na primer, neke modele karoserija (*Renault R8, Giulia Ti, Fulvia, Simca 1000*) i brojne kućne električne aparate, nameštaj od čelika, itd. – svi oni odražavaju raskid sa aerodinamičkim i prihvatanje retangolarističkog oblika, koji je, međutim, izgubio oštrinu i krutost „racionalističkih” formi, da bi se sada odlikovao gipkošću naglašenom izrazito „ornamentalnim” motivima (prisustvom zaobljenih delova, vrpčastih ukrasa), nezamislivim samo desetak godina ranije.

U vezi sa ovim valja napomenuti da se takve stilističke transformacije veoma često odvijaju naporedo sa analognim „simboličkim”; to jest, sa preobražajem onih simboličkih elementa koji imaju najvažniju ulogu pri isticanju funkcije datog proizvoda. Često se u skladu sa vrednošću takve simboličke promene menja i konstrukciona linija, pa se tako dogodilo da se, u periodu u kojem je dominirala aerodinamičnost, ona proširi i na predmete koji se ni na

koji način nisu mogli smatrati „dinamičnim”, kao što, uostalom, imamo pravolinijske oblike posve lišene dinamičkog ukusa kod predmeta namenjenih brzom kretanju (*Simca 1000*, *Fiat 1300*, itd.). Prema nekim autorima (R. Banam [R. Banham], *Machine Aesthetics*, „Teh Arch. Rev.”, br. 171, 1955), stajling bi se čak mogao videti i kao forma „popularne umetnosti”; kao neka vrsta, znači, umetničke potkategorije čija je estetska vrednost aleatorna, ali čija je uloga, pri pružanju odgovora na zahteve masa, od prvorazrednog značaja. Nema sumnje da u tvrdnji engleskog kritičara ima nečeg istinitog; nema sumnje, naime, da dizajn, naročito zbog proizvoda namenjenih masovnoj potrošnji i izrazito simboličkim načinima manifestovanja, ima neospornu „mitagogijsku” draž koja se ne razlikuje od one koju masama nude divistički mitovi sporta i naučne fantastike. To ne znači, međutim, da se neki put ne mogu – i bez znanja samog dizajnera – putem stajlinga nekih proizvoda, samo na izgled hedonističkog i samoreklamnog, prokrijumčariti i neki formalni kvaliteti koji će se docnije razviti u delima autentične umetnosti. Zato naš konačan sud o stajlingu nije tako pesimističan poput stava mnogih evropskih stručnjaka (naročito Engleza Pola Rajlija [Paul Reilly] ili Miše Bleka [Misha Black]) koji su posve neprijateljski nastrojeni prema takvom shvatanju dizajna. Uostalom, tip stajlinga *all'americana* ubrzo će načiniti proboj i u Evropi čim se zbog ekonomsko-socijalne situacije bude ukazala potreba za njim. Primera ovog vida evropskog stajlinga ima dosta. Ovde će biti dovoljno da ukažemo na poznatu pisaću mašinu *Lexikon Olivetti* koju je redizajnirao Nicoli [Nizzoli], i koja je potom prodavana kao novi model pod imenom *Diaspron*. Nicoli joj je pokvario prethodnu konstrukcionu liniju (bez ikakvog tehničkog razloga), ali je povećao njenu prodaju zahvaljujući obnovljenom spoljnom izgledu. Pomenućemo još jedan zanimljiv primer, računsku mašinu *Underwood* (proizvodio ju je i *Olivetti* prema ame-

ričkom patentu) koja je imala isti mehanizam kao i račun-ska mašina proizvedena u Italiji, ali je opremljena američkim omotačem, očima nekih staleža sklonih stranim markama, izgledala primamljivije.

Zaključio bih s tvrdnjom da nas slučaj stajlinga mora poučiti o posebnoj, dvosmislenoj prirodi dizajna, čija je osobenost upravo u tome što povezuje domen estetike i domen proizvodnje. Jer, nemoguće je zanemariti na bilo koji način element reklame, komercijalnog mamljenja, čak i u onim slučajevima kada izgleda da se strogo vodi računa samo o imperativu funkcije i „celishodne forme”.

Upravo ova formalna dvosmislenost dizajna postala je u poslednje vreme jedan od razloga pružanja otpora onih dizajnera koji su osetljiviji na sociopolitičke probleme svoje profesije.

Na žalost, to nije lako rešiti. Videli smo da je i u nekapitalističkim zemljama, sa potpuno podržavanim strukturnama, u izvesnoj meri prisutan činilac stilizacije koja je sasvim suvišna u tehničkom smislu, i ima jedino hedonističku i reklamnu svrhu.

ODNOSI IZMEĐU STAJLINGA, MODE I DRUŠTVENOG UREĐENJA

I pored svega često se poriče činjenica da je stajling veoma prisutan činilac u oblasti dizajna, te se smatra da je isključivo vezan za kapitalističke zemlje (poput Sjedinjenih Država) gde je veća i intenzivnija takmičarska borba između velikih monopolističkih organizacija koje su, da bi obezbedile uspeh kod masovne publike, prinuđene da stalno izbacuju nove i *drugačije* proizvode. Prema takvom mišljenju, ne bi se, zapravo, moglo govoriti o pravom pravcatom stajlingu kada je reč o nacijama – recimo SSSR-u – gde nedostaje konkurencija tipična za kapitalističke zemlje. Takva tvrdnja samo delimično odgovara istini. Tačno je, doduše, da se tamo gde je veća borba za prevlast na tržištu i gde je veća konkurencija između privatnih preduzeća ili velikih monopolističkih holding kompanija, javlja i potreba da predmet bude primamljiv. No ipak, ako dobro pogledamo, čim jedna zemlja (i kada je komunistička i lišena prave privatne inicijative) dostigne određeni nivo ekonomskog razvoja, određenu kupovnu moć potrošača, problem stajlinga nužno se nametne, jer je ta zemlja prinuđena da potraži rešenje u stajlingu iz razloga potpuno analognih onima koji su prisutni u kapitalističkim zemljama: naime, bilo bi veoma teško podstaći kupovinu novih roba novih modela, kad ne bi bilo estetskog elementa (novine, draži)

da je pospeši. Kada je reč o proizvođačima, to takmičenje može biti odsutno, ali će među kupcima biti uvek prisutno. Ta želja za razlikovanjem, svojstvena svakoj ljudskoj jedinici, od stadijuma divljaka ukrašenog perjem do nakindurenog plemića, do mehanizovanog građanina, u svakom slučaju neće nikada nestati. Činjenica da se poseže za „dru-gačijim” predmetima još neposedovanim od svih ili koji, u svakom slučaju, predstavljaju osobenosti što obezbeđuju vlasniku ono zavidno prvenstvo koje su samo neobično, novo, nepoznato, u stanju da obezbede – teško će biti iskorenjena čak i u nekoj društveno razvijenijoj civilizaciji, ne više reakcionarnoj u klasnom smislu.

Uostalom, još jednu od potvrda ove potrebe za razlikovanjem i individualizacijom možemo naći ako napravimo poređenje sa drugim mas-medijima gde je jasno izražena dvostruka karakteristika sredstava, to jest sjedinjenost standardizacije sa individualizacijom, zbog čega od strane publike biva neprekidno formulisan zahtev za, ne samo ovim nego i „individualizovanim” proizvodom. Činjenica da su neki monopolistički trustovi navedeni da na tržište izbacuju brojne identične proizvode, ili gotovo identične, a različite jedino po spoljnom izgledu, pakovanju i nazivu, te sve na isti način reklamirane, pokazuje da i kada je reč o najosnovnijoj potrošnoj robi (deterdžentima, pastama za zube, kozmetičkim preparatima) uvek postoji zahtev za određenim razlikovanjem.

Dovde sam nastojao da odredim pojam stajlinga i da otkrijem njegove pozitivne i negativne strane, ali sada ga treba razmotriti i unutar prostora koji obuhvata fenomen „mode” u najširem smislu. Još uvek traje rasprava o tome u kojoj meri moda može ili treba da se poistoveti sa „stilom” jedne epohe. Smatramo da je sada već prihvaćen stav po kojem se pod modom podrazumeva „epifenomen” stila; odnosno prisustvo, u izvesnom istorijskom periodu, određenih izražajnih formi, samo donekle povezanih sa nužnos-

tima etičke i socijalne prirode, koje izražavaju jednu efemernu potrebu za promenom, uglavnom hedonističkog karaktera. No, to ne znači da, s druge strane, neće doći, upravo putem stalnog smenjivanja moda, do eksplozije rađanja pravog pravcatog stila. Što se tiče dizajna, nema sumnje da je upotrební predmet više nego ma koji drugi izložen brzom trošenju i opsolescenciji, a stoga i stalnoj formalnoj nestabilnosti. Tako će formalna nestabilnost uticati na transformisanje forme predmeta koje će biti posve bezrazložno, te će nedvosmisleno moći da se uvrsti u fenomen „mode”. Temi specifičnog pojma mode i njenog učesća u dizajnu bio je čak posvećen jedan „dan industrijske estetike” u okviru skupa na kojem je, pre nekoliko godina, učestvovao priličan broj predstavnika dizajna iz nekoliko evropskih zemalja.* Najsugestivniji predlog na tom skupu izneo je Holandanin Kalf [L.C. Kalf] koji je predložio podelu proizvoda prema tome da li kod njih preovlađuje *funkcionalna forma*, koja dolazi od tehnološke prirode proizvoda, ili „*dekorativna forma*”, koja proizlazi iz njegove afektivne prirode. Polazeći od ovih pretpostavki, autor je odvojio predmete koji su izneti na tržište od onih koji se ne pojavljuju na tržištu, jer vrsta njihove upotrebe nije namenjena pojedincu (antene visokog napona, ulične svetiljke, vozovi, avioni, itd.). Ovu kategoriju „nadindividualnih” predmeta podvrgnuta je prevashodno funkcionalnom razlogu postojanja koji, uostalom, važi i za predmete namenjene publici, koji ne poseduju posebne „afektivne” implikacije (poput štapova za golf, ventilatora, radijatora, itd.). Iz ove druge kategorije prelazi se postepeno u onu u kojoj preovlađuje afektivni element – to jest dekorativni (frižideri, kuhinjski aparati, usisivači, automobili) – da bi

* Up. skup *L'esthétique Industrielle à la foire de Paris*, u „*Esthétique Industrielle*”, br. 28, 1957, gde su doneta izlaganja Delevoya, Paula Reillya, Otta Haupta, J. Viénota i Gilla Dorflesa.

se stiglo do artikala gde je funkcionalno obeležje potpuno podređeno afektivnom (kao kod predmeta za toalet, garderobe, staklarije, opreme za putovanje, itd.).

Jasno je da odsutnost svakog individualnog takmičenja (kao što biva kod predmeta, na koje smo ukazali, za „nacionalnu” i kolektivnu potrošnju) nosi sa sobom nestanak ili slabljenje fenomena mode koji, pak, naglo raste i jača u slučaju predmeta za ličnu upotrebu. Možda je podela koju je napravio Kalf suviše oštra a njegove klasifikacije odveć sistematske, međutim, one se slažu sa onim što smo već primetili povodom razlike u brzini opsolescencije između proizvoda određenih za „velike serije” i onih namenjenih „nadindividualnoj potrošnji”.*

* Terminí potpuno analogni gore izloženim nalaze se i u spisu Wernera Graeffa, *Ueber Formgebung*, Rat für Formgebung, Darmštat, 1960 (časopis za dizajn u Nemačkoj).

POJAM VANSERIJSKOG I ZABLUDE U VEZI SA MALOM SERIJOM

Fenomen mode tesno je povezan sa pitanjem „vanserijskog” predmeta koji nesumnjivo spada u već izložen fenomen stajlinga. Veoma uspešnu analizu ovog problema ponudio nam je Pierluigi Spadolini* [Pierluigi Spadolini] i prema njemu fenomen „vanserijskog” bio bi u izvesnom smislu suprotan pojmu mode: dok je moda određeno „sadržavanje” nekim normama ukusa, „vanserijsko” predstavlja neku vrstu „ne-konformizma” u odnosu na opšte-prihvaćen ukus. Međutim, stvari ne stoje baš tako: vanserijsko (činjenica, naime, da postoji volja da se bude drugačiji od ostalih usvajanjem nekog predmeta – automobila, skutera, motornog čamca – neuobičajenog ili takvog koji će, u najmanju ruku, pripadati malobrojnima, eliti) ne znači nekonformizam, nego još specifičnije i naglašenije isticanje konformizma masa; drugim rečima, to bi se moglo označiti kao „konformizam antikonformizma”:

* Upor. sveske kursa *Progettazione artistica per industrie*, Pierluigi Spadolini, Editrice Universitaria, Firenze, 1960, koje se sastoje od istorijskog i teoretsko-tehničkog dela, a u apendiksu donose neke značajne tekstove o dizajnu od kojih bih istakao izlaganja i referate sa Međunarodnog kongresa o dizajnu na X Milanskom trijenalu čiji su autori Argan, Paci, Wachsmann, Teague, Max Bill, Paul Reilly, G. Dorfles i drugi.

„Vanserijski” predmet, naime, nije u suprotnosti sa tipičnim „stilom” trenutaka, već, štaviše, povlađuje mu i naglašava ga. Pininfarinine [Pininfarina], Bertoneove [Bertone], Gijine [Ghia] karoserije samo su jedan žanr koji dovodi do krajnjih konsekvenci „liniju” koja je postala „moda”, i čini je fleksibilnijom i delotvornijom korišćenjem najboljih materijala i dodatnim doterivanjem. U tom smislu može se čak reći da „vanserijsko” predstavlja poslednje poglavlje određene mode (sem kada utire prve korake, što se, međutim, ređe događa).

Jedna posve osobita vrsta „vanserijskog” koja donekle izlazi iz okvira našeg ispitivanja, te spada pre u analizu običajâ, jeste sklonost, često prisutna u nekim sredinama i kod nekih pojedinaca, ka usvajanju modela (automobilâ, upotrebnih predmeta, delova odeće) koji su definitivno zastareli i pripadaju minulim epohama, te kao takvi „izašli iz mode” (ne samo iz tehničkih nego i estetskih razloga), a za kojima se sad ponovo poseže isključivo iz „afektivnih”, snobovskih razloga koji se tiču socijalne diferencijacije.*

* U vezi sa modom bilo bi zanimljivo pomenuti i ono o čemu govori George Nelson (*Problems of design*, New York, 1957, str. 48): „Fashion is an expression of people's habit of getting tired of things, and it constantly obsolesces things, long before they are worn out. In a society so subject to fundamental change as our own (...) fashions change swiftly. The essential characteristic of fashion is that is cyclical, and it therefore has little to do with obsolescence of a basic kind. The new old is always unfashionable, but let enough time pass and the old seems new again”. [Moda je izraz sklonosti ljudi da se zasite stvari, i ona neprestano izbacuje stvari iz upotrebe i pre nego što se pohabaju. U društvu u tolikoj meri izloženom fundamentalnim promenama kao što je naše (...) moda se brzo menja. Suštinska karakteristika mode je cikličnost, i stoga ona ima malo veze sa opsolescencijom u pravom smislu reči. Tek odnedavno staro uvek je izašlo iz mode, ali sačekajmo da prođe dovoljno vremena i staro će ponovo izgledati kao novo.]

Stvar je poznata: često se smatra da su odeli i predmeti „roditelja” već zastareli i lošeg ukusa, dok se oni „dedova” iznova usvajaju i iznova postaju vredni po mišljenju potrošača; zato valja napraviti razliku između

Ova stvar – koja nema nikakve veze sa vanserijskim, niti sa stajlingom – spada u one osobite aspekte od kojih dizajn skoro uvek zavisi i o čemu će evidentno i proizvođač i dizajner morati da vode računa.

Jedna od najčešćih zabluda u koje se upada kada je reč o razlikovanju između „velike serije” i „male serije” proističe iz nastojanja da se pojmovi male serije i „zanatske serije” međusobno približe. Štaviše, u pitanju je težnja da se ta dva tipa proizvodnje poistovete, te bezmalo, preko kategorije male serije, uspostavi veza između industrijskog i zanatskog proizvoda. Stvari, međutim, ne stoje tako. Kada govorimo o terminu male serije, moramo imati na umu dva jasno odeljena aspekta jednog te istog slučaja. S jedne strane, moći ćemo da govorimo o stvarnom postojanju male serije kada potrebe za jednim industrijskim proizvodom uslovljavaju umnožavanje predmeta u veoma ograničenom serijskom broju (bez obzira što proizvodni metod spada u praksu dizajna); ovde je teško zamisliti seriju, recimo džetova (velikih mlaznih aviona i, uopšte, brodova, podmornica, lokomotiva, turbina, itd.), koja bi prelazila nekoliko desetina jedinica, ili čak jedan primerak (kada se radi o brodovima, velikim elektronskim računarima, svemirskim brodovima, kosmičkim satelitima, itd.). Ova vrsta male serije, uostalom – kao što sam imao priliku da izložim – pokazuje posve osobite karakteristike uzrokovane činjenicom da potražnja za tim proizvodima veoma teško može

„mode” i opsolescencije (trošenja prouzrokovanog prevazilaženjem neke tehničke ili formalne činjenice).

Dok zastarevanje, kome je uzrok moda, može da bude prolazno i vezano samo za ekstrinsečne i formalističke razloge, pod pravom opsolescencijom trebalo bi podrazumevati fenomen izazvan nekim autentičnim faktorom tehničkog ili estetskog poboljšanja proizvoda.

Dabome da je jasnu razliku teško napraviti; ponajpre zato što je često samo faktor mode, a ne istinski „stil”, uzrok formalne promene, kao što smo videli na primeru stajlinga.

biti individualna. Ona je, naprotiv, gotovo uvek „nadindividualna”, na nivou države, i dakle izvan imperativa zahteva „ukusa” pojedinca.

Prema tome, kad je reč o nadindividualnoj potražnji – za razliku od situacije koju imamo kod predmeta za velike serije i masovnu potrošnju – element stajlinga samo će donekle uticati na projektovanje takvih predmeta. Postoji, međutim, i jedan drugi tip „male serije” dijametralno suprotnog karaktera, ali čiji je značaj u izvesnoj meri ograničen. Reč je o predmetima „od izuzetka”, uglavnom proizvodima visoke mode, pokućstvu, ukrasnim i drugim predmetima za kuću (pepeljarama, poslužavnicima, lampama, kvakama, „autorskom” nameštaju), gde su mala potražnja i oskudna ponuda u skladu sa visokom cenom i izuzetnom probranošću robe. U stvari, ovde je posredi proizvodnja koju ćemo smatrati društveno štetnom, budući da zloupotrebljava iterabilnost industrijskog predmeta ograničavajući, prevashodno iz komercijalnih razloga, njegovu potražnju i proizvodnju.

Ostaje otvoreno pitanje da li se na ovom principu – koji sam sada izložio – sme i može zasnovati jedan poseban tip industrijske proizvodnje, visokog kvaliteta i rafiniranog ukusa, koji bi, u izvesnom smislu i s puno opreza, zamenio barem neke od proizvodnih sektora koji su nekada pripadali zanatskoj delatnosti. Samo na ovaj način, dakle, mogla bi se ova vrsta „male serije” približiti zanatskoj seriji, ali bi se pri tome morala zadržati potpuno jasna linija razgraničenja između dve kategorije proizvoda.

15.

REKLAMNA I SAMOREKLAMNA VREDNOST DIZAJNA

Dizajn je tipičan primer umetničke (ili paraumetničke) forme koja teži da reklamira istovremeno i sebe preko proizvoda i proizvod preko sebe. Drugim rečima, ako uzmemo da svekolika umetnost (počev od arhitekture) nosi u sebi element samoreklamiranja (isti onaj koji teži da je učini vidljivom, dostupnom za uživanje, i percepciju, barem), moramo pretpostaviti da u dizajnu, pored tog aspekta samoreklamiranja, postoji – a to smo već više puta naznačili – i aspekt „simbolizma predstavljanja”, to jest simboličkog elementa koji ima za cilj da istakne one karakteristike koje dati predmet čine potrošaču zanimljivim.

Ovom formulacijom ja ne smeram da potcenim estetsku vrednost dizajna. Krajnje je vreme da se i reklamni čin (pogotovo kada se radi o vizuelnoj reklami) prihvati kao nešto što pripada na izvestan način velikom komunikacionom mehanizmu u kojem i umetnost ima udela. Bilo bi budalasto ne priznati sve veći značaj koji u naše vreme zadobija reklamni fenomen, budući da predstavlja jedan od najrazgranatijih i najviše rasprostranjenih informacionih sredstava kojima čovek danas raspolaže. Međutim, za razliku od „čistih umetnosti”, reklama ima zadatak da skrene pažnju publike na proizvod, naziv, preduzeće koje teži da reklamira, ali pri tome mora uvek voditi računa o visokom

informativnom kvocijentu, s obzirom da je on više nego estetski podložan brzom trošenju.

Kao što sam već rekao, jedna poruka nudi informativni maksimum kada nam svojom nepredvidljivošću obezbeđuje maksimum iznenađenja. Ako se ta poruka stane ponavljati, postepeno će gubiti svoju delotvornost. Imaćemo, dakle, minimum informacije u trenutku kad reklamni signal u potpunosti izgubi neočekivanost, budući da s povećanjem entropijskog procesa opada njegov informacioni stepen. Odatle sledi da je – kad govorimo o dizajnu – neophodno da se forma predmeta često menja i podvrgava procesu obnavljanja (činjenica koju su već primetili neki autori na primeru stajlinga); upravo zbog koegzistiranja reklamnog (i autoreklamnog) kvocijenta u samoj prirodi industrijski proizvedenog predmeta, naročito kada taj predmet ima neku upotrebnu svrhu i mora zavisiti od zakona ponude i potražnje jednog tržišta.

16.

ORIGINALNOST, UNIVERZALNOST I PLAGIJAT

Nakon rasprave o stajlingu sasvim je logično razmotriti značaj originalnosti dizajnerskog rada i zapitati se da li se i u kojoj meri može govoriti o „plagijatu”, shvaćenom, ne kao prava „krada” nekog tehničkog otkrića, nego kao prilično verno podražavanje određenog oblikovnog „stila”.

Na temu originalnosti dizajna, te njegovom generalizovanju unutar određene kulturne epohe, dosta se raspravljalo na Kongresu o dizajnu u Tokiju* (1960) i najveći deo učesnika podržao je principe o postepenom generalizovanju ukusa i formi u svetu, upravo usled razvoja raznih komunikacionih kanala.

Drugi su, naprotiv, zastupali stav da je, barem u izvešnoj meri, moguće zamisliti postojanje autonomnog dizajna, ako ne sa regionalističkim obeležjima, ono makar nacionalnim. Jasno je da na neke predmete izuzetno uspešno i karakteristično dizajnirane, barem u ranoj fazi njihovog razvoja, treba gledati u svetlu vezanosti za određeni nacionalni izvor. (Svima je poznat čuveni skandinavski na-

* Up. publikaciju akata sa kongresa *Wodeco (World Design Conference)* u Tokiju 1960, gde su doneta izlaganja i referati učesnika kongresa, od kojih ističemo one čiji su autori Herbert Bayer, Kamekura, Minoru Yamasaki, Erik Herlow, Kurokawa, Maldonado, Smithson, i drugi.

meštaj, pre svega danski i finski, zatim japanski i švedski keramički proizvodi, te švedski i nemački predmeti od metala, itd.) Bez oklevanja smo spremni da priznamo značaj ovih važnih nacionalnih osobina, premda izražavamo nadu da će doći do polaganog popuštanja barijera između nacija i slabljenja nacionalnih svojstava, i znači univerzalizovanja proizvodnje.

Dok se pitanje postepenog univerzalizovanja proizvoda u krajnjoj liniji može lako rešiti, problem koji se tiče originalnosti proizvoda izgleda da je daleko složeniji. Već sam ustvrdio više puta da je kod industrijskog predmeta element „novine” i „neočekivanosti”, i dakle originalnosti, fundamentalan upravo zbog brzog trošenja proizvoda kome će takav predmet biti izložen, te, znači, njegove kratkovečnosti. S druge strane, na primeru bezrazložnog, prenatrpanog stajlinga, videli smo i koje opasnosti vrebaju kada se novo juri po svaku cenu. Moramo reći da smo neprijatelji preterane originalnosti i da, štaviše, smatramo da je neki put celishodnije i uputnije prihvatiti određeni kvocijent „plagijata” nekih veoma uspeših i funkcionalnih formi. To ne bi trebalo da čudi: čitava umetnost, uključiv i onu iz najdavnije prošlosti, javila se pre iz podražavanja druge umetnosti nego iz neposrednog nadahnjivanja spoljašnjim svetom (to važi i za likovna dela koja su se prividno pozivala na naturalističko predstavljanje). Logično je, onda, da i u naše vreme postoji nešto analogno i u oblasti dizajna, utoliko pre ako se ima u vidu neizmerna poplava predmeta koje industrija neprestano izbacuje. Prekomerna proliferacija novih, i ne „nužnih”, formi mora dovesti do opadanja fantastičkih kvaliteta i do gubljenja onog funkcionalnog na kome bi, u skladu sa mogućnostima, trebalo prevashodno da se zasniva predmet.

To je dakle mera u kojoj možemo prihvatiti postojanje plagijata, a podsećamo da se ovim pitanjem bavio i Međunarodni dizajnerski kongres u Parizu (1963).

Kada je reč o problemu originalnosti i, znači, problemu „novine” forme, hteo bih sada da ukažem na još jedno važno Spadolinijevo zapažanje, ovoga puta povodom suštinske razlike koju valja napraviti između onog što ćemo moći da definišemo kao „predmet praotac” određene serije i situacije kada je u pitanju samo neodgovarajuća adaptacija ranije postojeće forme. Primera ima dosta. Ako se pogleda razvoj automobila, lako se može primetiti da su prvi modeli (vidi čuveni *Ford T 1909*, i, još stariji, slaviji *Benz Dos à Dos* iz 1899) bili samo automobilska adaptacija devetnaestovekovnih kočija i landauera, i kao takvi posedovali neautentičnu formu, koja je tek naknadnim preradama usavršena i postepeno transformisana u odgovarajuću i „primernu” formu samokretnog vozila.

Ako, međutim, uzmemo predmet već od početka osmišljen u skladu s upotrebom kojoj je namenjen, a koji nema u prošlosti analognog prethodnika, poput šivaće ili pisaće mašine, videćemo da „valjanost” takvog dizajna i njegova delotvornost i, znači, originalnost, ostaje nepromenjena za duže vreme, štaviše, postaje teško zamenljiva. U takvom slučaju plagijat je u velikoj meri opravdan a imitacija manje za osudu.

17.

ZNAČAJ TEHNOLOŠKOG ČINIOCA

Nakon stranica posvećenih problemima stajlinga i inventivne originalnosti, hteo bih sada da ponovo podvučem značaj tehnološkog činioца za determinisanje forme, spoljašnjeg izgleda, i takođe funkcionisanje predmeta; činioца koji, u svakom slučaju, ostaje temeljan za dobro poznavanje naše materije. Veoma često proces proizvodnje dovodi do suštinskih promena i ne determiniše samo značajne funkcionalne transformacije, nego i presudne formalne izmene. Navešću u vezi sa tim primer koji nam pruža italijansko-argentinski ispitivač, inženjer Pablo Tedeschi* [Pablo Tedeschi], a koji se tiče modifikacija predmeta nastalih zahvaljujući tome što je sistem električnog ili oksiacetilen-skog zavarivanja preuzelo ulogu prethodno primenjivanog sistema livenja. Pri izradi mehaničkih predmeta (mašina alatlička, reduktora brzine, itd.) počeo se primenjivati metodom zavarivanja kojim se postiže spajanje limenih i čeličnih komada (*weldments*), pa će tako dobijeni proizvodi zameniti analogne izradene pomoću livenja. Ali, dok je metodom livenja moguće postići veću slobodu forme, otupljivanjem ivica i vijugavim zakrivljavanjem pokrivača, s usvajanjem drugog sistema, spoljašnji izgled mehanizma

* Videti: Pablo Tedeschi, *La genesis de las formas y el diseño industrial*, Editorial Universitaria, Buenos Aires, 1962.

imaće više istaknute ivice, upravo zato što taj sistem ne omogućava formalnu plastičnost koja se postiže livenjem, a, osim toga, dobićemo i vidljivo ocrtane šavove od zavarivanja koji daju jedan posve drugačiji i „nov” predmet.

Dok će sistem livenja iziskivati veću debljinu proizvoda, zavarivanje će usloviti pojačane rebraste konture; tako će ovi činioci učestvovati u determinisanju forme proizvoda koja bi trebalo da i estetski odgovara primenjenom sistemu izrade. Naime, ovde važi načelo koje glasi ne „izdati” vlastiti medijum izraza i znači ne držati se, nakon promene metoda obrade, formalnih izraza koji su postali nužni na osnovu nekog drugog, prethodnog metoda – nego čak suprotno.

Primeri na koje bismo mogli da se pozovemo ima beskrajno puno. Pomenuću, recimo, izmene koje su se usled tehnološkog činioca javile u proizvodnji nekih tipičnih proizvoda kao što su keramički, stakleni predmeti, te obradi drveta (nakon usvajanja šperploče, prave i savijene, koju su obilato i vešto koristili Alvar Aalto [Alvar Aalto] i Tapio Wirkkala [Wirkkala], anodiziranog aluminijuma (sada već u širokoj upotrebi za izradu delova za vrata i prozore, i mnogih montažnih elemenata), različitih plastičnih materijala koji su omogućili posve drugačije strukturisanje delova pokućstva, nameštaja (upravo zbog mogućnosti izvođenja putem stapanja i presovanja elemenata u jedinstven blok); zatim uvođenje postupka ubrizgavanja topljenog čelika pod pritiskom (iz čega je nastao čitav niz aparata za domaćinstvo i kancelariju), i ima još puno primera koje bismo mogli do unedogled navoditi. Sektor nameštaja ponajbolje odražava korenite transformacije uslovljene tehnološkim činiocem. Iako je – kao što je poznato – još uvek daleko vreme kada će zanatski metod nestati iz proizvodnje nameštaja, postoji ipak jedna široka gama ovih proizvoda u potpunosti industrijalizovanih i rađenih u velikim serijama. Tu mislim pre svega na tipičan

kancelarijski nameštaj od metala (*Olivetti, Castelli*), stolice i naslonjače od čeličnih cevi i plastičnih materijala koje možemo videti u kafeima, barovima, javnim uredima. Dok se prva upotreba čeličnih cevi vezuje za Brojerovu naslonjaču (1925) i potonje koje su radili Le Korbizje i Mis (Misova čuvena *Barselona* [1929] još uvek se proizvodi, premda u malim serijama), serija nameštaja koje je nasledila ove prve primerke beskonačna je i sigurno je unela značajne izmene u sektor unutrašnjeg uređenja. Zanimljivo je pratiti naredne faze ove produkcije tokom kojih su se potpuno transformisale forme i strukture delova nameštaja. Obratimo pažnju – da se ograničimo samo na stolice – na suštinske razlike između klasične stolice od drveta i Tonetovih, sada već od drveta u obliku cevi, zatim potonjih stolica od metalnih cevi do najnovijih od savijene šperploče, te od plastičnih materijala konkavnog oblika i integralno izlivenih od kojih ćemo pomenuti one koje su u Italiji osmislili i realizovali Mandaroti [Mangiarotti], Zanuso [Zanuso], Spadolini, Gregoti [Gregotti], Gae Aulenti [Gae Aulenti], Madistreti [Magistretti]; sve do novijeg nameštaja na naduvavanje, ili napravljenog od amorfnih materijala (kao serija *Soriana* A.T. Skarpe [A.T. Scarpa], ili *Bobo* Cini Boerija [Cini Boeri]) koji je najbolji dokaz kako se može transformisati izgled tradicionalnog i starog predmeta usled pojavljivanja novih vrsta obrade i primenom novih materijala.

18.

EKIPNI RAD I NJEGOVE KARAKTERISTIKE

Ekipni rad („grupni” ili *team-work*) predstavlja još jedan od činilaca koji ukazuju na razliku između dizajna i drugih proizvodnih formi, a pre svega stvaralačkih koje su mu prethodile. Dok zanatski predmet može biti tvorevina pojedinca, jedan industrijski proizveden predmet uvek je rezultat složenog sticanja višestrukih delatnosti gde se prvi element, to jest projektovanje, pojavljuje samo kao jedna od etapa, premda najvažnija i najdelikatnija. Naime, već u fazi nastajanja predmeta moraju se imati u vidu specifični zahtevi industrije i isključiti autonomne i nekontrolisane invencije, upravo zato što će se, pored estetskih, u procesu proizvodnje nužno sticati i tehnički, ekonomski, mehanički elementi.

Poznato je da neki autori teže da za „autentično” smatraju samo skicu, grafičko projektovanje, ili čak prvi dizajnerov model nacrtan rukom, dok ostale faze ne vide kao nužno vezane za inventivni momenat. Jasno je, međutim, da i kada se prihvati „čistota” ovog „ishodišnog momenta” dizajna, ostaje neosporna činjenica da se tek na kraju izrade dati predmet može uzeti kao postojeći i doista operativan, odakle sledi da se uvek moramo pozivati na predmete koji već postoje i funkcionišu. Dizajner, kao što rekosmo, uvek dela u skladu sa proizvodnim programom industrije.

No, uza sve to, hteo bih da ukažem na činjenicu da postoji – makar u eksperimentalnom vidu – veliki broj dizajnerskih radova koji su ostali na nivou nacрта ili obične vežbe a po kojima bi se naknadno mogli realizovati pravi prototipovi za proizvodnje u serijama. Takvim se mogu smatrati probni radovi nastali u okviru nastave u dizajnerskim školama, čija se vrednost, makar formalna, mora uvažavati.

Pogledajmo, međutim, kako se danas odvija ovaj proces u okviru industrije. Bez obzira što mnogi zastupaju tezu da rad projektanta mora biti sasvim oslobođen od ingerencija i kontrole naručioca, jasno je da se u praksi to prilično retko događa. I u najpovoljnijim situacijama, kada lični ukus dizajnera nije pod prisilom proizvođača, prvi uvek biva sputan kako ukusom publike kojoj je njegov proizvod namenjen, tako i ekonomskim zahtevima kojima se mora potčiniti. Odatle, kao posledica ovih dvaju razloga, nužno sledi neophodnost ekipnog rada koji dizajneru stavlja na raspolaganje čitav niz pojedinaca koji su u neposrednom kontaktu sa proizvodnim i naučnim i tehničkim sektorom. Nužnost ekipnog rada pokazuje se, na primeru industrijskog predmeta, kao određujuća. Veoma često izrada proizvoda zahteva potanka tehnička saznanja (o plastičnim materijalima, lakim legurama, itd.), pa će jedino saradnja sa tehničkim osobljem svakog pojedinog sektora pomoći projektantu da ne zapadne u ozbiljne greške pri konstrukcionom osmišljavanju svojih likovnih i formalnih „intuicija”. Pored toga, prisustvo u radnoj ekipi tehničkih stručnjaka za tržište (*marketing*), motivacijsko ispitivanje, te ergonomiju (učenje koje istražuje odnose između mašine i čoveka) i druge metode ispitivanja čiji je zadatak da istraže mogućnosti prodaje proizvoda i moguće tendencije u razvoju ukusa (naročito kada su u pitanju predmeti namenjeni širokoj distribuciji) – sve više se pokazuje kao neophodno.

ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I SISTEMI PRODAJE

Nijedan umetnički proizvod ne podleže, poput industrijskog predmeta, u tolikoj meri gvođenim zakonima tržišta na koje je upućen. Zato će svaka estetička analiza morati da se odvija naporedo s ekonomskim ispitivanjima i istraživanjem tržišta (*marketing*). Ovde nije mesto da se raspravlja o celishodnosti i verodostojnosti uobičajenih istraživanja baziranih na poznatim statističkim i numeričkim sistemima, sondažama javnog mnjenja (tipa Galupa ili Dokse), koja se prevashodno pozivaju na ispitivanja izvršena na grupama-uzorcima stanovništva ili zasnovana na rezultatima kolokvijuma koje neposredno, i po ličnom nazoru, drže specijalizovani obučeni istraživači. Želim, zapravo, da pokazem koliko je važno povezati takvu analizu s projektovanjem i izradom proizvoda, i to polazeći od mišljenja da se zaista može pouzdati u reakciju publike, te pretpostavljajući da je ona u stanju da stekne uvid u glavne odlike predmeta koji prethodno nije poznavala ili o kojem poseduje samo površna znanja. Činjenica je da se istraživanje tržišta neprestano razvija naporedo s usvajanjem odgovarajuće reklamne prakse – neposredno povezane sa samim istraživanjima i izvršenim motivacijskim ispitivanjima –, što kazuje da se u velikoj većini slučajeva reklamne kampanje, obavljene na osnovu tako dobijenih podataka, pokazuju kao

veoma uspešne u plasiranju proizvoda, premda nas ostavljaju u nedoumici u pogledu autentične „valjanosti” formalnog aspekta kojem se podvrgava predmet na osnovu pretpostavki takvih istraživanja.

Jedna od prvih stvari o kojima treba voditi računa, kada se radi o istraživanju tržišta, jeste da li je proizvod namenjen maloj, srednjoj ili velikoj seriji (na primer, šivaćih mašina, aparata za ekspres kafu, ili elektronskih računskih mašina), i zatim, da li „veličina” serije zavisi od činjenice da je potražnja još uvek ograničena iz ekonomskih razloga te zbog nedovoljne rasprostranjenosti i popularizacije predmeta (autorski nameštaj, prvoklasni televizori), ili zato što proizvod pripada onim „nadindividualnim” kategorijama, o kojima smo već govorili, čija je raširenost veoma mala. U prvom slučaju biće moguće i, naravno, korisno i poželjno, težiti većoj raširenosti proizvoda; u drugom, ma kakav pritisak na potrošača biće suvišan ili od male koristi, s obzirom na osobitost i retkost upotrebe i nemogućnosti njenog širenja (elektrocefalograf, teleskop, itd.). Od ove distinkcije, očigledno, zavisi i da li ćemo više ili manje voditi računa o izgledu predmeta i njegovoj formalnoj izuzetnosti. Tako će, recimo, spoljni izgled predmeta, namenjenog veoma malim serijama i nadindividualnoj potrošnji, biti od drugorazrednog značaja za prodaju. U suprotnom slučaju – kada je predmet namenjen masovnoj potrošnji – spoljašnji izgled imaće neposredan uticaj na njegovu prodaju, s obzirom na konkurenciju sa analognim predmetima prisutnim na tržištu. Na ovom mestu u igru ulazi element „konkurencije” koji ima direktan uticaj na veću ili manju prodaju proizvoda. Bilo bi dobro, u vezi sa tim, obratiti pažnju na činioce kao što su sredstvo, odnosno sredstva za distribuciju predmeta (da li preko filijala, specijalizovanih agencija pojedinih proizvodnih firmi, posrednika u prodaji, lanaca supermarketa, itd.) i ekonomski sistem na snazi u zemlji proizvođača i potroša-

ča. Mnogi istraživači – uzimajući u obzir nesumnjivu prevagu fenomena stajlinga u zemljama sa kapitalističkom ekonomijom, poput Sjedinjenih Država, u odnosu na zemlje sa socijalističkom privredom – smatraju da bi fenomen konkurencije trebalo smatrati sporednim u ovim drugim zemljama. Međutim, ovde treba napraviti razliku između dva tipa konkurencije, odnosno *čiste* i *monopolističke*. Prva se u naše vreme prostire u malobrojnim, veoma ograničenim zonama (dok je, naprotiv, još uvek dominirala u periodu prve industrijalizacije iz sedamnaestog veka). Druga je raširena u svim zemljama sa visokim industrijskim standardom gde element konkurencije ima ulogu da diferencira predmet na osnovu njegovih tehničkih, ekonomskih i simboličkih karakteristika. Takva vrsta konkurencije prevashodno se zasniva na mogućnosti jednog industrijskog sistema da ostvari monopolsku poziciju u odnosu na proizvođača istog proizvoda, ali slabijeg kvaliteta i manje primamljivosti. Pogrešno je, naime, verovati da se ovakva vrsta monopolističke konkurencije neće javiti i u socijalističkim zemljama, samo zbog toga što se privreda nalazi u rukama države a ne u rukama privatnih lica. U stvari, i u ovom tipu ekonomskog sistema konkurencija između proizvođača postoji, mada u manje oštrom obliku. Osim toga, teško je verovati da se može postići ravnoteža između ponude i potražnje nezavisno od psihološke motivisanosti, upravo spoljnim izgledom proizvoda, čak i tamo gde taj izgled nije u skladu sa zahtevima privatnog monopolističkog kompleksa, nego monopolističkog kompleksa države.

20. DIZAJN I MAS-MEDIJI

Stigli smo do pitanja koje se ne tiče samo dizajna, nego uopšte svih recentnih vidova planificirane i mehanizovane umetnosti, to jest svih onih umetničkih i paraumetničkih formi koje su postale moguće tek i isključivo uz učešće mašine i s mehanizacijom industrijske ere.

Tu pre svega mislim – izneću ukratko neke primere – na muziku reprodukovanu putem gramofonskih ploča, traka i TV i radio-prenosa, na dramu, teatar, koji se takođe prenose preko ovih kanala i šire u nikada ranije dosegnutom obimu, te na druge vidove mnogih pseudoumetničkih formi (poput stripova i foto-romana, itd.) koje dostižu nekada nezamislive tiraže. Danas se na svetskom planu događa nešto što se samo u ograničenom vidu javilo s Gutenbergovim otkrićem a što će po idejnim i estetskim konsekvencama daleko nadići posledice pronalaska štampe.

Dela namenjena ovom novom tipu „masovne funkcije” moraju odražavati odgovarajući ukus i biti određenog umetničkog nivoa da bi ih svako mogao uživati, razumeti i proceniti; moraju se, dakle, sasvim odreći sofisticiranosti i izuzetnosti. To je nešto što su uvideli skoro svi ispitivači problematike mas-medija,* a o tome nam govori i sve veće

* Jedan od najboljih dokumenta u vezi sa problemima fenomena mase i mas-medijama je antologija Bernarda Rosenberga i Davida Manninga Whitea, *Mass Culture*, The Free Press, New York, 1957. Videti i knjigu Edgarda Morina, *L'esprit du temps*, Grasset, Pariz, 1962.

prisustvo jedne nove vrste umetnosti, ako ne baš *lowbrow* (najnižeg nivoa), ono u najmanju ruku *middlebrow* (osrednjeg nivoa) – umetnosti, znači, koja će zadovoljiti osrednji senzibilitet, osrednji ukus, i koja više neće biti isključivo određena za elitu.

Ova činjenica je od izuzetno relevantnog estetsko-socijalnog značaja i suočava nas sa problemima etičke prirode koji se ne smeju potceniti. U stvari, ako se slažemo da se otvara mogućnost standardizacije, te nivelacije ukusa (na muzičkom, pozorišnom, pripovedačkom planu) usled pojave mas-medija, moramo isto tako primetiti da bi se upravo pomoću njih mogle „prokrijumčariti”, u sredine koje bi i dalje ostale potpuno isključene iz svega toga, i umetničke forme namenjene eliti, tako da budu prihvaćene, uvažene, i napokon voljene te ispravno shvaćene i od „masa”; budući da odvojenost narodnih staleža od elite (razume se, kulturne, ne ekonomske, pošto je ova druga često nazadnija od srednjih slojeva stanovništva) dolazi pre svega od nedovoljne umetničke obrazovanosti. Tako ćemo preko mas-medija moći da obrazujemo ukus stanovništva, što bi inače bilo nezamislivo, gde bi sada i dizajn dao svoj doprinos na vizuelnom planu. Naime, veoma često događa se da predmet odličnog dizajna bude opšteprihvaćen i omiljen zbog svojih intrinsečnih estetskih kvaliteta, pa čak i da stanovništvo, još „neiskvareno” industrijskim predmetima „lošeg dizajna”, prihvati s više razumevanja „*good design*” nego populacije koje se smatraju za razvijenije.

U vezi sa ovim mislim da je veoma važno pomenuti jedan poučan fenomen – zanimljiv iz antropološkog ugla gledanja – koji se tiče širenja industrijskih predmeta u manje obrazovanim ili potpuno nerazvijenim sredinama.

Imamo primera gde je prerano pojavljivanje tipičnih industrijskih mehanizama (šivaća mašina), u nerazvijenim područjima (centralna Afrika), uticalo na ukus stanovništva na način da je ono, docnije, bilo u stanju da prihvati

samo određeni tip zastarele mašine na koju se već bilo naviklo, odbacujući redizajniran i usavršen model koji je smatralo „manje lepim” – rekli bismo, manje simbolički delotvornim – od onog starog. (Poznato je da su mnoga preduzeća, recimo *Necchi*, bila prinudena da zadrže stare modele upravo da bi udovoljila zahtevima ovih nerazvijenih područja). Drugom prilikom dogodilo se nešto sasvim suprotno; uvođenje ranije nepoznatih i nekorišćenih predmeta u određene zone (na primer, televizora u južnoj Italiji) naišlo je na nedvosmisleno opredeljenje stanovništva – koje prethodno nije bilo pripremljeno ni za kakav određeni model – za predmete sa boljim i naprednijim dizajnom. Iz ova dva primera vidi se da nas problem širenja industrijskog predmeta u nerazvijenim ili potpuno primitivnim zonama suočava sa pitanjima od velikog značaja u antropološkom smislu.

Kao što sam već naznačio, najčešći prigovor upućivan dizajnu proizlazi iz mišljenja da industrijalizacija sredstava komunikacije, i umetnosti uopšte, doprinosi posvemašnjem širenju *Kitscha** („ne-umetnosti”) i njegove pobede nad umetnošću. Međutim, ako je tačno da ponuditi stanovništvu stripove i foto-romane znači uputiti ga na ovakvu vrstu proizvoda, tačno je i suprotno; to jest, da je na nama da preko masovnih kanala izložimo predmete dobrog ukusa, ako hoćemo da stanovništvo stekne stvarno umetničko obrazovanje.

U stvari, bez obzira što u masovnoj kulturi nema prave uživalačke diferenciranosti, ovom proizvodu – namenjenom tom istom depersonalizovanom i nivelišućem uživanju – ipak je svojstvena nekakva diferenciranost kako bi bio

* Problem kiča analiziran je u mojoj knjizi *Kitsch, antologia del cattivo gusto*, Mazzota, Milano, 1969; videti i teorijsku interpretaciju kiča – knjigu Ludwiga Giesza, *Phänomenologie des Kitsches*, Rothe Verl., Heidelberg, 1960.

prihvaćen, usled čega publika neprestano upućuje zahtev za „individualizovanim” i „novim” proizvodima.

Dabome da se masovni ukus dâ individualizovati samo u određenoj meri, pošto proizvođaču ne odgovara predmet koji neće biti opšteprihvaćen, budući da onda ne bi bio pogodan za serijsku proizvodnju. No ipak, depersonalizujući efekat masovne proizvodnje biće svakako mnogo manji kada se radi o predmetima od opšte upotrebe poput najvećeg dela proizvoda koji su plod dizajna (časovnik, frižider), nego kada je reč o muzici ili književnosti u obliku „sazetaka” i stripova.

Zato mislim da bi poboljšanje – makar i depersonalizujuće – na planu predmeta od opšte upotrebe moglo da dovede i do potpunijeg poboljšanja ukusa i kada su u pitanju prava pravcata umetnička dela gde je depersonalizovanje opasnije.

A što se tiče fenomena kiča, koji sam malopre pomeno, nema sumnje da je naša okruženost industrijskim predmetima (bocama koka-kole, limenkama piva i marmelade, tubama sa pastom za zube i kozmetičkim preparatima, itd.) sa tipičnom kič konotacijom, ostavila neobičan trag i u elitnoj umetnosti. Poznato je, naime, da su mnogi pop-art umetnici koristili ovakve predmete – uključivali ih u svoja dela (Raušenbergove *combine-paintings*, Armanove i Sperijeve [Spoerri] kompozicije) ili podražavali i uveličavali (kao Oldenburg) – upravo zbog njihove dimenzije „lošeg popularnog ukusa” i postizali tako efekat demistifikacije, nimalo za potcenjivanje. I, osim toga, na ovaj način su skretali pažnju publike na vrstu proizvoda čija estetsko-simbolička vrednost nije bila sve dotad dovoljno razmotrena.

21.

POKUŠAJ KLASIFIKACIJE DIZAJNA

Mislim da bi sada trebalo razmotriti mogućnost klasifikacije industrijskih predmeta koji poseduju osobine potrebne da bismo ih uključili u oblast kojom se bavimo. Zapravo, takvu klasifikaciju veoma je teško napraviti i čak smatram da njen smisao može biti sporan ako se svede samo na monotono nabranje pojedinačnih predmeta. S obzirom, zatim, na više estetički nego tehnički karakter ove studije, čini nam se da je nepotrebno insistirati na nekoj minucioznoj analizi konstrukcionih materijala, jer bi ona imala oskudan značaj budući da se ne bi moglo stići do temeljnog ispitivanja samih materijala sa hemijskog, fizičkog, strukturnog stanovišta. Naime, kao što sam već imao priliku da primetim, jedno je tehničko-naučno ispitivanje radnih i proizvodnih sistema neke kategorije predmeta (koje, naravno, treba preduzeti na tehničkom polju u okviru preduzeća i industrije), a sasvim nešto drugo ispitivanje estetskih i metodoloških konstanti prisutnih u razvoju dizajna. U takvo ispitivanje, znači, ne spada ulažanje u naučne detalje koji su u vezi sa fizičkim sastavom i mehaničkim ustrojstvom datih predmeta.

Iz ovog razloga jedna katalogizacija predmeta, poput one koju je načinio Herbert Rid, danas nam izgleda već zastarela.

Engleski autor još uvek se vodio principima koji su pretpostavljali poistovećivanje, ili makar približavanje, za-

natskog i industrijskog predmeta u slučajevima kada su načinjeni od iste sirovine (keramika, drvo, staklo, metal). Tu poziciju, kao što sam već više puta naglasio, ne možemo da prihvatimo. Isto tako ni klasifikacija predmeta na osnovu upotrebljenih materijala danas više nije dovoljna, bilo zbog njihovog čestog mešanja, bilo zbog izuzetne složenosti obrade. Zato podaci koje nam nudi Rid (u vezi sa njihovim fizičkim sastavom, metalnim legurama, različitim sastavom keramičkih pasta, obradom stakla, itd.) teško da mogu poslužiti nekom ko bi hteo da na osnovu njih pristupi praktičnom projektovanju i izradi posebnih predmeta. S druge strane, to bi samo opteretilo ovu raspravu pseudo-naučnim činjenicama potpuno irelevantnim za estetičko-metodološko definisanje našeg pitanja. Svakako jedna od najvažnijih stvari za procenjivanje ne samo tehničkih nego i estetskih kvaliteta jednog predmeta – danas kao i nekada – jeste povesti računa o specifičnosti materijala od kog je predmet načinjen, upravo zbog nužnosti, koju stalno treba isticati, prilagođavanja forme materijalu, osnovnom temelju svake konstrukcione funkcionalnosti. Prema tome, još uvek je moguća podela predmeta na osnovu konstrukcionog materijala (takva je, na primer, klasifikacija zastupljena u Darmštatskoj arhivi), ali mora biti jasno da nam takva klasifikacija – veoma korisna u praktičnom i organizacijskom smislu – može pružiti samo oskudne naznake kada je reč o kvalitetu datog predmeta.

To je razlog što smo skloniji drugim tipovima katalogizacije koji bi se više zasnivali na odnosu između funkcije i forme, tako tipičnom za svekoliko područje dizajna.

Jedna od sekundarnih podela, na primer, bila bi utemeljena na činjenici da li na predmetu postoji ili ne neka mehanička sekcija koja predstavlja njegov sastavni deo. Imaćemo tako, s jedne strane, kategoriju predmeta napravljenih, doduše, na mehanički način, ali bez mehanizama; a, s druge, široku skaldu predmeta kod kojih će spoljašnja

forma zavisiti od „unutrašnje forme” koja proizlazi iz prisustva nekog mehaničkog dela. Ovoj drugoj grupi pripadaju brojni predmeti koje danas upotrebljavamo, od časovnika do električnog brijača, od automobila do šivaće mašine, od tranzistora do radiogramofona, od motornog čamca do električnog bojlera i grejalice. Dok će prva kategorija predmeta manifestovati proizvoljnu formu prepuštenu slučaju; druga će se ravnati i prema onim zahtevima koje postavlja delikatno prisustvo mehanizma, koji treba da bude uključen u predmet, zaštićen, i zavisno od slučaja, vidljiv ili skriven, iz ne samo praktičnih nego i estetsko-simboličkih razloga.

U okviru ove druge kategorije možemo govoriti o još jednoj distinkciji na osnovu činjenice da li predmet pripada ili ne porodici predmeta sa „karoserijom”, na osnovu toga, naime, da li je njegov mehanički deo prisno povezan sa predmetom ili je samo na njega postavljen i pričvršćen; i zatim, naročito na osnovu toga da li je spoljašnja forma kao takva više ili manje povezana sa strukturom mehanizma. Ovo poslednje je jedan od najznačajnijih faktora za određivanje forme predmeta. Kao što je poznato, mnogi predmeti snabdeveni mehanizmom zaodenući su „ljuskom” od metala ili plastičnih materijala koji ih skrivaju i imaju dvojaku ulogu, kao zaštita samih mehanizama i kao zaštita čoveka od takvih mehanizama (pisaće, šivaće, računске mašine, itd.). Jedva da je potrebno napomenuti da ovaj omotač treba da „udomi” na najbolji način mehanički element, obuhvatajući njegove razne elemente bez rasipanja prostora, materijala, težine, itd. Mogućnosti interpretiranja omotača kao elementa svakako su veoma velike; dovoljno je uzeti primer trkačkog automobila, gde između forme motora i spoljašnjeg izgleda vozila postoji neznatna analogija, budući da će u ovom slučaju omotač morati da odgovara ne samo zahtevima „pokrivanja” motora nego i „boravljenja” vozača, simboličke delotvornosti samog vozila, itd.

Pored ove klasifikacije, pomenućemo još jednu na koju smo već imali priliku da ukažemo kada je bilo reči o odnosima između dizajna i mode. Radi se o klasifikaciji holandskog inženjera Kalfa. Njen osnovni kriterijum je stepen individualističkog kvaliteta proizvoda. Podela je izvršena prema tome da li je on namenjen prevashodno individualnom uživanju (koje će u najvećoj meri pretpostavljati estetsko-ornamentalni činilac) ili „nadindividualnom” koje će, naprotiv, pre svega pretpostavljati funkcionalno-praktični činilac. U prvu grupu spadaju, prema Kalfu, oni proizvodi koji se „ne nalaze na tržištu”, koji obično nisu u javnoj prodaji (antene visokog napona, vozovi, javna rasveta, poštanski sandučići); u drugu, svi predmeti koji se obično mogu naći u prodaji. Druga grupa proizvoda razvrstana je na osnovu naglaska na njihovom funkcionalnom aspektu (ventilatori, radijatori, sportska oprema, štapovi za golf, puške), ili, pak, na afektivnom i personalističkom aspektu (časovnik, keramički predmeti, pokućstvo ili čak predmeti za toalet ili odeća, naravno samo kada su izrađeni industrijski, a ne zanatski). Isključivo funkcionalni (i „nepersonalni”) predmeti poput projektila, raketa, mlaznjaka, ne mogu, prema Kalfu, trpeti uticaj industrijske estetike i moraju se čak isključiti iz naše oblasti istraživanja.

Na kraju, rezimirajući pozitivne strane raznih katalogizacija, i naravno, bez namere da dam ma kakvu aksiomatsku vrednost predloženim i pomenutim katalogizacijama, nastojacu da odredim glavne kategorije predmeta koji se mogu uvrstiti u veliku porodicu dizajna:

1) Predmeti za *individualnu upotrebu* (bilo da imaju ili ne mehanizam u svom sastavu) *sa izrazitom funkcionalnošću, neznatno podložni modi* i trošenju: veliki deo kućnih aparata, preciznih instrumenata, mikroskopi, durbini, telefoni, gramofoni, zvučnici, šivaće i pisaće mašine, sanitarni aparati...

2) Predmeti za *individualnu upotrebu*, podložni povremenim modifikacijama ukusa, vezani za *modu*, odlikuju se *ograničenom funkcionalnošću* i podložni su *brzom trošenju*: predmeti za ličnu upotrebu i odeća, pera, olovke, pepeljare, automobili, ukrasni kućni predmeti, neke vrste serijskog nameštaja, skuteri, motorni čamci, itd., lampe i drugi elementi unutrašnjeg uređenja i uopšte serijsko pokućstvo (keramika, staklo, metal).

3) Predmeti namenjeni „*nadindividualnoj*” upotrebi, manje zavisni od promene ukusa, nevezani za *modu*, odlikuju se *apsolutnom funkcionalnošću*, podložni samo tehnološkoj ali ne i estetskoj vrsti trošenja: mlaznjaci, podmornice, brodovi, vozovi, lokomotive na električni pogon, turbine, destilacione serpentine, mašine alatlijeke, elementi gradskog uređenja (poštanski sandučići, antene visokog napona, ulične svetiljke, itd.).

4) „*Beskorisni*” predmeti, načinjeni na osnovu tipično serijskog projektovanja industrijskog tipa, ali bez neke „praktične” svrhe; pripadaju takozvanoj „*programiranoj umetnosti*” i „*kinetičkoj umetnosti*” i čine sastavni deo kategorije serijskih umetničkih predmeta (tal. *multipli*, prim. prev.). (Ova kategorija se obično ne uključuje u rasprave o dizajnu, ali mislim da zaslužuje da se uvrsti zbog svog budućeg razvoja.)

5) Neki sektori „*industrijalizovane arhitekture*”: zglobovi, spojevi, *curtain walls*, delovi za vrata i prozore i za montažne zgrade; geodetske kupole Bakminster-Fulera, zglobovi Vahsmanovih modularnih elemenata, itd.; ali ove elemente moramo jasno razlikovati od arhitekture imajući u vidu celishodnost pravljenja razlike između predmeta urađenih po dizajnu i prave pravcate arhitekture.

OGRANIČENJA DIZAJNERSKE DELATNOSTI PRI PROJEKTOVANJU

Još jednom ćemo istaći da dizajnera ne treba smatrati samo „crtajem” prema značenju koje ova reč nosi u italijanskom (ital. *disegno* – crtež; nacrt, *prim. prev.*); odnosno osobom koja poseduje određeni dar i stručnost za crtanje. Da bismo naglasili posebnost pojma „*disegno*” (u engleskom „*design*”, u španskom „*diseño*”, za razliku od *drawing* i *dibujo* koji označavaju umetničko crtanje ni u kakvoj vezi sa projektovanjem), moramo na dizajnera gledati kao na projektanta industrijskog predmeta, ali i kao na planera samog proizvodnog procesa. Pre no što pristupi projektovanju i dizajniranju nekog predmeta, njegov zadatak kreatora već je određen unutar čitavog složenog proizvodnog ciklusa.

Jedan od prvih njegovih ciljeva biće, dakle, da sintetički sakupi podatke dobijene od raznih istraživača, tehničara, statističara, stručnjaka za tržište i operativne tehnike, i da odatle izvuče zaključak koji će mu omogućiti da preciznije osmisli predmet koji namerava da projektuje. To stoga što je nemoguće da jedan dizajner poseduje dovoljna tehnička i naučna znanja za projektovanje predmeta, čak i kada je specijalizovan za određenu industrijsku granu. Ali će zato biti u stanju da – koristeći informacije dobijene od tehničara i stručnjaka – projektuje predmete u čije osnovne

naučne postavke može i da ne ulazi potpuno. To potvrđuje i činjenica što se u ovoj studiji – kao uostalom i u najvećem delu rasprava posvećenih našem problemu – prelazi preko svekolike složene materije koja se tiče naučnih osnova na kojima se zasniva pojedinačna izrađevina, jer bi samo površna znanja o njima bila svakako nedovoljna za valjano istraživanje. Ali, treba imati u vidu da će, tek na osnovu ovih naučnih podataka kojima stručnjaci raspolažu, moći, u odgovarajućem trenutku, da se preusmeri projektovanje određenog predmeta.

Pa ipak, dizajneru u industriji pripada mnogo složeniji i važniji zadatak nego što je rad na „stilizaciji” neke forme, odnosno zaodevanju umesnim i novim duhom mehanizama čije vitalne karakteristike ne poznaje. Dizajner će, posedujući posebna saznanja dobijena ispitivanjem zahteva publike, biti u stanju da osmisli predmet koji će se odlikovati tehničko-formalnim osobinama koje ne potiču od prethodnih zamisli i predloga tehničara date grane. Često, naime, sâm dizajner nameće i predlaže optimalnu veličinu nekog aparata čija će konstrukcija biti u skladu sa formalnom vrednošću koja po dizajnerovom mišljenju više odgovara zahtevima publike.

Poznato je da se ne jednom desilo da su usvojena rešenja koja nisu pronađena u proizvodnji, nego su bila pretpostavljena i predložena pri projektovanju.

S tim u vezi možemo se podsetiti jednog zapažanja Artura Bekvara* [Arthur Becvar]: „dizajniranje u svom početnom stadijumu projektovanja sastoji se u razmišljanju o problemu, ne u pronalaženju njegovog rešenja, (...) nastoji se otkriti da li je problem postavljen na način jasan i razumljiv publici kojoj se obraća”.

* Arthur Becvar, *The designer's answer*, u „Design Forecast”, br. 1.

Drugim rečima, na dizajneru je da osmisli predmet tako da ovaj bude neposredno „shvatljiv” i „čitljiv” potrošaču, da, znači, njegovi funkcionalni kvaliteti imaju jasno izraženu semantičku vrednost. Taman posla kada bi njegova forma – naročito ako pripada grupi predmeta „sa mehanizmom” – bila „neshvatljiva” za korisnika, kada bi se on zaodenuo tuđim ruhom, kada bi mogao da se zameni za neki drugi sličan ali ne i identičan predmet. To pre svega pokazuje da nije tačno da dizajner mora da se slepo potčini volji proizvođača, ili pak potrošača. Često je upravo na projektantu da otkrije onu formu koja će – udovoljavajući bazičnim preduslovima koje iziskuju funkcija, troškovi, analiza tržišta – predstavljati i „novinu”, i kao takva pomoći publici da prihvati nove linije i oblike za koje prethodno nije bila pripremljena.*

* Ko želi da se neposredno upozna sa mišljenjem dizajnera o vlastitoj profesiji, može da konsultuje brojne specijalizovane časopise („Stile-Industry”, „Industrial Design”, „Design”, itd.) i nevelik broj dela koja su dosad napisali dizajneri. Od onih koji su uspešnije ilustrovali svoju profesiju, spisima prožetim svežinom i živim učešćem, navešćemo sledeće: George Nelson, *Problems of Design*, New York 1957; Walter D. Teague, *Design this Day*, New York 1949 (1960), i, u raznim člancima, Eames, Viénot, Maldonado, itd. Zanimljivo je primetiti da je u većini slučajeva evidentna svest autora da oni u izvesnom smislu predstavljaju najvažnije i najdelikatnije stvaraoce u domenu strukturisanja estetskog aspekta našeg društva.

23.

ŠKOLOVANJE DIZAJNERA

Još uvek smo daleko od rešenja značajnog pitanja obuke dizajnera, i to pre svega zbog osobite strukture ove discipline. Kao što se često događa – naročito u zemljama velikih kulturnih tradicija kao što su romanske: Italija, Francuska, Španija –, da bi se prethodne didaktičke strukture prilagodile novonastalim disciplinama, potrebno je da prođe mnogo godina, često i decenija. S druge strane, jasno je da je u jednoj tipično tehnološkoj oblasti, ali i neposredno vezanoj za estetičke probleme, veoma teško stići do iskristalisanog i koherentnog načina prenošenja nastavnih materija. To je razlog što je dizajn u našoj zemlji, i praktično u svim ostalim, prvo prošao kroz fazu samoučenja koju će tek kasnije zameniti iskristalisana i stroga didaktička metodologija. Druga činjenica o kojoj treba povesti računa jeste donekle zanatsko poreklo naše discipline, što je doprinelo da dizajn, u mnogim zemljama gde su zanatske škole bile razvijenije, bude nakalemljen na već postojeće zanatsko stablo. Ovo se često veoma negativno odrazilo na didaktički sistem, naročito u Nemačkoj i Austriji gde su *Kunstgewerbeschulen* već bile na jednom veoma razvijenom nivou, ali isto tako i u Engleskoj, gde je tradicija pokreta *Arts and Crafts*, i nakon epohe u kojoj su radili Moris i Mekmerdo, bila još uvek živa.

Zapravo, u anglosaksonskim zemljama, a posebno u Velikoj Britaniji, gde je proces industrijalizacije najpre

izvršen, dogodilo se da se prilično rano, u školama za zanatske „veštine“, počelo podučavati o opštim pojmovima industrijskog projektovanja, premda na još uvek veoma skromnom nivou. Isto se dešava i u Nemačkoj gde se pre svega odvija veoma važan, iako danas prevaziđen, Bauhausov eksperiment, iza kojeg je, već od njegovih početaka, stajala moćna ličnost Van de Veldea, jednog od prvih koji su naslutili značaj industrijski izvedene umetnosti. Njega će naslediti 1920, kao što je poznato, drugi veliki majstor, Valter Gropijus.

No, i u Bauhausu je još uvek bio na snazi pretežno zanatski didaktički sistem. Razne radionice obučavale su učenike za rukovanje metalom, staklom, drvetom, i za jedno pravo pravcato industrijsko projektovanje, ali se to zasnivalo na donekle „socijalističkom“ utopističkom funkcionalizmu, koji je zapravo bio dosta daleko od onog što će se docnije pokazati kao glavna odlika masovnih proizvoda.

U svakom slučaju, treba priznati Bauhausu zaslugu što je bio prva velika škola koja se suočila sa problemima projektovanja – kako zanatskog tako i industrijskog – uz svu onu ozbiljnost i ideološku dubinu s kojima se dotad pristupalo samo problemima naučnih i humanističkih „visokih studija“ na univerzitetu.

Ovakva pozicija održaće se i kasnije i biće prisutna i u nastavi mnogih prosvetljenih predavača: to jest mišljenje da na izučavanje dizajna treba gledati kao na izučavanje ma koje druge važne naučne ili umetničke discipline.

Ovim redovima, u stvari, želimo da naglasimo da izučavanje dizajna ne sme biti istrgnuto iz globalnog obrazovanja pojedinca i jedne tehničke, socijalne, naučne, umetničke, doista celovite pripreme. Iz istog razloga ne može se ni svesti samo na „undergraduate“ nivo (u školama za mlade ispod osamnaest godina), budući da njima neće biti

povereno (izuzev u slučaju potonjeg samostalnog dopunskog učenja) projektovanje industrijskih proizvoda sa svom njihovom izuzetnom složenosti. Da bi jedan dizajner bio zaista spreman da se prihvati projektovanja – koje neće biti ograničeno na jedan predmet, već okrenuto širokoj gami proizvoda i koje će imati u vidu sve socijalne, ekonomske i umetničke zahteve – celishodno, štaviše, neophodno bi bilo da on dobije potpunu obuku koja će se sastojati od nekoliko godina *undergraduate* nivoa (koji bi već mogao da bude „specijalistički“) i potom od prihoda „viših“ studija (od tri do četiri godine) koje bi mu pružile celovit uvid u složene probleme s kojima će se suočiti. Po ovom kriterijumu ravna se mali broj specijalizovanih škola osnovanih u poslednje vreme u Evropi i Americi: jedna od prvih, *Institute of Design* u Čikagu (prvi upravnici bili su Moholji-Nad i Mis), zatim MIT u Kembridžu (gde predaje Đerd Kepes) i *Hochschule für Gestaltung* u Ulmu koju je osnovao Maks Bil i čiji su upravnici potom bili Tomas Maldonado [Tomas Maldonado] i Otl Ajher [Otl Aicher] a koja je, na žalost, prekinula svoju aktivnost 1969.

Ako MIT i odgovara pre nekom od naših tehničkih fakulteta ili jednoj nemačkoj *Technische Hochschule*, druge škole mogu se u potpunosti smatrati pravim specijalizovanim institutima za izučavanje dizajna – i to ne samo dizajna nego i srodnih struka, grafike, *shelter design-a*, *visuel design-a*, audio-vizuelnih komunikacija, industrijalizovane arhitekture. One poseduju kompletne kurseve (na *undergraduate* i *graduate* nivoima) iz dizajna koji sadrže i onu dopunsku obuku neophodnu za formiranje dizajnera. Tako, na primer, Ulmska škola* teži da, pored tehničko-na-

* Kao ilustraciju aktivnosti škole videti izdanje koje je publikovala škola. *Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung*, Ulm, čiji su brojevi izlazili sve do gašenja škole donoseći značajne tehničke novosti i teorijske napise, od kojih ističemo one koje su napisali Tomas Maldonado i Gui Bonsiepe.

učnog aspekta i njegove praktične primene, posebno razvije i teoretske osnove dizajna i istraživanja na polju vizuelne i pisane komunikacije, uvršćujući tako dizajn u široki sektor društvenih, statističkih, lingvističkih disciplina koje imaju i imaće sve veći značaj u našoj civilizaciji.

Kada se pogleda situacija koju imamo u Italiji, gde je industrijsko projektovanje dostiglo veoma visok nivo u nekim sektorima, sa žaljenjem se može konstatovati da je i dalje prisutno gotovo apsolutno pomanjkanje didaktičkih sistema, pa je tako većina naših dizajnera ili samouka ili je reč o arhitektima koji su na dizajn primenili znanja stečena na kursovima iz arhitekture. Tek poslednjih godina osnovane su pri univerzitetima u Firenci, Milanu i Napulju (Arhitektonski fakultet), katedra za dizajn, i tek od pre nekoliko godina postoje viši kursevi za dizajn pri Umetničkim školama u Rimu i Firenci (koje su sada već završile sa eksperimentalnim fazama i biće – nadamo se – zamenjene odgovarajućim specijalističkim školama univerzitetskog karaktera koje neće biti zavisne od Univerziteta umetnosti). Osim toga, već nekoliko godina u Novari radi „Umetničko-tehnička” škola na nivou nižem od univerzitetskog, kojom upravlja Nino di Salvatore [Nino di Salvatore]; dok, samo na najnižem nivou, postoje kursevi pri *Umanitaria di Milano* i Umetničkoj školi u Monci.

Ako prostudiramo inostrane sisteme koji već dugo funkcionišu, videćemo da se mogu u načelu podeliti na one koji teže formiranju dizajnera specijalizovanih za neki određeni sektor (i, prema tome, za određenu industrijsku granu); zatim one koji imaju za cilj da integrišu dizajn, grafiku i druge analogne discipline; i, naravno, na one koji još uvek dopuštaju opasno međusobno mešanje zanatskih i industrijskih metoda spajajući ove dve oblasti u istoj školi.

Pošto se ne možemo duže zadržavati na različitim tipovima postojećih škola i različitim profilima nastave, ograničićemo se da izložimo neku vrstu „tipskog” programa

jedne škole na univerzitetskom nivou koji bi bio raščlanjen na tri ili četiri godine kursa i u stanju da pruži znanje studentima koji dolaze iz škola kulturnog usmerenja na višem srednjem nivou.

Jedna takva škola obuhvatala bi, pored dopunskih predmeta koji će varirati zavisno od znanja koja je učenik prethodno stekao (tu pre svega mislim na istoriju umetnosti, strane jezike, psihologiju, fiziku, hemiju, matematiku, elemente arhitekture, crtanje prirode, skulpturu, foto- grafiju, itd.), sledeće fundamentalne predmete podeljene na različit broj semestara: analizu forme i funkcije prirodnih i veštačkih predmeta, uvod u tehnike istraživanja, upotrebu osnovnih sprava i mašina; izučavanje manuelne i vizuelne senzibilnosti; izučavanje izražajnih mogućnosti posredstvom raznih sredstava za projektovanje i predstavljanje; izučavanje komunikacijskog vizuelnog elementa; analizu tržišta; izučavanje *packaginga* (pakovanja) i izlaganja, projektovanje predmeta od preliminarnih stadijuma do stadijuma prototipa i konačnog uzorka; izučavanje fizičkih i organoletičkih osobina materijala i struktura; mehaniku i mehanički prenos sila; analizu rokova i troškova; izradu funkcionišućih modela; komercijalno i industrijsko planiranje, motivacionu analizu; zaštitu projekata i патената, - *copyright*, fabričke žigove, profesionalnu organizaciju, ergonomiju, teoriju informacije, kibernetiku.

Naravno, u ovim školama – koje će imati specijalne sekcije za posebne proizvodne procese (keramika, metali, plastični materijali, staklo, tkanine, dizajn enterijera, industrijalizovana arhitektura, fotografija, dekoracija, reklamna tehnika, linotip, itd.) – razvijace se nastavni predmeti na način koji će biti karakterističan samo za takvu vrstu škola. Međutim – kao što sam već precizirao – više bi trebalo da se vodi računa o globalnoj spremnosti studenta, njegovom perceptivnom oblikovanju i njegovoj komunikacijskoj spremnosti, nego o poznavanju posebnih mate-

rijala (koje će uvek moći da se neposredno upotpuni učešćem u fabričkom radnom ciklusu na mnogo brži i praktičniji način). Bez ovih bazičnih elemenata svaka potonja specijalizacija bila bi problematična i ne bi rezultovala istinskim kreativnim ishodom.

24.

PRETPOSTAVKE O BUDUĆEM RAZVOJU DIZAJNA

Predviđanja koja možemo izneti u pogledu budućnosti dizajna, kao i sva predviđanja uostalom, veoma su neizvesna i aleatorna. No, bez obzira na to, mislim da se već sada mogu anticipirati neke pretpostavke koje će se možda obistiniti.

U prethodnim poglavljima nastojao sam da pokažem da je industrijski predmet nastao iz prvobitnog i starinskog zanatskog predmeta, odnosno individualne tvorevine ma kog čoveka, kao nastavak, na neki način, onih veština čiji su autori pojedinci. Takođe sam naglasio da se docnije takav predmet, stvoren za upotrebu pojedinca, transformisao u standardizovan proizvod namenjen upotrebi mnogih, svih ljudi.

Isto tako nastojao sam da istaknem da je – s javljanjem mašine i s industrijskom revolucijom – stvorena nova kategorija predmeta, sasvim drugačijih od zanatskih, koji su neumitno i postepeno skoro potpuno zamenili prethodne.

Pored toga, skrenuo sam pažnju na sve izrazitije pomeranje i modifikovanje nekih bazičnih pojmova na kojima se temeljilo vrednovanje i stilsko projektovanje predmeta. Ukazao sam, zatim, da je na mesto prvobitnog estetskog kriterijuma, dominirajućeg u vreme Bauhausa, prema kojem se „korisno” i „lepo” skoro poistovećuju, došao drugi

kriterijum po kojem se moraju imati u vidu – osim binoma korisnost–lepota – i elementi „prijatnosti” i „novine”. Videli smo, dalje, kako se, iz želje da se udovolji ukusu publike i utiče na stalnu potražnju za novim proizvodima, formirala svest o nužnosti da se proizvode predmeti kod kojih će funkcionalni element biti podređen estetskom elementu sposobnom da bude efikasan pokretač sve novijih i novijih proizvoda.

Upravo u vezi sa ovim možemo se osvrnuti na posebno neugodnu situaciju koja je nastala u poslednje vreme, i koja je pogodila ne samo dizajnere nego i najprosvećeniji deo publike.

Dogodilo se, naime, da je usled neprekidnih naleta hiperprodukcije – naročito u neokapitalističkim zemljama i zemljama sa razvijenim procesom industrijalizacije – došlo do prave pravcate inflacije izbacivanja novih predmeta, tvorevina dizajna.

Konsumizam – ovo opasno entropijsko stanje koje teži da ovlada ekonomijom i mentalitetom zapadnog čoveka – uticao je na korisnika da intrinsečne vrednosti predmeta podredi pukim hedonističkim i formalističkim vrednostima, a kao neposredna konsekvencija usledilo je opadanje strukturnog i tehničkog kvaliteta predmeta. Tako se počelo govoriti o „krizi predmeta”, a neki su stali i da predviđaju nestanak predmeta i da govore o njegovom integritetu u složenije sfere i sisteme.

Objektivno, mi smo dosta daleko od nestanka predmeta, međutim – iako su mnogi aktuelni predmetni elementi već inkorporirani u složenije celovite mehanizme (telefoni, rasveta, kućni elektirčni aparati, itd.) – to ne znači da potrošačka civilizacija neće i dalje biti sklona stvaranju novih „indukovanih potreba” i novih predmeta za zadovoljavanje tih potreba.

Pokušaji samih dizajnera, najsvesnijih i najzreljih, da se suprotstave potrošačkoj klimi, da se pobune protiv neobuzdanih zahteva za novim radi novog, u većini slučajeva bili su osujećeni situacijom na tržištu koja je, opet, uvek u tesnoj vezi sa vladajućim *establišmentom*.

Treba se, dakle, nadati da će, u bliskoj budućnosti, samo delovanje ekonomskih kriza i javljanje drugačijih sociopolitičkih pozicija, zaustaviti, ili, barem, donekle ograničiti neprekidno izbacivanje novih prototipova iz proizvodnje, i stvoriti, znači, više prostora za refleksiju i sazrevanje u dizajnerskom poslu i manju jagmu za novim kod potrošača.

No ipak, međuzavisnost ekonomskih i estetskih činilaca suviše je tesna da bi se moglo pretpostaviti da će doći do razdvajanja ova dva područja. Zato će dizajn i dalje biti uspešan socio–ekonomski pokazatelj, a moći će da se pokaže i kao koristan alarmni signal u situaciji koja bi da se izopači na patološki i abnormalan način.

Moguće je, dakle, da će u bliskoj budućnosti doći do nekih značajnih modifikacija u gledanju na industrijski predmet, u njegovom projektovanju i njegovoj distribuciji.

Podvođenje celokupnog sveta pod slične standarde života te analogne proizvodne ili potrošačke zahteve, verovatno će doprineti sve većoj homogenizaciji ljudskog društva uz nestajanje aktuelnih klasnih razlika i uz slabljenje ili iščezavanje sadašnjih „nacionalističkih” razlika u serijskoj proizvodnji. Nestanak ovih dvaju diferencijalnih elemenata nužno će doneti sa sobom neke suštinske promene i u sektoru serijskog proizvodjenja predmeta. Danas upravo prisustvujemo rastućem širenju nekih tipova industrijalizovane i montažne arhitekture koji su već osvojili sve kontinente i koji će se neumitno sve više generalizovati.

Nešto slično događa se i sa industrijskim predmetom: svedoci smo rastuće homogenizacije nekih proizvoda

(automobila, radio-aparata, televizora, frižidera, itd.) u svim industrijalizovanim zemljama. Nacionalne razlike između ovih proizvoda verovatno će sve više nestajati i zbog međusobne zamenljivosti samih predmeta i njihovih sastavnih i rezervnih delova.

Ali ovde se javlja još jedan fenomen o kome treba povesti računa. Radi se o postepenom „nestajanju” mnogih predmeta koji su usled svog posvudašnjeg širenja izgubili prvobitno obeležje izuzetnosti i prestiža. Hoću da kažem: neki predmeti, kućni *gadgets*, koji su u vreme svog pojavljivanja na tržištu posedovali dimenziju izuzetnosti – i, znači, prestiža – (frižider, aparat za glačanje poda, šivaća mašina, televizor), danas već postaju predmeti dostupni svima te se sve manje odlikuju izuzetnošću.

Publika će, stoga, tražiti da takvi predmeti budu sve više „zgodni” i praktični a sve manje „upadljivi”. Proces *minijaturizacije* nužno će se, dakle, nastaviti i proširiti i na mnoge sektore koji su danas još uvek imuni na njega. Pored toga, sa rastućom građevinskom planifikacijom i planifikacijom raznih kućnih „servisa”; te analognom planifikacijom i standarizacijom mnogih drugih industrijskih „servisa”, možemo očekivati da će se mnogi elementi, danas individualizovani, zauvek „inkorporirati” u šire strukture kao što sam gore naznačio.

Uza sve ovo, treba istaći i suprotnu stranu fenomena; to jest činjenicu koja se tiče nepobedive – i po mom načinu gledanja na stvari, blagotvorne – ljudske želje da se bude različit, da se pobedi standardizacija, da se porazi bezimnost svoje egzistencije i proizvoda kojim se čovek služi. A ta bi se želja mogla lako zadovoljiti ukoliko bi i dalje postojali ručno proizvedeni predmeti.

Na osnovu ovog što sam dosad izložio možemo ustvrditi da će se domen prostiranja dizajna u budućem društvu i dalje širiti, a da to ipak neće voditi eliminisanju onoga što

još uvek nazivamo „umetnošću”. Pojmovi „umetnosti” i dizajna, štaviše, sve više će međusobno zamenjivati svoje pozicije. Mnogim tehnološkim i naučnim sektorima dodeliće se izvesna estetska vrednost, dok će opasti mnoge aktuelne umetničke strukture koje su, objektivno već sada, isključivo „nadstrukturne”, i biće, vrlo verovatno, reaktivirana neka vrsta ručne proizvodnje, bilo u psihopedagoške svrhe, bilo na visokom tehnološkom nivou. A to pokazuje da nije moguće u potpunosti preneti stvaralačke aktivnosti s čoveka na kibernetičke organizme, čak ni kada se – upravo putem njih – budu izvodila nova umetnička dela čijim će stvaranjem samo donekle upravljati čovek.

APENDIKS

RAZVOJ DIZAJNA POSLEDNJIH GODINA U SVETU

Ovde, iz razumljivih razloga, ne možemo određenije govoriti o ličnostima u posljednje vreme aktivnim u oblasti dizajna. Naime – za razliku od drugih umetnosti gde se vrednosni sud, iako subjektivan i neizvestan, ipak može braniti i uzimati kao presudan za pažljivo i strogo selektiranje – ne području dizajna teško je distancirati isključivo tehničku od tehničko–estetske vrednosti, a još teže pronaći istinskog začetnika nekog novog „stila” koji bi bio autonoman i oslobođen od podražavanja i uticaja. S obzirom, zatim, na ogromnu količinu proizvedenih predmeta, uključiv i bezimene, nemoguće je načiniti izbor koji bi pokrio sve pojedinačne proizvode.

Moraću stoga da se ograničim i razmotrim, imajući u vidu dizajn u čitavom svetu, one doista značajne primene, te slučajeve koji sada već ocrtavaju „istorijske etape” u razvoju industrijskog projektovanja.

Vratio bih se prvo na Sjedinjene Države i primetio da ovu zemlju karakteriše, i pre evropskog doprinosa (o razvoju podstaknutom ljudima iz Bauhausa već smo govorili), visok nivo industrijalizacije koji je dao vanredne rezultate, naročito u arhitekturi, još u vreme velikih „arhitekata gvožđa i čelika”, Salivena, Bogardusa, Le Barona Dženija.

Od pionira industrijskog projektovanja shvaćenog u modernom smislu, trebalo bi istaći Valtera Dorvina Tiga (umro 1960), Rejmonda Louija i Henrija Drajfusa. Loui, inače francuskog porekla, stiže u Sjedinjene Države 1919. i od velikog značaja za razvoj američkog stajlinga biće upravo njegovi kontakti sa evropskim idnustrijama iz kojih će crpsti ideje i potom ih primenjivati na američke proizvode.

On je tvorac projekata veoma raznovrsnog niza proizvoda, automobila, vozova, motornih čamaca, frižidera, a poznati su i njegovi radovi iz oblasti pakovanja, od kojih je najtipičniji dizajn za cigarete *Lucky-Stryke*.

Zanimljivo je da su aktivnosti, u oblasti stilizacije, američkih dizajnera, dostigle vrhunac u vreme ekonomske krize '29 (te godine Loui otvara studio u Njujorku a Tig počinje neke od radova u kojima će uspešno primeniti stajling i na automobilske karoserije), kada je severnoamerička industrija shvatila da proizvodi moraju imati bolju kozmetiku ukoliko se želi pobediti nezainteresovanost publike za kupovinu.

Tig se u svojoj dugoj profesionalnoj karijeri bavio raznovrsnim stvarima, kliničkim aparaturama, motornim čamcima, najrazličitijim spravama, zatim stanicama za servisiranje automobila, kao i automobilskim karoserijama. Njegov rad, naročito u razdoblju od 1930. do 1945, predstavljao je jedan od najtipičnijih primera američkog stilskog „manira“.

Sledeći veliki dizajner je Henri Drajfus, savetnik firme *Bell Company* i tvorac mnogih telefonskih aparata, praroditelj svih telefona koji su danas u upotrebi, zatim projektant *Superconstellation G* (1950), parobroda *Independence*, budilnika, termostata, uređaja za gašenje požara, traktora, itd.

U sledećoj generaciji nalazimo nekoliko veoma darovitih dizajnera koji su već pod delimičnim uticajem novih evropskih tokova, ali su i prilično samostalni autori, poput Čarlsa Ejmsa [Charles Eames], poznatog po stolici firme *Miller* napravljenoj od savijene šperploče i čeličnih cevi, po drugim originalnim proizvodima od plastike i drveta, po lampama i brojnim „kartaškim igrama“ te arhitektonskim aplikacijama; Džordža Nelsona [George Nelson], autora mnogih predmeta ali i teoretičara koji se bavio problemi-

ma arhitektonskog i industrijskog projektovanja; te arhitekata, Ejroua Sarinena [Eero Saarinen] (umro 1962), tvorca zanimljivih komada nameštaja, Brojera (koji je radio nameštaj od drveta i metala i projektovao čitav niz električnih lokomotiva) i mnogih drugih koji su poslednjih godina – pre svega preko firmi kao što su *Knoll* ili *Miller* (projekti Bertoje [Bertoia], Brojera, itd.) – osvojili svetska tržišta svojim predmetima za kuću i kancelariju.

U oblasti automobilske industrije u Sjedinjenim Državama javila se sklonost ka proizvodnji veoma upadljivog i komplikovanog tipa karoserije (to se, naravno, ne odnosi na neke izvanredne primere kao što su Louijev *Studenbaker* [1955] i neki noviji modeli „compact cars“ pod uticajem evropskog stila) gde se, nesumnjivo, više vodilo računa o „psihološkoj“ funkcionalnosti, to jest društvenom prestižu, nego o tehničkoj. Zbog toga su neki modeli američkih automobila (*Oldsmobil*, *Chevrolet*, *Dodge*) ubrzo postali tipični eksponenti te sklonosti ili čak pomame, o kojoj sam već govorio povodom stajlinga, da se preterano istaknu isključivo „simbolički“ elementi moći i raskoši kao što su ogromna zadnja krila, teški niklovan delovi, naglašena svetlosna signalizacija i druge reklamne tričarije.

No čini se da je u poslednje vreme – sa pojavom *compact cars* u Americi – ta egzibicionistička tendencija u automobilskom dizajnu počela osetno da opada.

Drugi važni dizajneri – ovde ćemo navesti samo neka od brojnih poznatih imena – su Maler Mank [Muller Munck], Herbert Bejer [Herbert Bayer], Luis Bekvar [Louis Becvar], Šalvoj [J.C. Shalvoy], Džej Doblin [Jay Doblin], Eliot Noiz [Elliot Noyes], Mango [J. Mango], D. Čapman [D. Chapman], Don Defano [Don Defano], Smit [W. Smith], itd.

Ako su tendencije u američkom dizajnu u godinama nakon rata pokazivale preterani zanos stajlingom te neiz-

bežni nedostatak autentičnih formalnih novina koje bi bile i estetske novine, to ne znači da se nešto analogno nije događalo i u evropskim zemljama. Nema nikakve sumnje da su čak i zemlje opštepoznate po umerenosti kao, recimo, skandinavske, ili kao Japan, sa velikom dizajnerskom tradicijom, trpele američki uticaj i učinili svoje proizvode u izvesnoj meri upadljivim i možda previše plastički naglašenim.

Treba reći da se među najumerenije zemlje, kako u oblasti arhitekture tako i dizajna, ubraja i Velika Britanija gde se, upravo zbog veoma rane industrijalizacije, zahtevima publike moglo udovoljiti i proizvodima koji su veoma dugo zadržali svoje uobičajene osobine. Zapravo u ovoj zemlji, u godinama neposredno posle rata, bilo je malo primera preterane i visokoparne stilizacije. Od najuspešnijih ostvarenja engleskih dizajnera pomenio bih barem električne lokomotive Miše Bleka (poznatog i po predmetima za unutrašnje uređenje), nameštaj Robina Deja [Robin Day], Nevila Vorda [Neville Ward], Jana Bradberija [Jan Bradbery], radio-aparate od Bednola [A. Bednall], Vajta [J. White], televizore R. Deja, Tvejsa [Thwaites], električne kućne aparate Dejvida Ogla [David Ogle], Roja Perkinsa [Roy Perkins], metalno pokućstvo od Dejvisa [P.H. Davies], Roberta Kantora [Robert Cantor], itd. Međutim, i u Engleskoj se u poslednje vreme javljaju tendencije prisutne u drugim najrazvijenijim zemljama, i to podstaknute možda baš italijanskim dizajnom. Dve izložbe, održane u Londonu 1955. i 1956, imale su neočekivan uspeh i, počev od tih godina, u Engleskoj su počeli da se vrtoglavo umnožavaju kafe-barovi *all'italiana* u kojima se koristila sjajna mašina za kafu firme *Gaggia* ili lokalnih firmi. Pored toga, u razdoblju od '58. do '60. i britansko automobilsko tržište shvatilo je da publika pokazuje više zanimanja za kontinentalne tipove automobila, pa su tako Englezi pozvali jednog italijanskog dizajnera, Pininfarinu,

da uradi nekoliko projekata za karoserije engleskih automobila (*Morris, Austin, Hillmann*).

Bez obzira što je posleratna Nemačka težila da ispravi nepravde nanese najvećim arhitektama epohe u vreme nacizma, te pokušala da što pre otkloni nedostatke svoje arhitektonske i dizajnerske baštine, ne može se reći da nam je dosad ponudila relevantne rezultate svoje volje za obnovom. Ali zahvaljujući visokom stepenu industrijalizacije, ipak ima dosta prilično dobrih industrijskih proizvoda kod kojih je briga o dizajnu vrlo primetna. Treba istaći proizvode koje je dizajnirao Vilhelm Vagenfeld [Wilhelm Wagenfeld] (mnoge predmete od porcelana, stakla, plastike; escajge, lampe), zatim proizvode firme *Braun* (radio-aparate čiji je dizajner Hans Gugelot [Hans Gugelot], klima-uređaj od Lainga [Laing]), pa escajge Huga Pota [Hugo Pott], časovnik Maksa Bila za *Junghaus*, džepnu lampu od Zibera [P. Sieber], tranzistor Tea Hojslera [Theo Häusler], aparat za ceđenje voća od Eringa [H. Ehring], i veliki broj predmeta čiji su dizajneri Karl Pot [Carl Pott], Rido Buse [Rido Busse], Kersting [W. Kersting], Braun-Feldveg [Braun-Feldweg], Karl Aubek [Carl Auböck], Maldonado, Lefelhart [H. Löffelhardt] i drugi.

Međutim, Nemačka je svoje najvrednije rezultate dala na polju podučavanja dizajnu. Ovde pre svega imam u vidu osnivanje *Hochschule für Gestaltung* (Viša škola za oblikovanje) koju je 1954. otvorila Inge Šol-Ajher [Inge Scholl-Aicher]. Škola je imala fondaciju subvencionisanu od Amerikanaca, a kao prvi upravnik pozvan je švajcarski arhitekta i grafičar Maks Bil. Bil, dobro poznat kao skulptor, grafičar i esejista, i jedan od najmlađih učenika Bauhausa, nameravao je da u Ulm vrati nekadašnji funkcionalistički duh kojim je bila prožeta stara i slavna škola. Na žalost, vremena su se promenila i, nakon sve većih neslaganja sa drugim nastavnicima škole (od kojih ću u pomenuti starog slikara Fordemberge-Gildevarta [Vor-

demberge–Gildewart], grafičara Ajhera, dizajnera Gugelota i kritičara i sociologa Maldonada)), on je bio prinuđen da dá ostavku, prepuštajući upravljanje školom u prvo vreme Maldonadu (koji je težio da razvije pre jezičko–informacione nego plastično–formalističke osnove), a potom kritičaru Gertu Kalovu [Gert Kalow] i docnije grafičaru Otlu Ajheru [Otl Aicher].

Francuska, i pored visokog nivoa industrijalizacije i zainteresovanosti, između ostalog, i za teorijske probleme dizajna (ne zaboravimo da je najveći francuski estetikolog, Etjen Surio [Etienne Souriau], nastavio da se na tragu svog oca Pola bavi dizajnom, i da se za industrijalizovanu arhitekturu i dizajn interesuju brojni drugi ispitivači, P. Frankstel [P. Francastel], M. Difren [M. Dufrenne], R. Uig [R. Huyghe], itd.), nije poslednjih godina donela relevantne strukturne i formalne novine. Izuzetak su neki dizajnerski radovi visokog kvaliteta u automobilske industriji, gde je jedna karoserija kao što je *DS 19 Citroën* doprinela da se preokrenu stvari koje su već dugo bile u stanju stagnacije.

No ipak, zahvaljujući organizaciji *Esthétique Industrielle* (udruženje i časopis koji je osnovao i uređivao Vjeno [Viénot] sve do svoje smrti 1959), u Francuskoj su organizovani mnogi nagradni konkursi, a u godinama posle rata na tržištu su se pojavili razni proizvodi od kojih pamtimone čiji su autori Le Kreze [Le Creuset] (lonci), Gotje [G. Gauthier], R. de la Godline [R. de la Godelinais] (transformatori, metalni predmeti), La Kroa [B. La Croix] (lampe), Menije [T. Meunier] (električni radijatori), Abraam [J. Abraham], De Loz [H. de Looze] (higijenski aparati i nameštaj), Vjeno (električni brijač), i potom: Defrans Filipon [Defrance Philippon], Mot [J. – A. Motte], Gajar [C. Gaillard], Mortje [M. Mortier], Polen [P. Paulin], Enen [J.–C. Hennin], Žizel Peltje [Gisele Pelletier], Dimon [J. Dumond], Gudeman [J. Goudeman], Lelu [Ph. Leloup], Tjar-

ko Menije [Tiarko Meunier], Žan Lis [Jean Luce], i udruženja *Technes*, *Sapac*, *Durand*, itd.

Kvalitet i prestiž skandinavskog nameštaja svuda su dobro poznati. To naročito važi za švedski, danski, finški nameštaj i predmete za kuću koji su cenjeni u čitavom svetu i čak se smatraju za nedostižne. Treba reći da se u ovim zemljama proizvode predmeti na kojima se još uvek mogu pronaći tragovi draži zanatske tradicije: često korišćeni materijali su drvo i keramika ili staklo, a samo u redim slučajevima plastika i metal (pre svega, u Švedskoj). Mnogi od ovih predmeta, iako su osmišljeni za serijsku proizvodnju i podvrgnuti metodama najstrože standardizacije, zadržavaju u izvesnoj meri draž materijala koja evocira njihove zanatske pretke, a ponekad – naročito kod nameštaja – prisutno je i fino doterivanje rukom. No, u svakom slučaju, može se reći da su, po čistoti linije, po odsustvu dekorativnih nadstrukture, mnogi od ovih predmeta nesumnjivo među „najumetničijim” koje nam danas može ponuditi moderna industrija. Od najpoznatijih i najosobitijih umetnika navešćemo Dance A. Jakobsena [Arne Jacobsen] i F. Jula [Finn Juhl], tvorce veoma originalnih komada nameštaja, Fince Tapija Virkalu i Alvara Aalta – koji je, osim što je najveći finški arhitekta, i jedan od najmaštovitijih dizajnera nameštaja i predmeta od savijene šperploče i plastike –, E. Herleva [Erik Herlöv] i T. Olesena [Tormod Olesen], autora serije lonaca *R* od emajliranog livenog gvožđa, jednog od najuspešnijih primera upotrebnog predmeta gde se funkcionalost i artističnost prožimaju. Od Finaca pomenućemo još K. Franka [Kay Frank] (autora porcelanskih predmeta za kuću) i Virkalu kao kreatora prefinjenih serija escajga od metala i od drveta. Od Šveđana koji su se više bavili mehaničkim predmetima (računskim mašinama, aparatima za grejanje) pamtim S. Bernedita [Sigvard Berneditte], A. Bjorna [Acton Bjorn] i Heribertsona [Heribertson]; od kreatora staklenih

i keramičkih predmeta Fince T. Sarpanevu [Tim Sarpaneva] i T. Muonu [Toini Muona], Dance H. Krenhela [Herbert Krenchel] i K. Vedela [Kristian Vedel], Švedanina S. Palmkvista [Sven Palmquist]. Kada je reč o predmetima izrađenim od čelika, navodimo Švedane F. Arstrema [Folke Arström], A. Gilgrena [Arne Gillgren], i Z. Persona [Sigurd Persson]. Tu su još Norvežani G. Korsmo [Grete Corsmo], V. Johanson [Willy Johansson], B. Enge [Björn Engö] (predmeti i nameštaj), J. Hjertholm [Jore Hjertholm], K. Korset [Karl Korseth] (nameštaj), B. Dal [Birges Dahl] (lampe); Švedani S. Lindberg [Stig Lindberg], S.A. Skavonius [S.A. Skavonius], A. Zampe [Astrid Sampe]; Finci E. Rislaki [Eero Rislakki], K. Boman [C. Boman], J. Pelineen [J. Pellinen], itd.

Pozicija japanske industrijske proizvodnje posebno je karakteristična. Poznato je da je ova zemlja uspela da iznadajuće brzo dostigne proizvodni ritam zapadnih zemalja i na tržište izbaci ogromnu količinu proizvoda odličnog kvaliteta s izuzetno konkurentnim cenama. Zanimljivo je, međutim, da je – dok je u zanatskoj proizvodnji sačuvala u potpunosti dobar ukus i originalnost, tako da je današnje japansko zanatstvo među najrazvijenijim i najprefinjenijim – u oblasti dizajna kao čest rezultat prisutno je ropsko podražavanje zapadnih proizvoda bez nekog vlastitog nacionalnog stilskog doprinosa. Ovo važi pre svega za skorije izumljene predmete, radio, televizor, durbin, fotografske aparate, magnetofone, računске mašine, itd. U ovom sektoru na prilično osobit način javili su se stilizovani i *mini-jaturizovani* aparati koji su postali skoro paradigmatični za ovu zemlju. Ako, pak, obratimo pažnju na sektor koji je nekada bio zanatski a danas je u velikoj meri industrijalizovan, moći ćemo da konstatujemo da su mnoge nacionalne osobine uspele da se u celosti sačuvaju. Ovde mislim na rafiniranost i preciznost dizajna nameštaja (čiji su autori Sori Janagi [Sori Yanagi] i Isamu Noguči [Isamu Noguchi],

te Kenzo Tange [Kenzo Tange]) zatim na lampe od Jišide [Yishida], Saita [Saito], Šimazume [Shimazuma], staklene proizvode od Avašime [Awashima], predmete za unutrašnje uređenje od Jamavačija [Yamavachi], Vatanabea [Watanabe], Kenmočija [Kenmochi]; kao i na druge proizvode od Ivasakija [Iwasaki], Kimure [Kimura], Mukaija [Mukai], Nakamure [Nakamura], Šimazua [Šimazu], Jocu-mota [Yotsumoto], itd.

Počeci moderne i svesne aktivnosti italijanskog dizajna poklapaju se u izvesnom smislu sa počecima funkcionalne arhitekture. Kako je u Italiji nedostajala ona industrijska tradicija koja je u ostalim evropskim zemljama, kao što smo videli, vukla korene još iz početka devetnaestog veka, buđenje arhitekture i dizajna dogodiće se tek s velikom bitkom racionalista koja se odvijala na čuvenim predratnim Milanskim trijenalima, a pre svega na Trijenalu iz 1935.

Pre tog vremena industrijski predmeti i same mašine (šivaće, pisaće, parne) još uvek su žrtve kompromisa sa ornamentalnim elementima. Tek se, dakle, u periodu između dva rata može pronaći poneki zapaženi primer: *Lancia Aprilia* iz 1937, elektrovoz *ETR 200* čija je tadašnja (1936) linija bila pokazatelj izvesnog formalnog sazrevanja. Tokom tog razdoblja bilo je i nekih veoma zanimljivih pokušaja u sektoru proizvodnje radio-aparata u vidu komada nameštaja (radio-aparat Fidinijski [Figini] i Polinijski [Pollini] iz 1935, te braće Kastiljoni i Kača Dominioni [Caccia Dominioni] iz 1939. projektovan za firmu *Phonola*). Ali tek nakon poslednjeg rata stiže se stvarna svest o problemu dizajna, i s praktične i s teorijske tačke gledišta.

Neposredno posle rata (to jest, negde '46) praktična nužnost brze ekonomske motorizacije doprinela je pojavi čuvenog motoskutera *Piaggio*, nazvanog *Vespa*, nakon kojeg ubrzo sledi *Lambretta Innocenti*. Ova dva skromna ali maštovita modela (koji će revolucionisati motorizaciju na dva točka i izvan naše zemlje), zajedno sa iskustvima u

oblasti automobila (mislim na čuvene modele kao što su *Aurelia GT*, *Cisitalia* [Pininfarina], itd.), poslužiće kao primer mnogim drugim italijanskim industrijskim granama ukazujući na značaj estetskog faktora za prodaju proizvoda.

Sektor pisanih mašina takođe će tih godina doživeti snažan razvoj – prvo *Lexicon*, potom *Lettera 22*, koje je Nicoli projektovao za *Olivetti*, biće primeri dostojni pamćenja – kao, uostalom, i sektor šivaćih mašina, gde su se pojavile mašine koje su osmislili Nicoli za *Necchi*, Zanuzo za *Borletti*, i, u novije vreme, Mandaroti i Morasunti [Morassunti] za *Solmoiraghi*. Znatan je i razvoj sektora pakovanja plastičnih proizvoda.

Na teorijsko-kritičkom planu prva zapažena manifestacija biće izložba „Forma korisnog” koju su Peresuti [Peresutti] i Beldojozo [Belgioioso] postavili na IX Milanskom trijenalu. Za njom je usledila jedna još značajnija na X trijenalu i potom izložba na XI trijenalu koja je obuhvatila tridesetak najvećih svetskih dizajnera. Tokom X trijenala bio je organizovan i veliki međunarodni kongres o dizajnu na kome su učestvovalе mnoge strane ličnosti poput Maksa Bila, Tiga, Le Korbizjea, Vahsmana, itd. Zatim će biti održana izložba u Londonu (post. Zanuzo i Dorfles) koja će biti veoma uspešna. Pored ostalih proizvoda, na izložbi su izloženi: Fruina [Frua] *Motom*, Zanuzova šivaća mašina *Borletti*, njegova naslonjača *Motom Martingala*, Nicolijeva pisaća mašina *Lexicon*, i brojni drugi zanimljivi proizvodi poput Polijevih staklenih predmeta, tkanina *Isa*, keramičkih predmeta *Ginori*. U to vreme (1956) *Rinascence* je ustanovila i nagradne konkurse (*Compasso d'oro*) na kojima su nagrađeni sledeći proizvodi: ventilator *Atlantic Alcedo*, serija čeličnih tiganja *Sambonet*, plastično vedro *Kartell* od Kolombinija, časovnik *Solari* od Valea [Valle], Majera [Myer] i Provinčalija [Provinciali], vaza od Vjanela [Vianello], nameštaj od De Karla [De Carlo], bojler od Rose-

lija [Rosselli], lapme *Artemide* od Sarfatija [Sarfatti], usisivač od Kastiljonija, i u novije vreme: televizor *Brion-Vega* od Zanuza, mašina za kafu *Cimbali* braće Kastiljoni, sto B. Belinija [B. Bellini], vaza za cveće Serda Astija [Sergio Asti], da navedemo samo najkarakterističnije predmete. Kasnije je (1967) *Compasso d'oro* poveren Adi-ju (Udruženju dizajnera) koji je preuzeo vođenje poslova i organizaciju ovog konkursa. Od predmeta i projekata nagrađenih poslednjih godina pomenućemo sledeće. 1967, alatlika *Auctor* (*Olivetti*) Rodolfa Boneta, Madistretijeva lampa *Eclisse* (*Artemide*), Zanuzov telefon *Grillo* (*Siemens*), prijemnik (*Phoebus*) braće Kastiljoni, lampa *Spider* (*O-Luce*) Džoa Kolomba, istraživanja Enca Marija na polju dizajna; i 1970, elektronski kalkulator (*GE*) od Sotsasa, računska mašina (*Olivetti*) Marija Belinija, *Meteor* (*Orlandi*) od Roselija, naslonjača *Soriana* (*Cassina*) od A.T. Skarpe, Sambonetovi radovi (za *Sambonet*), aparat za mikrofilm (*BCM*) od Boneta.

Naravno, nije moguće ni približno pobrojati sve zapažene predmete proizvedene poslednjih godina u Italiji i inostranstvu. Bolje bi bilo da, na ovom mestu, napravimo osnovni presek aktuelnog stanja dizajna.

Dok je u godinama nakon rata bilo i moguće identifikovati i prilično lako selekcionirati malobrojne primere, značajne bilo u tehničkom ili u estetskom smislu; danas, međutim, vrtoglavo umnožavanje proizvoda prouzrokovano dobrim delom i konsumističkom orijentacijom prisutnom u našoj civilizaciji a naročito u zemljama kapitalističkog Zapada – sve više nas onemogućuje da napravimo bilo kakav izbor u poplavi neprestano izbacivanih predmeta. S jedne strane, nivo dizajna se nesumnjivo podigao; s druge, oseća se pomanjkanje promišljenih i definisanih istraživanja. Veoma često sama svest o efemernosti proizvoda navodi dizajnera da se zadovolji projektom čija je vrednost sumnjiva u tehnološkom i ekonomskom smislu,

ali je plodotvorna u pogledu reklame i, znači, prodaje. Opšta opredeljenost za neku vrstu „enformel” manira pogodila je, na primer, sektor nameštaja, dok je u drugim sektorima minijaturizacija sama po sebi prouzrokovala nestanak predmeta.

Reč je, dakle, o fenomenu koji se često označava kao „kriza predmeta”, a koji se razvija naporedo sa krizom trenutno prisutnom i u arhitekturi. Bez namere i moći da se bavim neizvesnim predviđanjima, smatram da se ovaj period krize može prevazići samo ako se korenito transformiše sadašnji ekonomsko-socijalni sistem.

BIBLIOGRAFIJA

Od osnovnih dela za izučavanje dizajna navodimo:

GIDEON, S., *Mechanization takes Command*, Oxford University Press, 1948 (it. prev., *L'era dela meccanizzazione* Feltrinelli, Milano 1967).

READ HERBERT, *Art and Industry*, London 1934 (it. prev., *Arte e Industria*, sa predgovorom Gilla Dorflesa, Lerici, Milano 1961).

I pored toga:

A History of Technology, prired. Charles Singer, E.J. Hamyard, A.R Hall, 5 voll., Clarendon Press, Oxford 1954–56 sgg.

AHLERS-WESTERMANN, F., *Stilwende*, Berlin 1956.

ARCHER, B., *Systematic method for designers*, Council of Industrial Design, London 1965.

ARGAN, G.C., *Marcel Breuer*, Milano 1955.

– *Walter Gropius e la Bauhaus*, Torino 1951.

ASHFORD, F.C., *Designing for industry. Some aspects of the product designer's work*, Pitman, London 1955.

Atti del Congresso Internazionale dell'I.D., X Triennale di Milano, 1954 (Tekstovi Argana, Pacija, Wachsmanna, Teaguea, Billa, Dorflesa, Pizzorna, itd.).

BANHAM, REYNER, *Theory and design in the first machine age*, The Architectural Press, London 1960 (it. prev., Calderini, Bologna).

– *Design by Choice*, „The Architectural Review”, luglio 1961.

BAYER, H., e GROPIUS, W., *Bauhaus*, 1919–28, Stuttgart 1955.

BEAUDRILLARD, JEAN, *Less système des objets*, Gallimard, Paris 1968.

BERGLUND, ERIK, *Skap redovisning av praktiska krav pabostandens förvarngsmöbler*, Stockholm 1960.

BERNADOTTE, SIGVARD, *Industrial Design. Modern industriell formgivning*, Göteborg 1953, Wezätä, 30 S. (Wezätas Skriftserie, 6).

BILL, MAX, *Die gute Form*, Winterthur 1957.

- *Form. Eine Bilanz über die Formentwicklung um die Mitte des XX. Jahrhunderts*, Werner, Basel 1952, 158 S.
- BLACK, MISHA, *Public interiors*, Batsford, London 1960.
- BRAUN-FELDWEG, W., *Normen und Formen industrieller Produktion*, Ravensburg 1954.
- *Gestaltete Umwelt*, Berlin 1956.
- BUCK, H.C., *Problems of product design and development*, Pergamon Press, Oxford–New York 1963.
- CASTEELS, M., *Die Sachlichkeit der modernen Kunst*, Paris–Leipzig 1930.
- CHAPANIS, A., *Man–machine engineering*, Tavistock, London 1965.
- CHRISTOPHER, ALEXANDER, *Notes on the Synthesis of Form*, Harvard University Press, 1964 (it. prev. *Note sulla sintesi della Forma* Il Saggiatore, Milano 1967).
- CIRIBINI, G., *Architettura e industria*, Milano 1958.
- Congrès international d'esthétique industrielle*, Paris, 14–18. Septembre 1953. Rapport général (dodatak u br. 10–11 tromesečnika „Esthétique industrielle“). Chateaudun, Paris 1954, 206 str.
- Contemporary Danish Design*, Berlingske Bogtrykkeri, Copenhagen 1960.
- CROSSMAN, R.F.W., *Automation and skill*, London 1960.
- Designers in Britain*, 5 voll, prired. H. Spencer, London 1957.
- Design Forecat*, prired. Samuel L. Fahnestock i Laurence S. Sewell, Aluminium Company of America, Pittsburgh, vol. I 1959, str. 61; vol. II 1960, str. 72.
- DEXEL, W., *Hausgerät das nicht veraltet*, Ravensburg 1938.
- *Das Hausgerät Mitteleuropas*, Klinkhardt e Biermann; Braunschweig–Berlin, 1962.
- DI SALVATORE, N., *Rapporti arte industria*, Novara 1958.
- DORFLES, G., *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino 1971.
- *Il disegno industriale*, u „L'Arte Moderna“, vol. XIV, br. 149, Fratelli Fabbri, Milano 1970.
- DREYFUSS, H., *Designing for People*, New York 1935.
- *Designing for People*, Simon and Schuster, New York 1955.
- *Industrial Design, A Pictorial Accounting*, 1929, 57, New York 1958.
- *The measure of man. Human factors in design*, Whitney, New York 1960.
- DREXLER, ARTHUR, *Introduction to twentieth century design from the collection of the Museum of Modern Art*, Doubleday, New York 1959.

- FLOYD, W.F., *Symposium on human factors in equipment design*, Lewis, London 1954.
- Forme nuove in Italia*, Bestetti, Roma 1962.
- FRANCASTEL, P., *Art et technique*, Paris 1958 (it. prev., *L'arte e la civiltà moderna*, Feltrinelli, Milano 1950).
- FRATEILI, ENZO, *Design e Civiltà della Macchina*, Editalia, Roma 1969.
- FUCHS, G., *Ueber die Beurteilung formschöner Industrie-Erzeugnisse*, Essen 1955.
- GARNICH, ROLF, *Konstruktion Design Aesthetik*, 1968.
- GIEDION, S., *Space, Time and Architecture* (it. prev. *Spazio tempo e architettura*, Hoepli, Milano 1954).
- GLOAG, JOHN, *Industrial art explained* (revidirano i prošireno izd.), Allen and Unwin, London 1946.
- GOMRINGER, E., *Max Bill*, Teufen 1958.
- Gran Premio Internazionale*, Il Museo Moderno di New York, 1958.
- GREGORY S.A., *The design method*, Butterworths, London 1966.
- GREENWOOD, DOUGLAS C., *Engineering data for product design*, McGraw–Hill, New York 1961.
- HASSENPFUG, GUSTAV, *Stahlmöbel*, Verlag Stahleisen, Düsseldorf 1960.
- HERBST, REND, *5 années u.a.m. (Union des Artistes Modernes)*. Editions du Salon des Arts Ménagers, Paris 1956. str. 148.
- HERMANT, ANDRÉ, *Formes utiles*, Freal, Paris 1959.
- HERZOG, KURT, *Bewegungsbedarf der menschlichen Gliedmassengelenke bei der Arbeit*, Westdeutscher Verlag, Köln 1953.
- HOEGNER, RUDI, *Funktion, Formgebung, Qualität*, Heidenau 1961.
- HUISMANN, DENIS et GEORGES PATRUX, *L'esthétique industrielle*, PUF, Paris 1961.
- Japan Design Annual*, Japan Design House, Tokyo 1962.
- KERSTING, WALTER MARIA, *Die lebendige Form. Serienmodell und Massenproduktion*, Leonardo–Presse, Berlin–Tempelhof 1931.
- KLIVAR MIROSLAV, *Estetika proumyslové práce*, Ceske Bude jovice, 1968.
- *Technické Vytvarnietvo a jeho estetika*, 1967.
- KNOBLAUGH, RALPH R., *Modelmaking for industrial design*, New York 1958.

KNOLL, K.M., *Index of Contemporary Design*, New York 1954.

KROPFF, H.F.J., *Motivforschung. Methoden und Grenzen*, Girardier, Essen 1960.

LABÒ, M., *Gio Ponti*, Il Milione, Milano 1956.

LASSEN, ERIK, *Ske Kniv og Gaffel. Knives, forks, and spoons*, Host, Copenhagen 1960.

MALDONADO, T., *Le nuove prospettive industriali e la formazione del designer*, Conferenza a Bruxelles, 1958.

– *La speranza progettuale*, Einaudi, Torino 1970.

MARCOLLI, ATTILIO, *Disegno industriale. „Superfici“*, 1961, br. 1–2.

MARKS, R., *The Dymaxion World of Buckminster Fuller*, New York 1960.

MARVIN, PHILIP, *Planning new products. Reprinted from Machine*, Penton, Cleveland 1958.

MENNA, FILIBERTO, *Industrial design. Inchiesta di Filiberto Menna. Quaderni di arte oggi*, Villar, Roma 1962.

MICHELIS, P.A., *E aesthetiké tes architektonikés tou betòn armé*, Athenai 1955.

– *Biomechaniké Aesthetiké kai aferemène tèhne*, Athenai 1959.

Moebel, Hatje, Stuttgart 1961.

MOHOLY-NAGY, L., *Vision in motion*, Theobald, Chicago 1961, 26 S.

MOLES, ABRAHAM, *Objet et communication*, u „Communications“, 13, 1969.

MORGAN, C.T., *Human engineering guide to equipment design*, McGraw, New York 1963.

MORPURGO TAGLIABUE, G., *L'esthétique contemporaine*, Marzorati, Milano 1960.

MUMFORD, L., *Art and Technics*, Columbia University Press, New York 1952 (it. prev., *Arte e tecnica*, Comunità, Milano 1967).

MUNDT, E., *Art Form and Civilization*, Berkley-Los Angeles 1952.

NELSON, GEORGE, *Chairs*, Whitney Publications, New York 1953.

– *Storage*, New York 1954.

– *Chairs*, New York 1954.

– *Problems of design* Whitney, New York 1957.

NELSON, GLENC C., *Ceramics, a comprehensive studio guide*, Holt, New York 1960.

NERVI, P.L., *Costruire correttamente*, Hoepli, Milano 1955.

NEUE, MÖBEL, Bd 5. Hatje, Stuttgart 1960.

PENRAAT, JAAP, *A dialog on design*. (Produced by Jaap Penraat Associates). New York o. J.: Chopp printing specialities.

PEVSNER, N., *Pioneers of Modern Movement*, London 1936 (it. prev., Calderini, Bologna 1963).

PFANNSCHMIDT, ERNST ERIK, *Metallmöbel*, Hoffmann, Stuttgart 1960, 160 S.

PRAK IR. e LUNING, N., *Industriële Vormgeving*, Scheltema e Holkema, Amsterdam 1957.

Premio per l'estetica del prodotto, Rinascente, Milano 1958.

RAND, PAUL, *Thoughts on design*, Wittenborn, New York, 1951.

RUSSELL-CLARKE, A.D., *Copyright in Industrial Design*, Sweet e Maxwell, London 1960.

SCHNECK, ADOLF G., *Neue Möbel vom Jugendstil bis heute*, Bruckmann, München 1962.

School furniture, London 1962.

SIMONDON, G., *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris 1958.

SINAIKO, WALLACE, *Selected papers on human factors in the design and use of control systems*, Dover Publ., New York 1961.

SPADOLINI, P., *Progettazione artistica per l'industria* (skripta), Firenze 1960.

– *Design e Società*, Le Monnier, Firenze 1969.

STARR, M. K., *Product design and decision theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs (N.J.) 1963.

Syllabus for the study of professional practice in commercial and industrial design, deo I, Society of Industrial Artists, London 1959.

TEAGUE, W.D., *Design this Day*, New York 1959.

TEDESCHI, PAOLO, *Disegno industriale*, Calderini, Bologna 1965.

TEIRLINCK, H., *Henry van de Velde*, Bruxelles 1959.

THUMA, J.A., *Schönheit der Technik, die gute Industrieform*, Stuttgart 1955.

TSCHUDI MADSEN, S., *Sources of Art Nouveau*, Oslo 1956.

Uppercase, 5. Theo Crosby. Whitefriars, 1961.

VAN DE VELDE, H., *Zum neuen Stil*, München 1962 (it. prev., *La mia vita*, Il Saggiatore, Milano 1967).

- *Geschichte meines Lebens*, Piper, München 1962 (it. prev. *La mia vita*, Il Saggiatore, Milano 1966).
- VAN DOREN, HAROLD, *Industrial design. A practical guide to product design and development*, 2nd, Edition, McGraw-Hill, New York – Toronto – London 1954 (1^a ed. 1940).
- VERHOEVEN, NICO, *Doelmatigheid van industriële vormgeving*, Amsterdam 1962.
- VERONESI, GIULIA, *Stile 1925*, Vallecchi, Firenze 1966.
- VIÉNOT, J., *La république des Arts*, Paris 1940.
- *Les Problèmes de l'Esthétique Contemporaine*, „Revue d'Esthétique”, 2, 1954.
- WACHSMANN, K., *Wendepunkt im Bauen*, Wiesbaden 1959 (it. prev., Il Saggiatore, Milano 1960).
- WAGENFELD, WILHELM, *Vesen und Gestalt der Dinge um uns*, Potsdam 1948.
- WELFORD, A.T., *Ergonomics of automation*, Her Majesty's Stationery Office, London 1960.
- WIESER, WOLFGANG, *Organismen, Strukturen, Maschinen*, Fischer-Bücherei, Frankfurt 1959.
- WILLAMORE, A.W., *Product development and design*, Pitman, London 1950.
- WINGLER, HANS M., *Das Bauhaus. 1919–1933 Weimar, Dessau, Bramsche, Köln, DuMont Schauberg*, 1962.
- World Design Conference, 1960*. Bijutsu Shuppan-sha, Tokyo 1962.

REČNIK

Adi: skraćenica za Udruženje dizajnera osnovano u Milanu 1956, kada je, po prvi put, kao službeni termin usvojen izraz „*disegno industriale*” kao prevod engleskog termina „*industrial design*” (v.).

Industrijalizovana arhitektura: vrsta arhitekture gde su neki ili svi sastavni elementi (obično „montažni”) industrijski proizvedeni. Ne bi je trebalo uključiti u oblast dizajna, izuzev kada se radi o nezavisnim elementima pod uslovom da nisu vezani za zemljište (delovi vrata i prozora, *curtain walls*, klimatizacija, itd.).

Analiza tržišta: analitički metod koji ima za cilj da odredi učinak i kvalitet jednog proizvoda i mogućnosti njegovog prihvatanja i prodaje pomoću statističkih metoda i motivacijskog ispitivanja potrošača i organa distribucije.

Kompleksnost:

– *funkcionalna*: odnosi se na tip i broj operacija koje se mogu izvesti jednim predmetom (na primer, automobil poseduje četrdesetak „funkcija”; upravljanje, brzina, osvetljenje, vrata, itd.).

– *strukturna*: odnosi se na broj delova upotrebljenih pri sklapanju proizvoda (automobil ima oko petnaest hiljada delova koji su raznih strukturnih tipova).

Funkcionalna kompleksnost je statistička veličina raznih načina upotrebe proizvoda; dok se *strukturna* sastoji u raznolikosti repertoara sastavnih elemenata.

Potrošnja:* fenomen na kome je zasnovana „potrošačka civilizacija” koja razvija „konsumizam” kao posledicu uticaja izvršenog putem reklamnih kanala na uživaoca, a sa ciljem da se potrošnja i potražnja neprestano uvećavaju. Konsumizam uzrokuje *opsolescenciju* (v.) (tehničku i estetsku) proizvoda i stimuliše, kod publike, neprestano stvaranje novih „indukovanih potreba”:

Kozmetika: vidi *styling*.

Design: jednako „projektovanje putem nacрта”. Često se upotrebljava umesto *Industrial Designa*, a može se podeliti na nekoliko podvrsta:

- *Visual*: obuhvata sve vrste projektovanja koje su u vezi sa grafikom, tipografijom, *letteringom*, fotografijom, kinematografijom, crtanim filmom.

- *Product*: projektovanje upotrebnih predmeta, praktično isto što i *industrial design*.

- *Interior*: arhitektura enterijera.

- *Shelter*: projektovanje prostora za stanovanje.

* Zavisno od situacije, italijanski termin „consumo” preveden je kao „trošenje” ili kao „potrošnja”. U svojoj *Pohvali disharmoniji* (Svetovi [Bratstvo–Jedinstvo], Novi Sad, 1991, str. 169), Dorfles, govoreći o tekstu, navodi dva značenja ovog termina: 1) „kao mogućnost korišćenja određenog teksta u pogledu njegove difuzije, njegove popularnosti, njegove generalizacije”; i 2) „kao habanje, entropijska degradacija samog teksta, tj. kao gubitak njegovog informativnog kapaciteta”. *Prim. prev.*

- *Industrial*: (Industrijski dizajn) engleski izraz koji znači „industrijsko projektovanje” a menja se zavisno od jezika: *esthétique industrielle* u francuskom, *Industrielle Formgebung* ili *Produktgestaltung* u nemačkom, *Industrielle Vormgeving* u holandskom. Ni u slovenskim jezicima ne postoji zajednički termin: u hrvatskom *industrijsko oblikovanje* (ovaj izraz upotrebljava se i u srpskom, *prim. prev.*), što odgovara nemačkom *Industrielle Formgebung*; u češkom *technické výtvarnictvo*; u ruskom *tehničeskaja estetika*, što odgovara francuskom *esthétique industrielle*; zatim, *designer* se u hrvatskom prevodi kao „dizajner” (takođe i u srpskom, *prim. prev.*), u slovenačkom kao „oblikovalec” (tj. „oblikovalac”, „gestalter”), u ruskom *hudožnik–konstruktor* (tj. slikar–konstruktor). U italijanskom, kao što je poznato, ne postoje dva izraza – kao u engleskom *design* i *drawing*, odnosno u španskom *diseño* i *dibujo* – tako da se reč „*diseño*” često zamenjuje engleskom reči *design*.

- *Total*: ovaj izraz označava projektovanje koje se bavi svim sektorima jednog složenog proizvoda (preduzeće, hotel, veliki magazini) gde je dizajn zasebnih predmeta potrebno uskladiti sa grafičkim dizajnom i arhitekturom zgrada u sklopu tog kompleksa. *Totalni dizajn* spada u domen *corporate imagea* (itl. *immagine coordinata*, *prim. prev.*) jednog proizvoda, ili jednog preduzeća.

Izvršni dizajn: tehnički crtež koji pruža informacije i detalje neophodne za proizvodnju nekog predmeta ili mehanizma.

Amblem: znak čija veza sa referentom dostiže najviši nivo institucionalizacije. Amblemom se može smatrati i „marka” fabrike.

Ergonomija (engleski izraz je „*ergonomics*“, američki „*human engineering*“): disciplina koja se bavi izučavanjem odnosa između čoveka i mašine (nekada poznata pod imenom „*psihotehnika*“) i svim elementima koje dizajner treba da uzme u obzir pri projektovanju predmeta, a naročito mašina, kako dobijeni rezultat ne bi bio u koliziji, u fiziološkom i psihološkom smislu, sa ljudskim organizmom.

Funkcionalizam: pravac u arhitekturi koji funkciju smatra za najvažniji element pri određivanju forme u arhitekturi i dizajnu. Prema funkcionalizmu, forma predmeta (ili zgrade) proizlazi isključivo i neposredno iz njegove funkcije. Danas, kada je period njegove apsolutne dominacije prošao, funkcionalizam je u osetnom opadanju.

Grafika (ili *graphic design*): dvodimenzionalno projektovanje za razliku od trodimenzionalnog koje imamo u industrijskom dizajnu. Prema nekim autorima, grafiku ne bi trebalo uvrstiti u industrijski dizajn zbog njene dvodimenzionalnosti. Grafika je, zapravo, veoma često sastavni deo složenog projektovanja – u oblasti *packaginga* (pakovanja), pri analizama koje se tiču saobraćaja, transportnih sredstava, ili određivanja *corporate imagea* – i tada se s punim pravom može uključiti u *industrial design*.

ICSID: skraćenica za *International Council of Societies of Industrial Design*, to jest međunarodnu ustanovu u koju se ulivaju razna svetska udruženja za industrijski dizajn.

Pakovanje (*packaging*): projektovanje ambalaže za industrijski proizvedene predmete, spada i u grafiku (*graphic design*) i u *industrial design*.

Corporate image (itl. *immagine coordinata*, prim. prev.): vidi *Totalni dizajn*.

Lettering: grafičko projektovanje slova alfabeta da bi se dobio odgovarajući estetski i reklamni efekat.

Logotip (*Logtype*): fabrički žig koji, pored posebne grafičke predstave, sadrži i slova naziva preduzeća ili proizvoda.

Model (model prototip): element na kome se zasniva određena serija industrijski proizvedenih predmeta i koji poseduje: „u najvećoj mogućoj meri onaj skup osobina koje se smatraju neophodnim da bi se on (model, prim. prev.) mogao upotrebiti za uzimanje uzorka, ili koje mogu poslužiti kao primer za izvršne serijske procese, a nastalih kombinacijom ili sklopom standardizovanih elemenata“ (upor. G. Ciribini, *Architettura e Industria*, Milano, 1959). Mogućnost beskonačnog umnožavanja određenog modela javlja se s pojavom mašine, nakon čega se ustanovljuje pojam „standarda“ (ili *norme-uzorka*).

Motivacija: vidi *Potrošnja*.

Opsolescencija: (vidi *Potrošnja*) ovaj termin upotrebljavao se u Americi (*obsolescence*) samo u tehničkom i tehnološkom smislu, ali je kasnije dobio i značenje „trošenja“ (*consumo*) – na nemačkom: *Verschleiss*, na španskom *desgaste* u estetskom smislu. (upor. Gillo Dorfles, *Simbolo Comunicazione Consumo*, Einaudi, Torino, 1963).

Packaging: vidi *Pakovanje*.

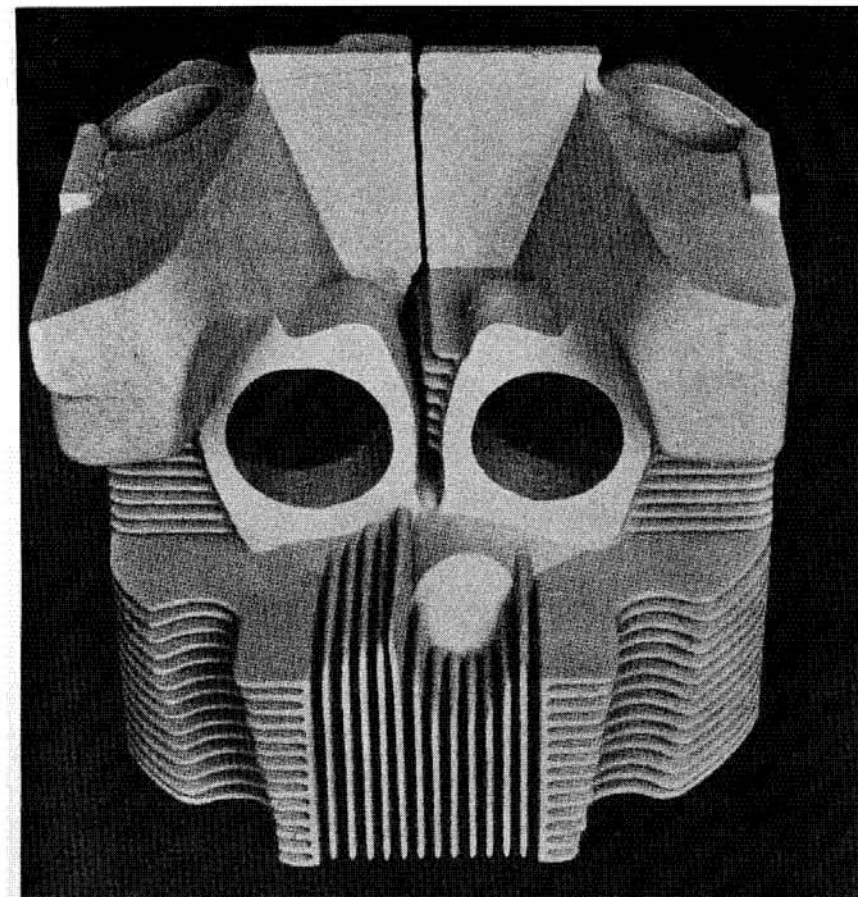
Programirana umetnost: vrsta vizuelne umetnosti koja se projektuje i izvodi na način analogan metodima u industrijskom dizajnu.

Re-dizajn: projektovanje *ex novo* već postojećeg proizvoda delimičnim korišćenjem ranijeg dizajna i usavršavanjem njegovih tehničkih i formalnih osobina. Ako se re-dizajn svodi samo na spoljašnji i formalni aspekt, onda on spada u stajling.

Serija (vidi *Model*): jedan od bazičnih principa u proizvodnji predmeta na osnovu industrijskog dizajna. Serija predviđa mogućnost ponavljanja određenog modela i potpunu identičnost primeraka.

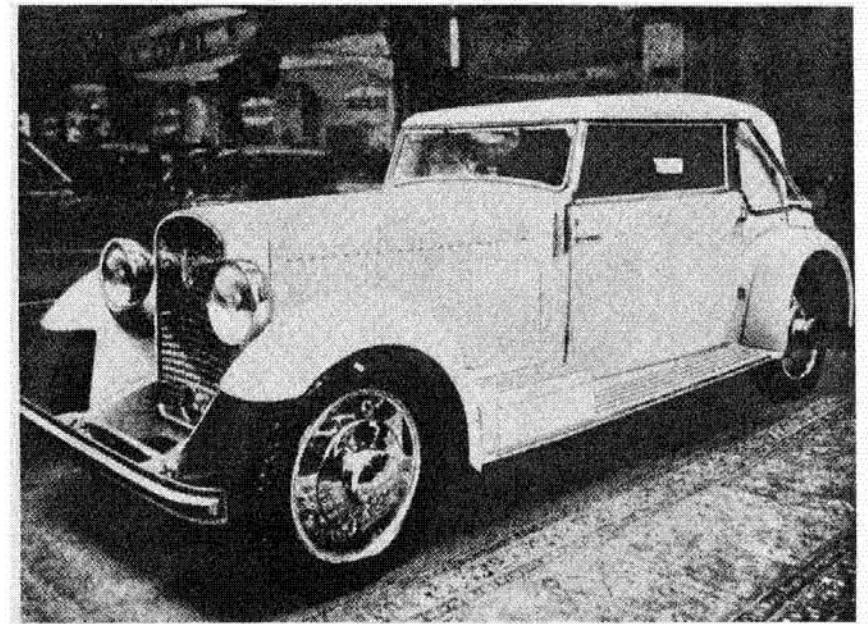
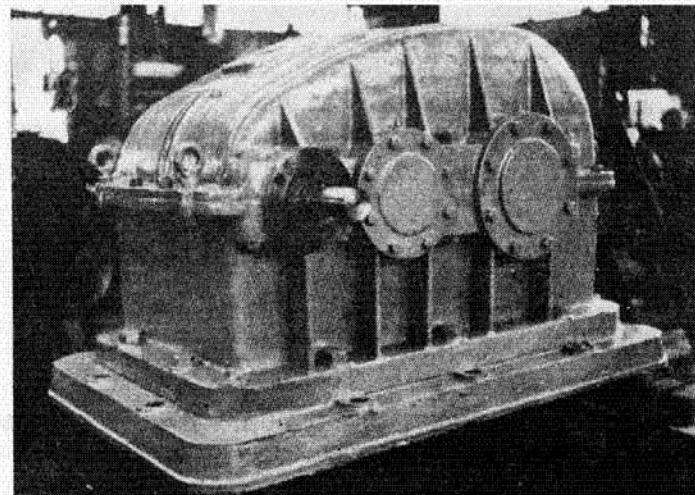
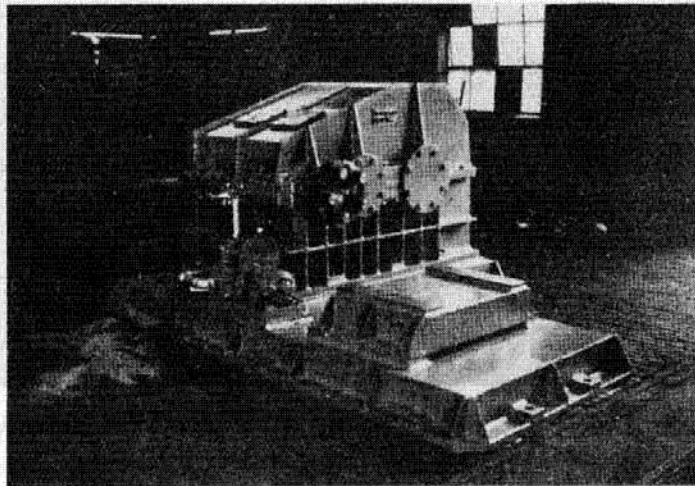
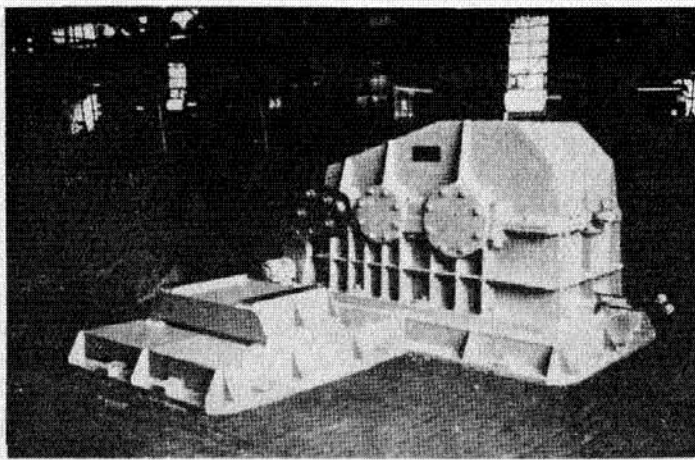
Styling: projektovanje koje se ograničava na puku formalnu modifikaciju predmeta neuslovljenu nekim tehničkim ili naučnim razlogom, već samo namerom da se poveća „draž” proizvoda i pospeši njegova prodaja.

Analiza vrednosti: tip analize funkcionalnih osobina proizvoda koji ima zadatak da „optimizira” korisnost i minimizira troškove.



1. Cilindarska glava, proiz. Hansel-Werke, Meßede 1955.

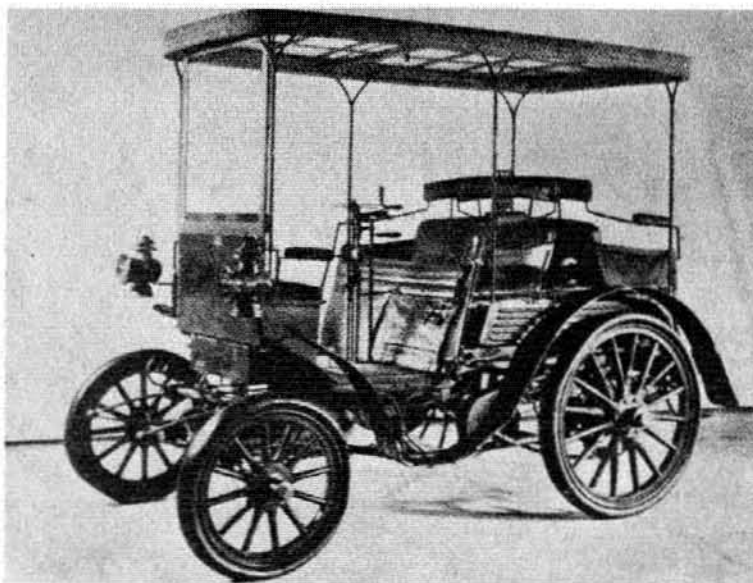
Skoro antropomorfan i sasvim slučajno postignut izraz ovog tipično funkcionalnog mehaničkog elementa, paradigma je za čitav jedan sektor dizajna.



5. Automobil Adler. Diz. Valter Gropijus, 1929–31. Proiz. Adler-Werke.

2–4. Reduktor brzine. Diz. ing. Pablo Tedeski. Proiz. Industria Meccanica, Buenos Aires.

Dvostepeni reduktor s cilindrično-zavojnim zupčanicima. Obratite pažnju na kućište od lima od valjanog čelika i delova od livenog čelika spojenih električnim zavarivanjem zbog čega oblik kućišta ima istaknute ivice. Na slici 4 rebra su od livenog gvožđa. Neke formalne osobenosti (kao zaokruženost poklopca) prouzrokovane su zahtevima livenja i govore o podvrgavanju forme tehničkim zahtevima.



6. Automobil Benz „Dos à Dos”. Proiz. Daimler Benz A.G. Štuttgart
Untertikhajm 1899.

Ovaj čuveni automobil „uzima na zajam” formu koja je pripadala starim kočijama, i zato je semantički apsurdan. Ništa ne ukazuje na novu karakteristiku autonomne pokretljivosti.

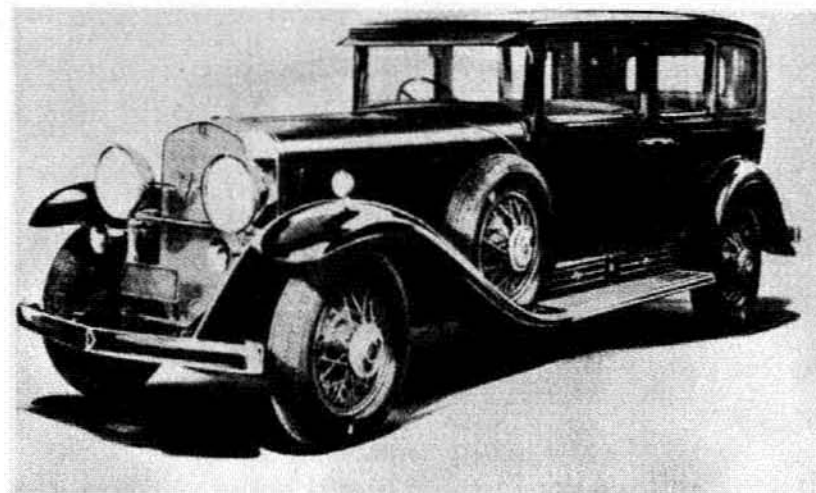
7. Čuveni „Ford T” iz 1909.

Ukrasni delovi su od mesinga. Iako se još uvek inspiriše starim landauerom, na poklopcu motora prisutan je prvi element semantizacije autonomnosti vozila. Počinje lančana proizvodnja.

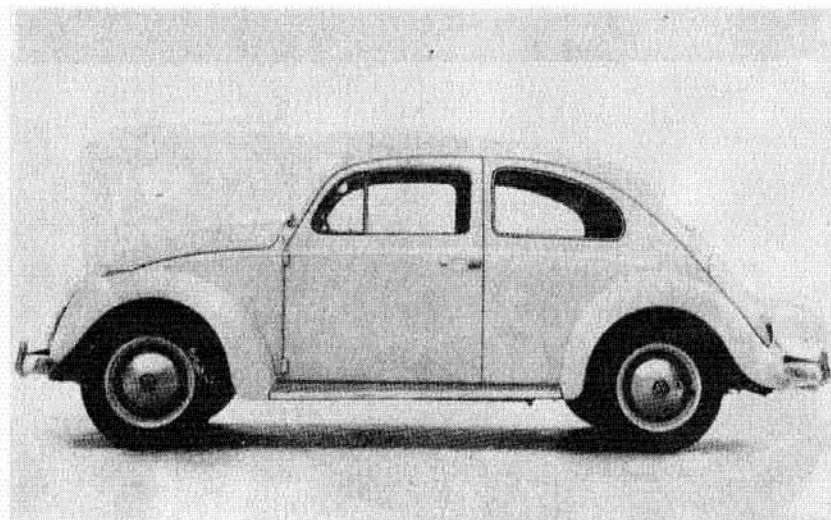
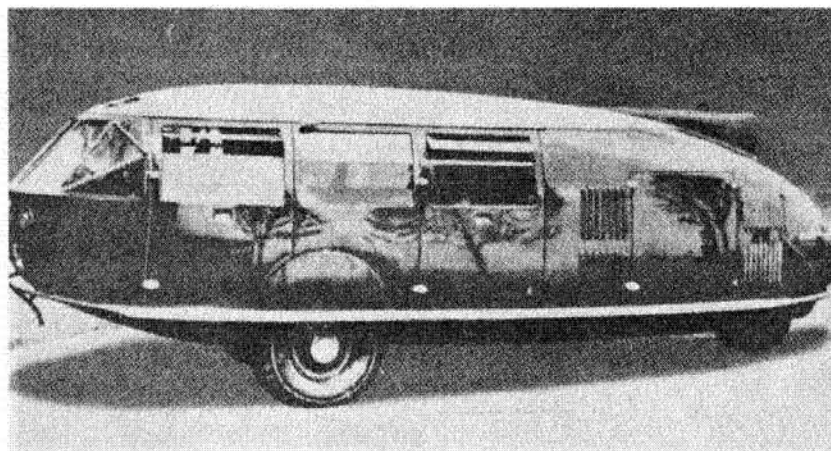


8. Rolls-Royce „Silver Cloud III”, 1962.

Poklopac motora jedinstven je primer zadržavanja jednog posve prevaziđenog oblika isključivo radi simboličke svrhe „prestiza”. Pogledajte kako su apsurdno s čela ubačena četiri fara koja kolima oduzimaju „uzvišenost” postignutu prethodnim dvama farovima.



9. Automobil Cadillac. Diz. Harli Erl [Harley Earl], 1930.

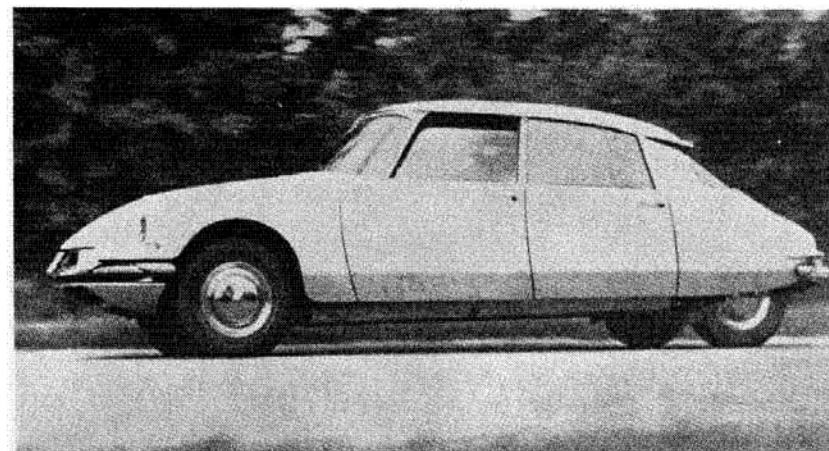


10. Automobil „Dymaxion Car“. Diz. Bakminster Fuller, 1933.

Jedan od prvih pokušaja da se napravi automobil aerodinamičnog oblika u vreme kada je dizajn karoserije bio još uvek tradicionalnog tipa. Bakminster je osmislio svoje vozilo kao omnidirekciono prevozno sredstvo. Dva prednja točka su pogonska, dok je poslednji služio kao upravljač. Vozilo je trebalo da ima klima-uređaj, dovode za vazduh i zadnje periskope.

11. „Volkswagen“ Limousine. Proizv. Volkswagenwerk, Wolfsburg, 1938.

Predstavlja jedan od retkih ozbiljnih pokušaja da se pobedi opsolescencija forme posredstvom tehničkog usavršavanja, po cenu da se žrtvuje estetski, i delom ergonomijski, kvocijent predmeta.

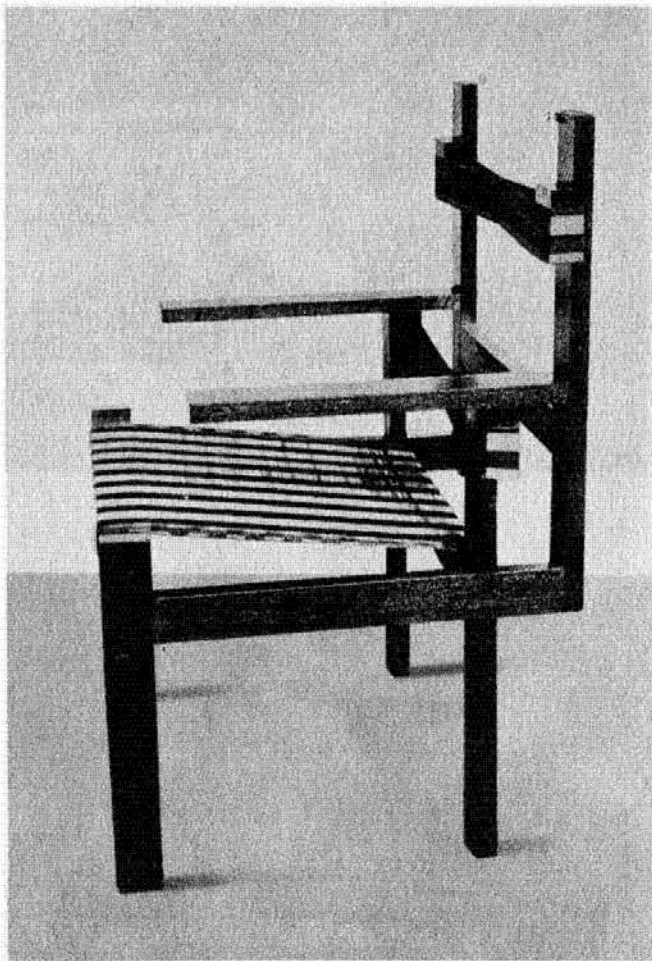


12. DS 19. Proiz. Citroën, 1956.

Kada se pojavio, načinio je pravi preokret u ukusu publike. Oblik koji izaziva manji otpor vazduha, uprošćenost montažnih delova što olakšava popravke, poseban sistem opruga, jednožbični volan, sedišta od lake gume – samo su neke od pojedinosti za koje se pobrinula francuska firma.

13. „Vespa 50“. Proiz. Piaggio.

Odmah posle rata „Vespa“ – motoskuter italijanske proizvodnje – predstavljao je revolucionarni element na polju individualne motorizacije. Razlikujući se sasvim od prethodnih motocikla, Vespa objedinjuje u sebi neke osobine automobila i bicikla. Karakterističan rezervoar, istovremeno oslonac sedišta, ovijajuća linija koja nudi veću zaštitu od vetra, pozicija sedišta te naslona za noge koji je potpuno drukčiji od naslona na motociklu – čine da ovaj skuter bude jedan od najosobitijih primera prožimanja socio-ekonomskih i tehničko-estetskih motivacija poslednjih godina.

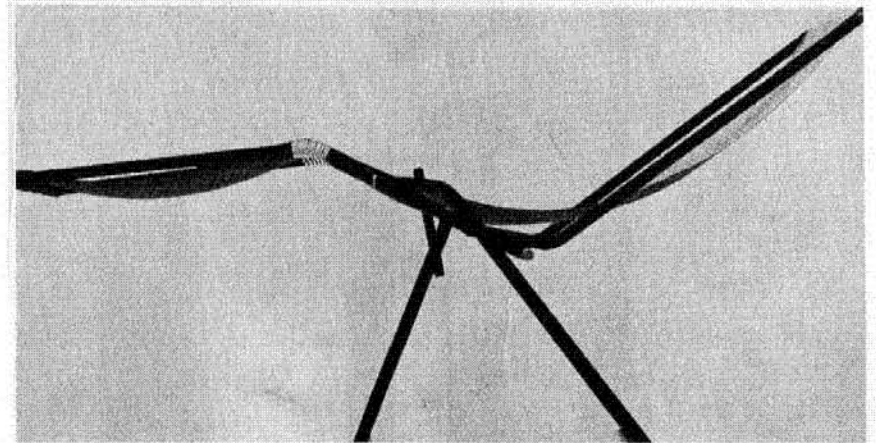
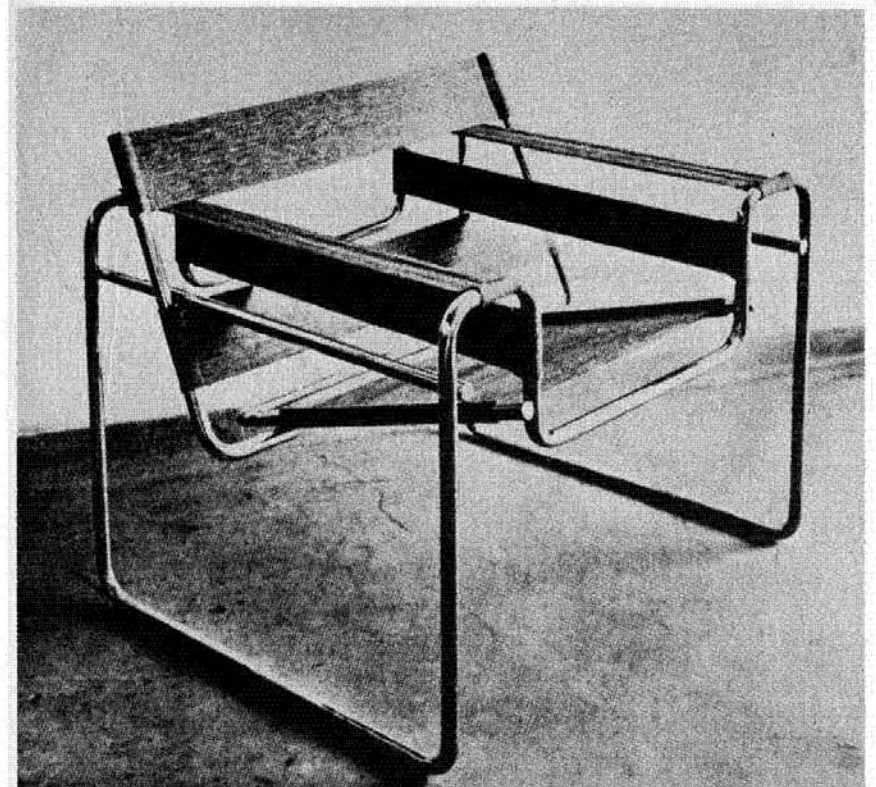


14. Naslonjača od drveta.
Diz. Marsel Brojer, 1922.

Sada već istorijski primerak stolice koja nosi obeležje „stila” iz neoplastičkog razdoblja.

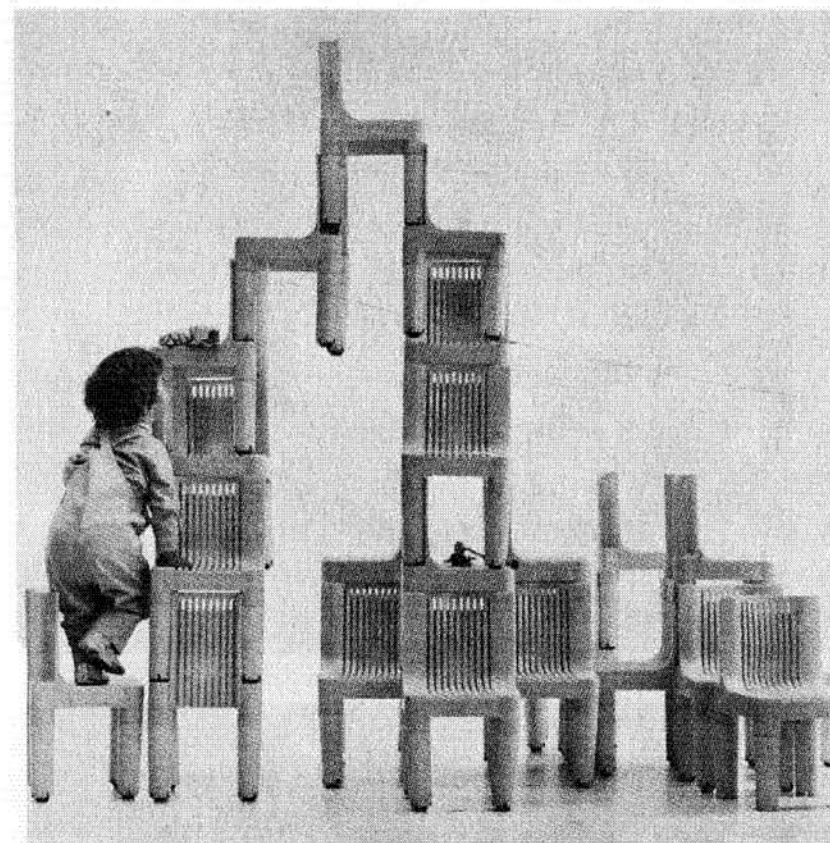
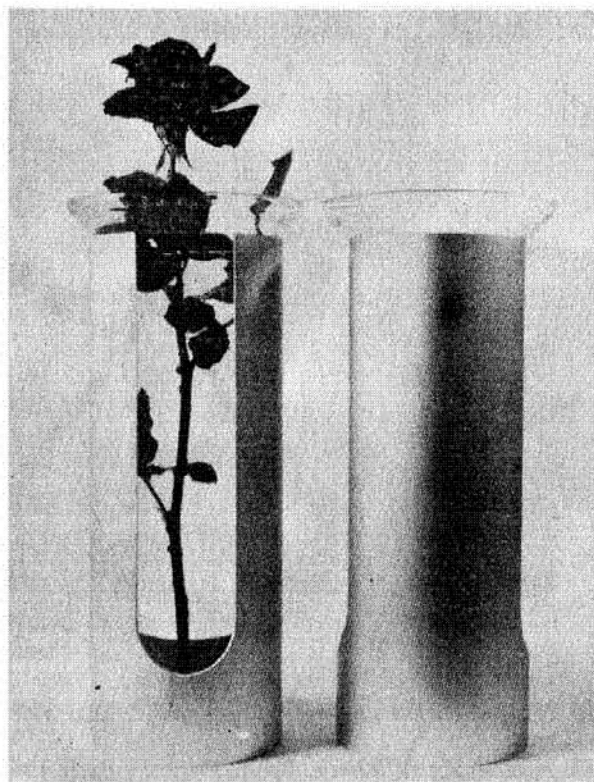
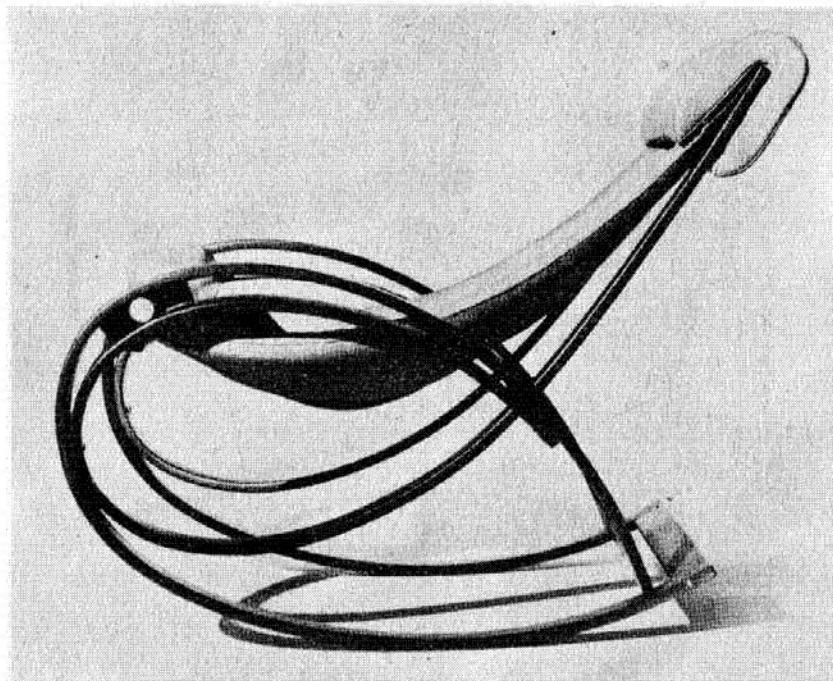
15. Stolica Tugendhat. Diz.
Mis. van der Roe, 1930.

Nastala skoro u isto vreme kad i *Barcelona*; premda manje slavna od nje, ova stolica pokazuje jedan od prvih pokušaja primene savijenih metalnih šipki.



16. Naslonjača od savijene cevi „Wassily”. Diz. Marsel Brojer, 1925.

17. Naslonjača za ležanje. Proiz. Prisunic, Pariz 1962.



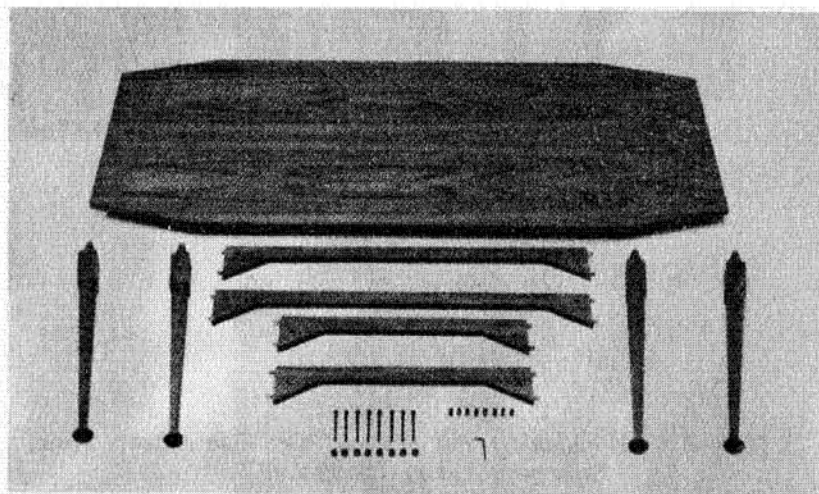
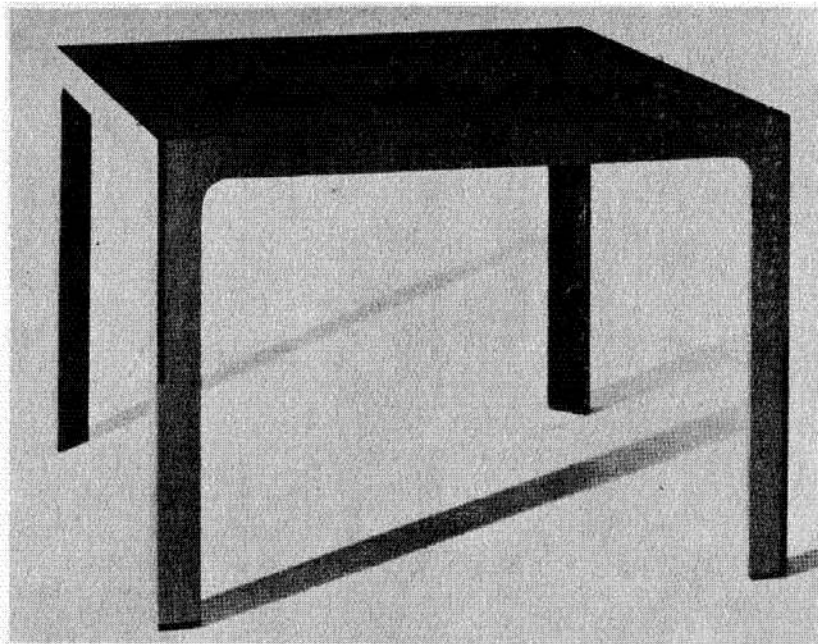
18. Naslonjača za ljuljanje model „Sgarsul”. Diz. Gae Aulenti. Proiz. Poltronova Aljana (Pistoja) 1961.

Izrazit primer novih mogućnosti modelovanja savijenog drveta pri serijskoj izradi proizvoda.

19. Vaza za cveće. Diz. Enco Mari. Proiz. Danese, Milano 1960.

Sastavljena od omotača bez dna koji nosi sud od stakla koji se može izvući. Otvori i iseći na omotaču čine dostupnom oku unutrašnjost i ističu je. Obratite pažnju na efekat koji se ovim postiže.

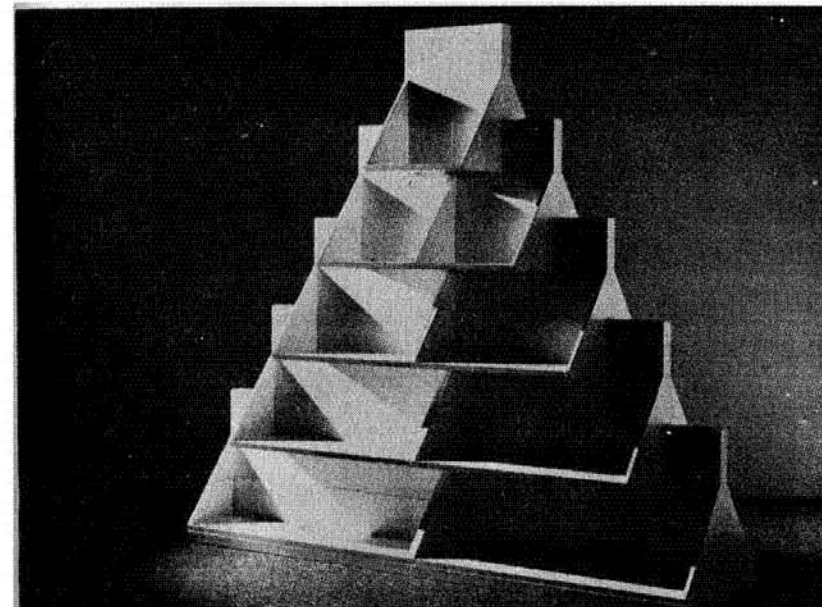
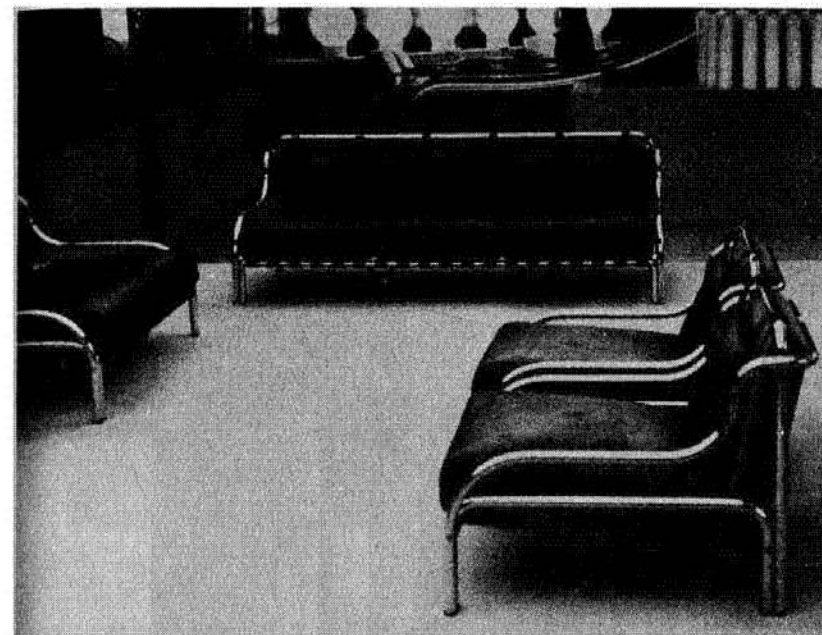
20. Stolica za decu. kol. R. Sapper. Diz. Marko Zanuzo. Proiz. Kartell, Milano 1964.



21. *Sto za obedovanje, igru i učenje.* Diz. Mario Belini [Mario Bellini].
Proiz. Sandro Pedretti, Marijano Komense 1962.

Dobio je nagradu *Compasso d'oro* 1962. zahvaljujući ostvarenoj strukturi koja se zasniva na elastičnosti elemenata i prevazilazi tradicionalnu koncepciju stola sastavljenog od ploče, pojasa i nogara.

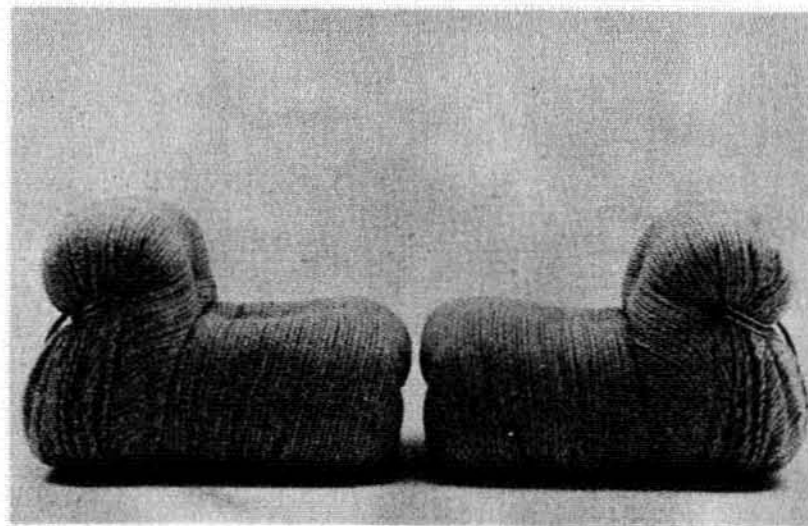
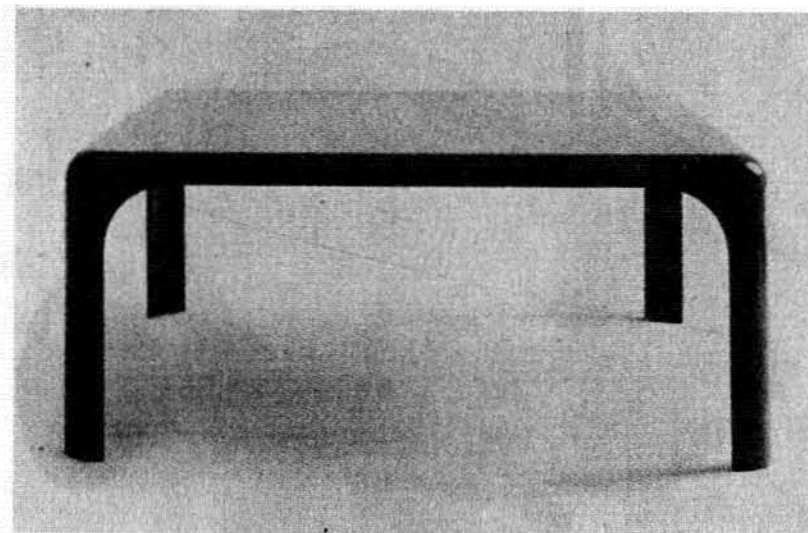
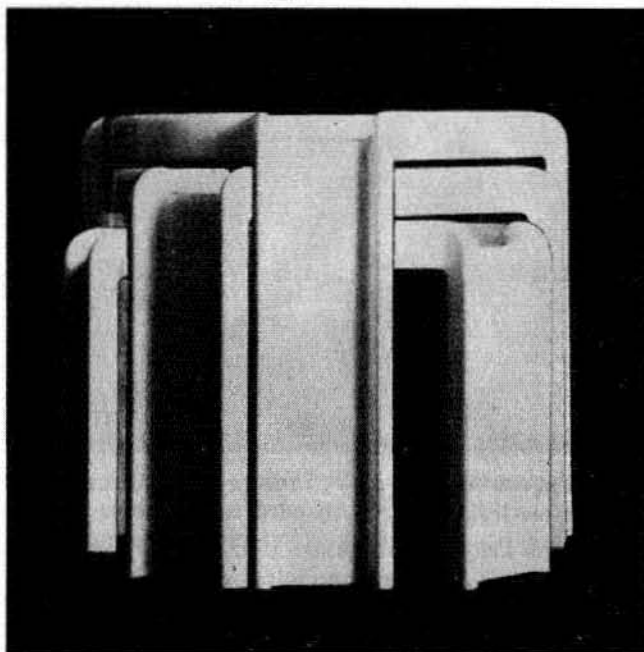
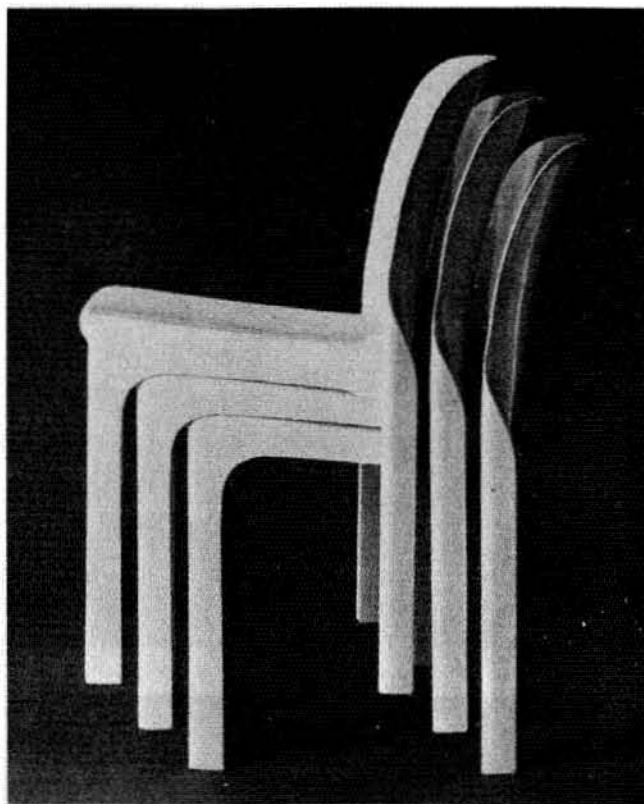
22. *Sto stalak.* Diz. Franko Albini [Franco Albini] i Franka Helg [Franca Helg]. Proiz. Poggi, Pavija.



23. *Kanabe, naslonjača, serija „Stroinga“.* Diz. Gae Aulenti. Proiz. Poltronova, Aljana (Pistoja) 1966.

24. *Montažni delovi za biblioteku.* 1969. Diz. Ugo La Pietra [Ugo La Pietra].

Slaganjem i uglavljivanjem montažnih delova dobijaju se složene forme koje vrše funkciju „biblioteke“ s dva naspramna lica.



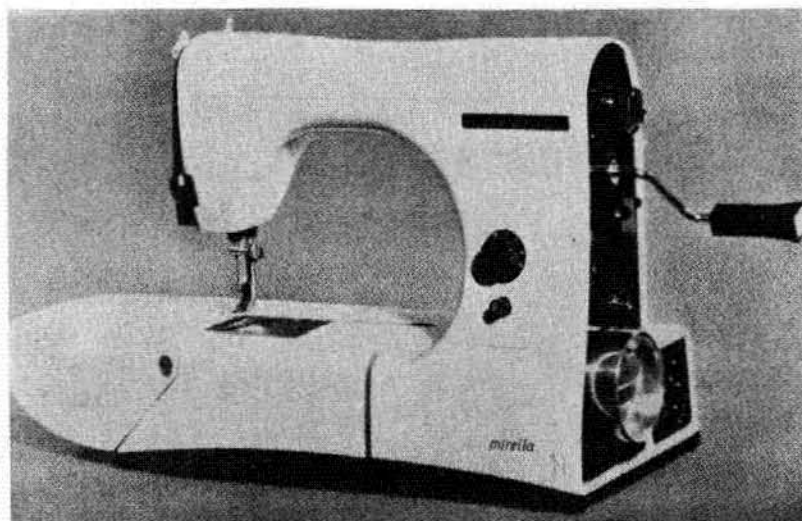
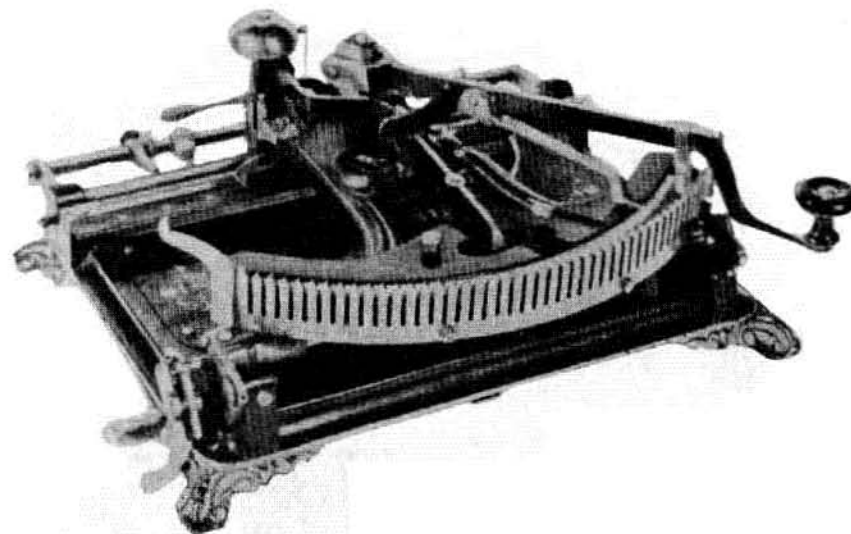
25. Stolica „Selene”. Diz. Vico Magistretti. Proiz. *Artemide*, Milano 1971.

26. Stočići. Diz. Đoto Stopino [Giotto Stoppino]. Proiz. *Kartell*, Milano 1969.

Ova serija stočića napravljenih u tri dimenzije nudi široke mogućnosti upotrebe a zauzima veoma malo prostora, jer se tri elementa mogu složiti jedan na drugi.

27. Sto. Diz. Vico Magistretti. Proiz. *Artemide*, Milano 1969.

28. Naslonjača „Soriana”. Diz. Afra Tobija Skarpa. Proiz. *Cassina*, 1970.

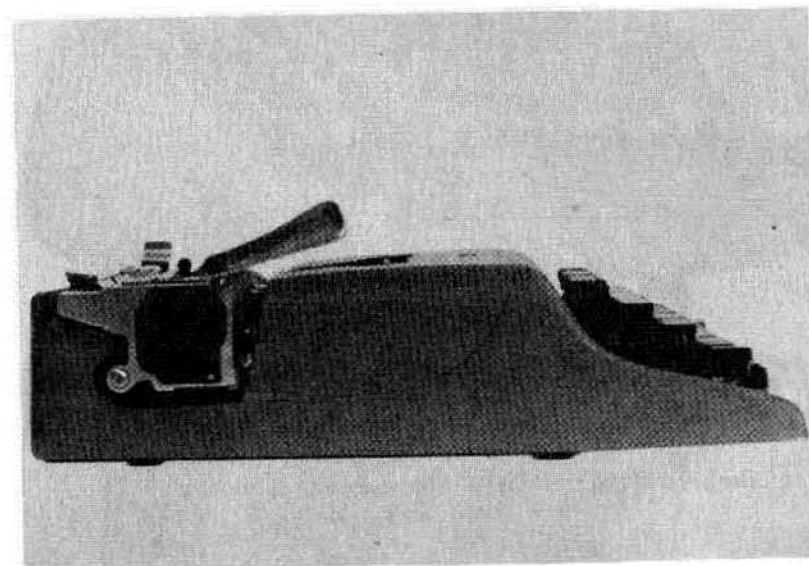


29. Vilkoksova [Wilcox] i Gibsova [Gibbs] šivaća mašina, 1860.
(Smithsonian Institute, Vašington).

Bazirana na principu rotacione kuke. Za razliku od drugih mehanizama za kućnu upotrebu, već u početku imala je formu izvedenu neposredno iz funkcije i nije nalikovala nekim ranijim predmetima.

30. Šivaća mašina „Mirella”. Diz. Marčelo Nicoli. Proiz. Necchi,
Pavija 1957.

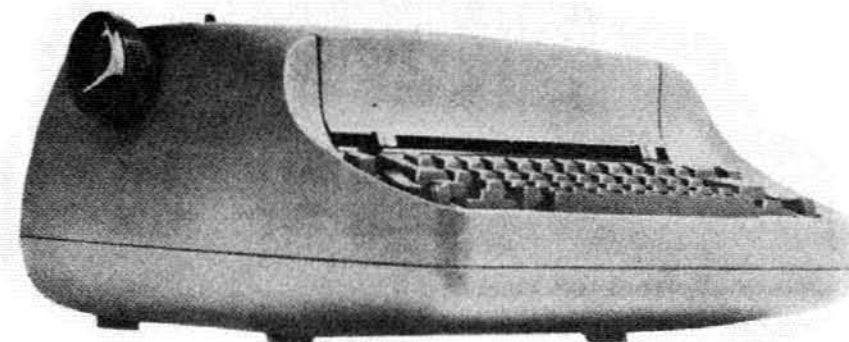
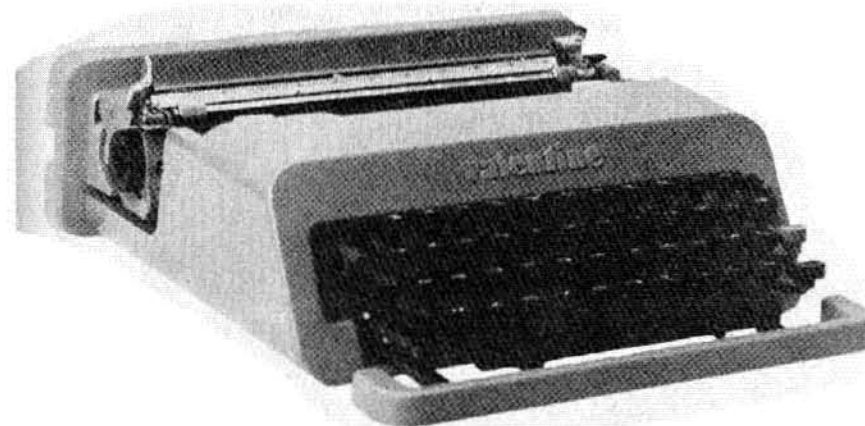
Ovo je jedan od najboljih primera „italijanske linije” koji, po svojoj originalnosti i skladnosti, uspešno konkuriše evropskim i američkim proizvodima, naročito u razdoblju između 1950. i 1958.



31. Pisaća mašina „Kosmopolit”, 1888.

Obratite pažnju na ornamentalni element postolja, i na apsolutnu funkcionalnost mehanizma koji nije „maskiran” nikakvim omotačem.

32. Pisaća mašina „Lettera 22”. Diz. Marčelo Nicoli. Proiz. Olivetti, 1950.
Jedan od najraširenijih modela i najtipičnijih portabl mašina. Kao kod gotovo svih predmeta sa omotačem, spoljašnja forma odgovara samo donekle tehničkim zahtevima unutrašnjeg mehanizma.



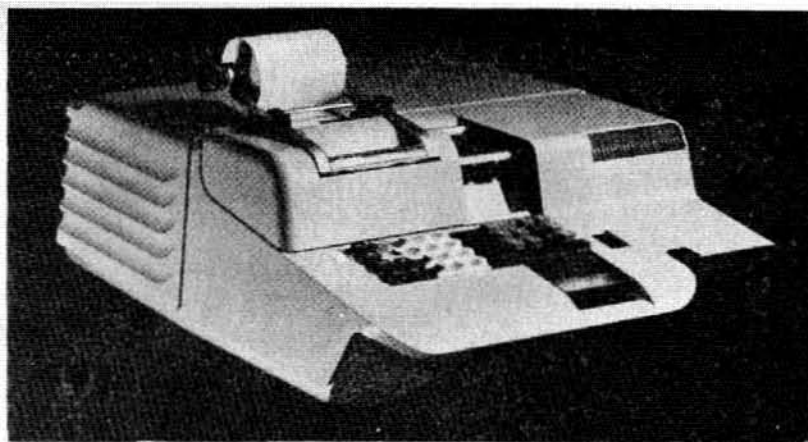
33. Pisaća mašina „Lexicon 80”. Diz. Marčelo Nicoli. Proiz. Olivetti, 1848.

34. Pisaća mašina „Diaspron”. Diz. Marčelo Nicoli. Proiz. Olivetti. Re-dizajn mašine Lexicon.

35. Portabl pisaća mašina „Valentine”. Diz. Ettore Sottsass [Ettore Sottsass] jr. Proiz. Olivetti, 1969.

36. Električna pisaća mašina IBM 72. Diz. Eliot Noiz [Eliot Noyes]. Proiz. holandski IBM. Amsterdam 1960.

dstavlja jedan od najuspelijih modela koji nastavlja da razvlači i zao-
uje oblik.



37. Računska mašina „Programma 101”. Diz. Mario Belini. Proiz. Olivetti, 1970.

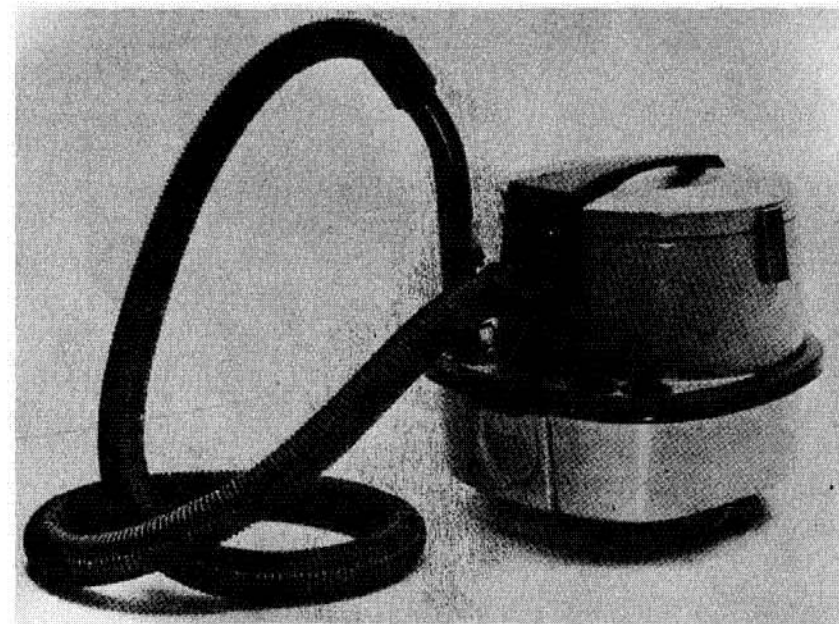
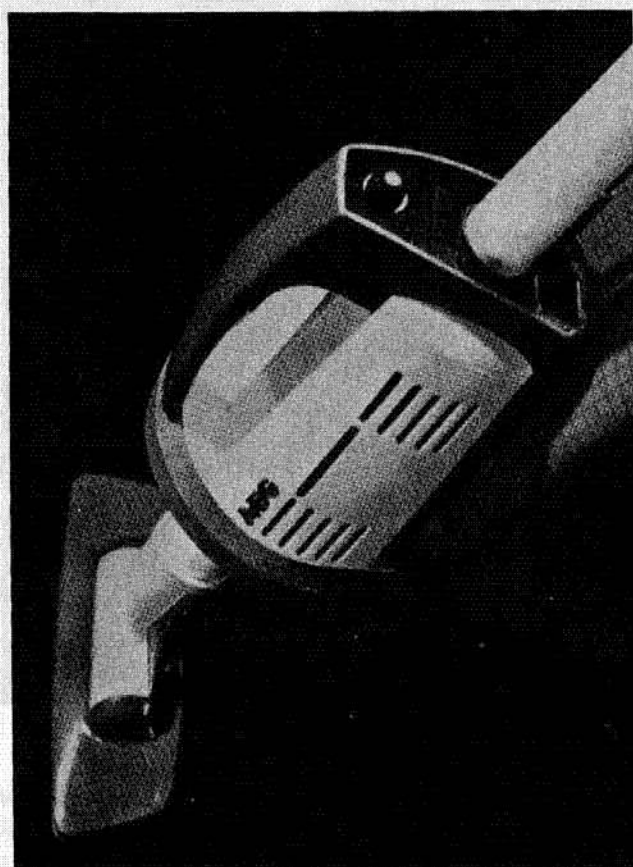
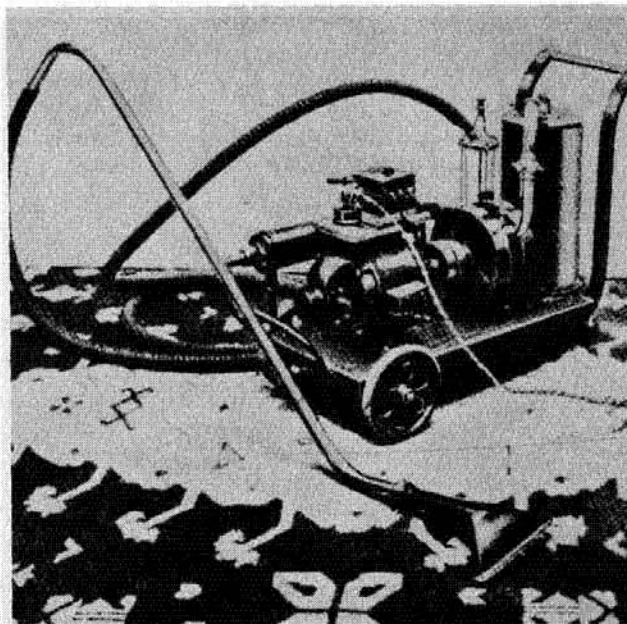


38. Klima-uređaj. Diz. Džo Kolombo. Proiz. Candy, 1969.



39. Radio-prijemnik za simultano prevodenje „Lorgnette”. Diz. Džesop [J. Jessop]. Proiz. Multitone Electric Co., 1960.

Omotač je od „forticel” plastike. Elektronski delovi postavljeni su na štampana kola. Obratite pažnju na izuzetnu elegantnost aparata i jedva naglašen oblik dela za držanje.



40. *Usisivač*. Proiz. AEG. 1911.

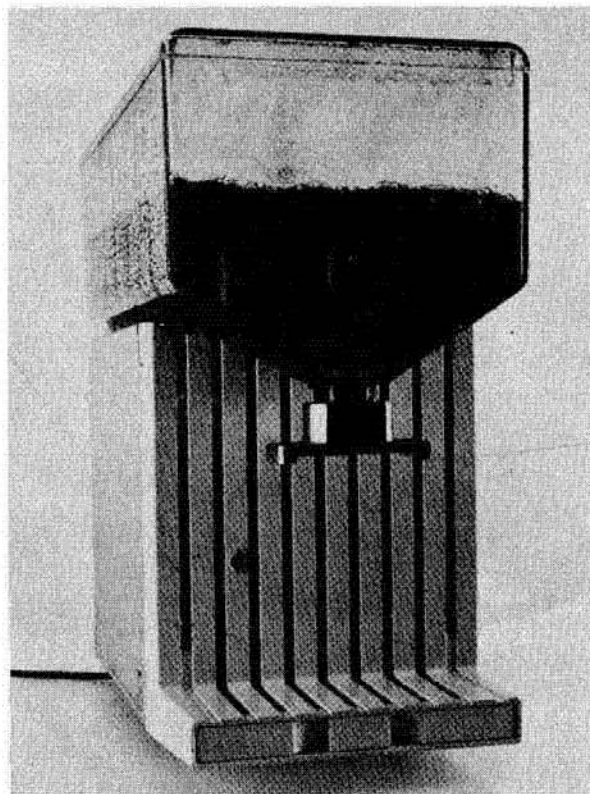
Ovaj stari prototip je u semantičkom smislu uspješniji od mnogih novijih usisavača, zato što ničim nije „maskiran“ mehanički deo. S druge strane, odsustvo zaštite od mehanizma predstavlja ozbiljan problem.

41. *Usisavač „Vampyrette“*. Diz. i proiz. AEG, 1959.

Obratite pažnju na transformaciju koju je predmet doživeo za pedeset godina, i to kao porizvod iste firme. Nakon što je nestalo komplikovanosti prvog, povećao se – uz lakše rukovanje i manje zauzimanje prostora – „simbolički“ aspekt predmeta: sam naziv upućuje na skoro zoomorfan kvalitet mehanizma i simptomatičan je za današnje vreme.

42. *Usisavač „Lesaspir“* Diz. Pjerluidi Spadolini, Mario Majoli [Mario Maioli]. Proiz. Lesa, Milano 1963.

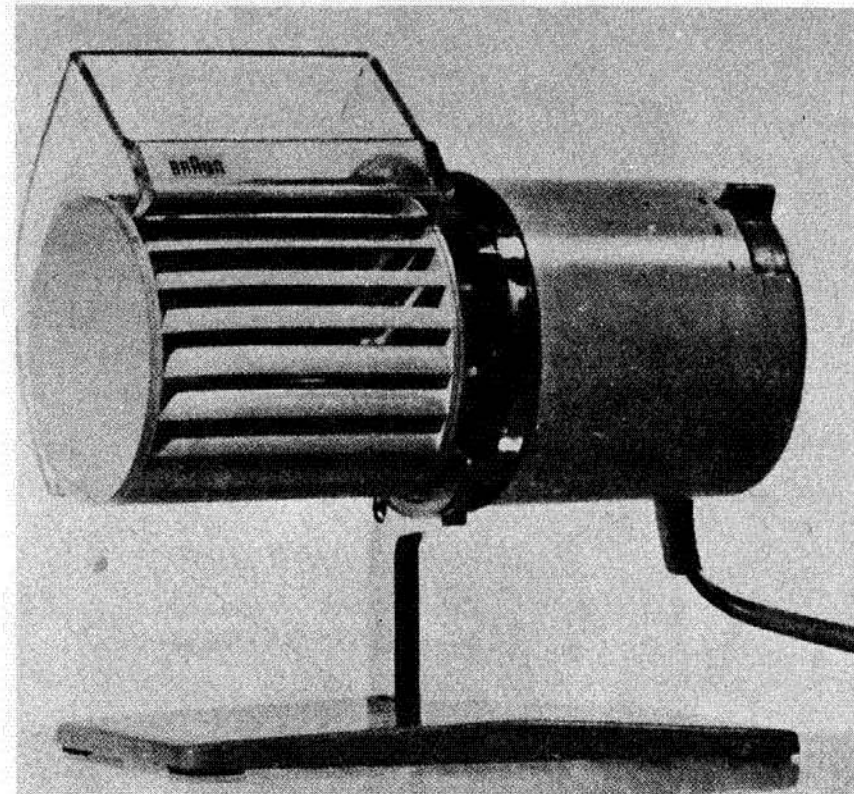
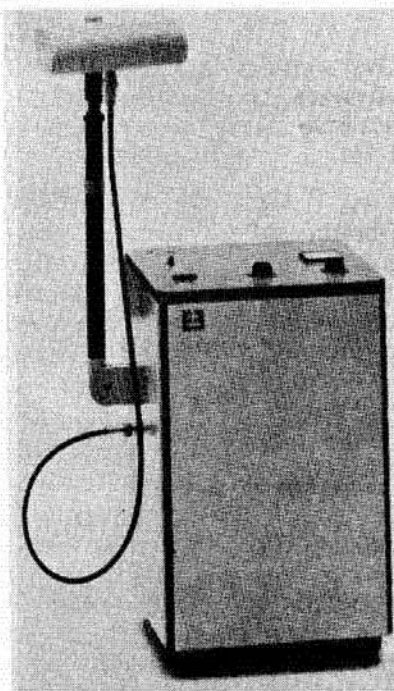
Usisivač je sastavljen od metalnog omotača (sadrži dve vreće) koji obrazuju komoru s niskim pritiskom u kojoj se usisani vazduh filteriše i prašina zadržava u papirnoj vreći. Truplasto-konična forma ovog dela determinisana je tehnikom livenja primenjenom pri pravljenju omotača od lima. Donja posuda, takode izlivena, odvojena je dijafragmom od gornje posude. Aparat se vuče posredstvom polivinilske cevi koja služi i za usisavanje. Pokreće se pomoću dva prednja točka i jednog malog zadnjeg iznad kojeg je postavljen nožni prekidač.



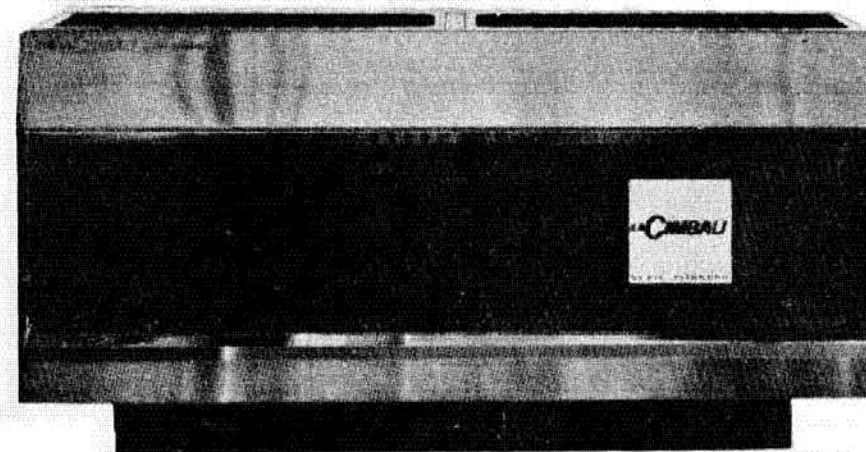
43. Rashladni aparat za šank MB
12. Diz. Mario Belini. Proiz. Bras.

44. Elektromedicinski aparat za
iradijaciju. Diz. Tomas
Madonado (uz Gvija Bonsjepea
[Gui Bonsiepe] i Rudolfa
Šarfenberga [Rudolf
Scharfenberg]). Hochschule für
Gestaltung, Ulm. Proizv. Erebe
Elektromedizin, Tübingen 1962.

Primetna je posebna pažnja
usmerena na sistem komandi
pomoću zgodno odabranih signala
čime se izbegava eventualna
prenatrpanost.

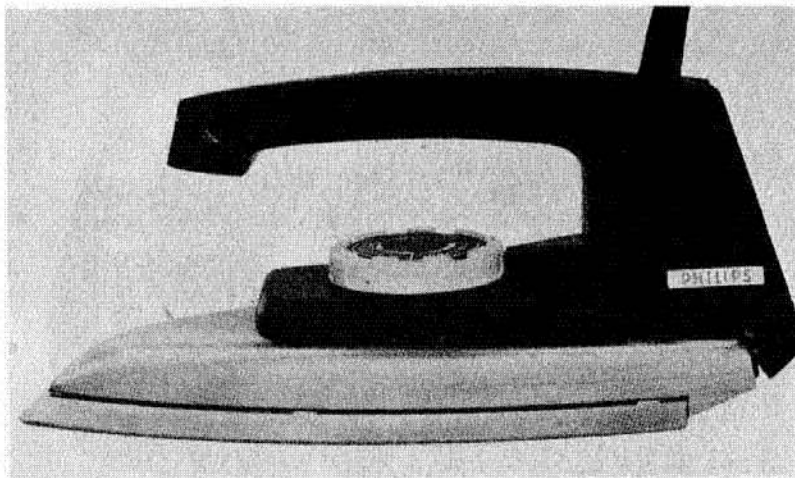


45. Stolni ventilator. Diz. i proiz. Braun, Frankfurt 1960.



46. Aparat za kafu „Pitagora”. Diz. Akile i Pjerdakomo Kastiljoni (Achile
e Piergiacomo Castiglioni). Proiz. Giuseppe Cimbali, Milano 1962.

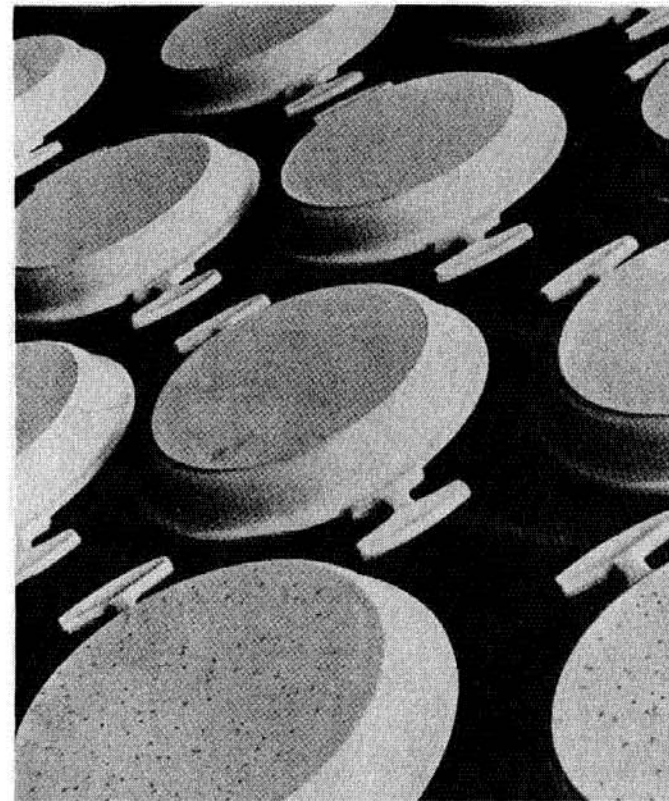
Compasso d'oro 1962. Istorija „aparata za ekspres kafu” značajna je već i
zbog svoji socio-antropoloških refleksa:



47. Električna pegla HS 1010. Proiz. Gloeilampenfabrieken, Ajndhoven 1961.

Forma električne pegle, uslovljena pločom za peglanje te regulatorom za napon i drškom, postala je gotovo svuda ista bez obzira na razne modele mnogobrojnih zemalja proizvođača.

48. Električni brijач SM 3. Diz. i proiz. Braun, Frankfurt 1959.

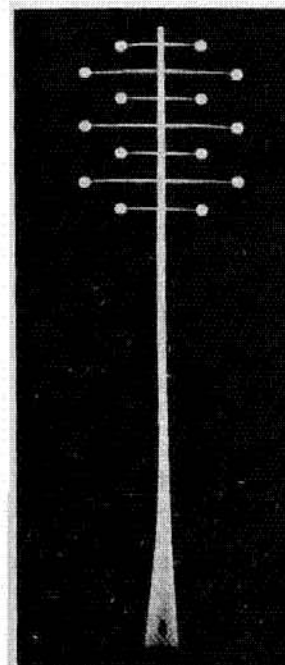


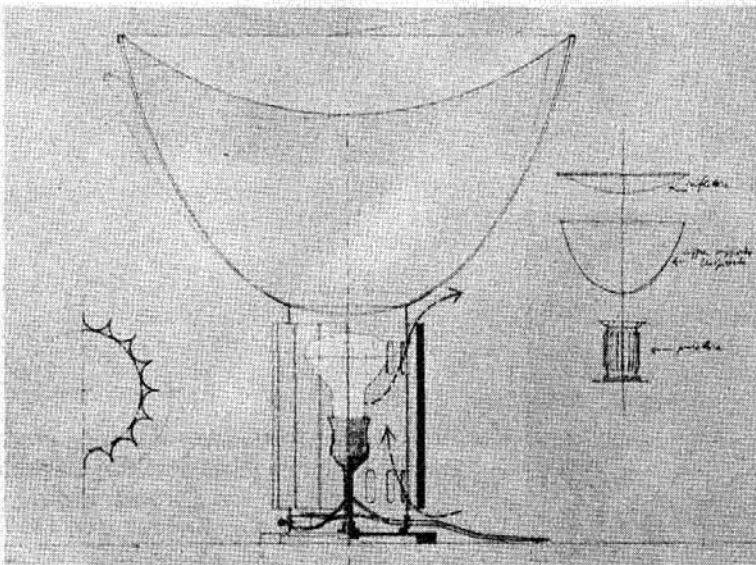
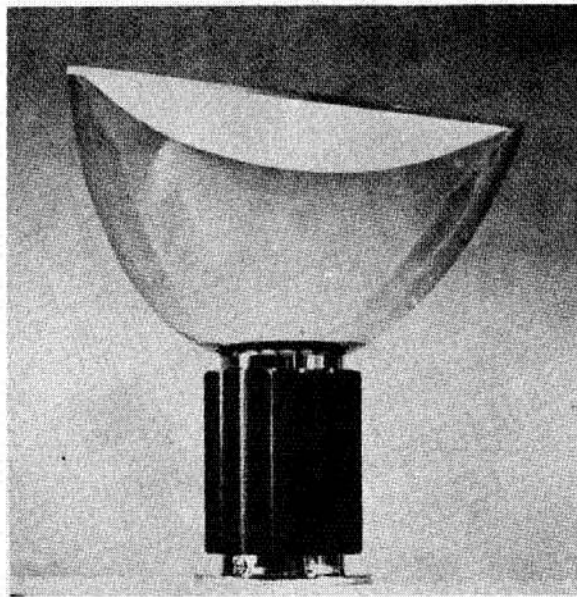
49. Posuda od emajliranog livenog gvožđa. Diz. Erik Herlev [Erik Herlöv] i Tormod Olesen [Tormod Olesen]. Proiz. Ribe Jemstobri s.a., Kopenhagen 1957.

Ova serija posuda predstavlja jedan od najvećih dometa dizajna u ovom sektoru i pokazuje da se ospolescencija može prevazići uspešno izvedenim tehničko-formalnim poboljšanjem.

50. Praher od plastike. Diz. Kolombini [Colombini]. Proiz. Katell, Milano.

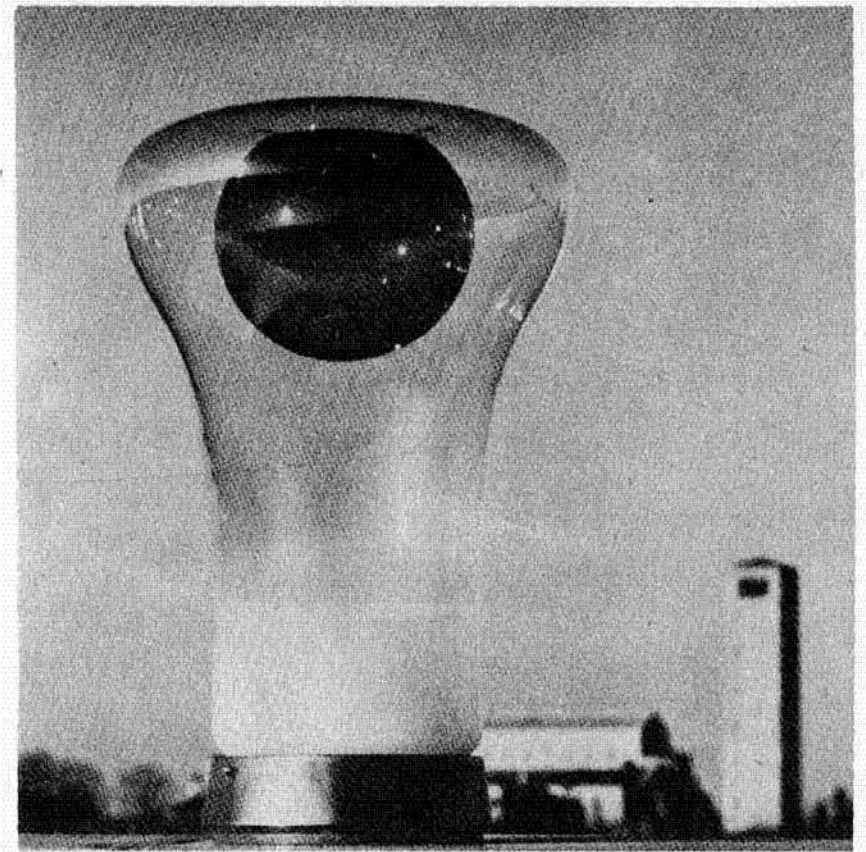
Obratite pažnju na maštovit dizajn koji je bilo moguće uraditi zahvaljujući prirodi upotrebljenog materijala.



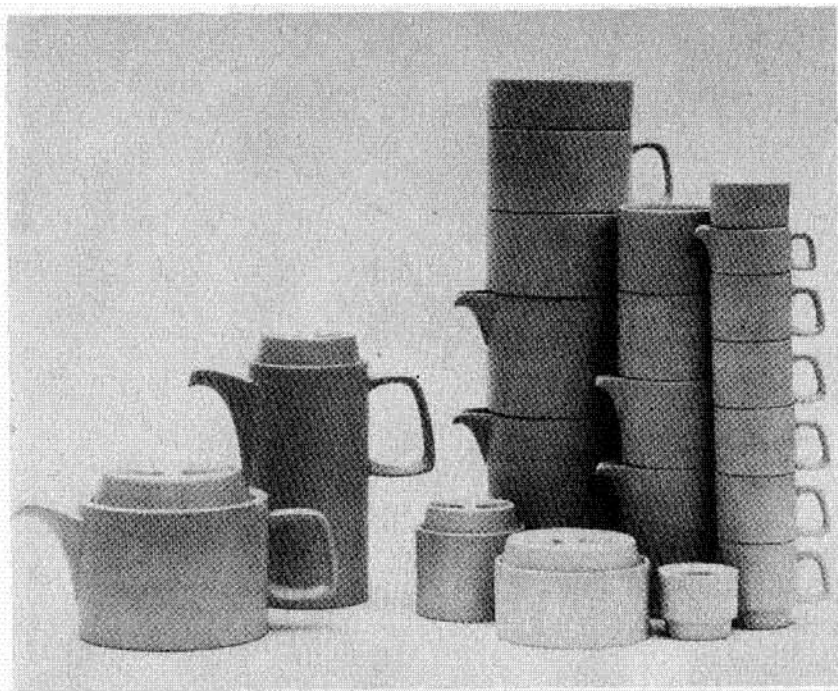


51.-52. Stalna lampa sa rasutim svetlom. Diz. Akile i Pjerdakomo Katiljoni. Proiz. Flos, Ponte Marleno (Merano) 1963.

Lampa je sastavljena od osnove i reflektora. Osnova, u kojoj se nalazi sijalica okrenuta nagore, načinjena je od metalnog cilindra preko kojeg je navučen prsten, prevučen antitermičkom glazurom, te profilisanog preseka radi hlađenja vazduha. Reflektor je konveksni tanjir od glaziranog aluminijuma postavljen na izvrnuto zvono od providnog stakla, koje je oslonjeno na osnovu i sposobno da rotira, tako da omogućava reflektujućem tanjiru da zauzme razne pozicije. Primenjeni sistem predstavlja sasvim novo rešenje koje je donelo sa sobom i novi dizajn.

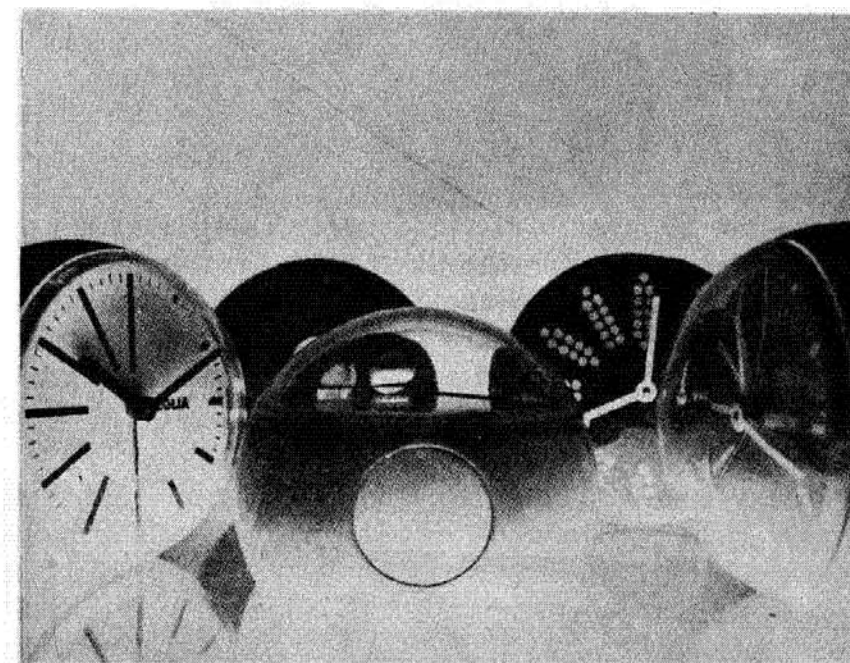
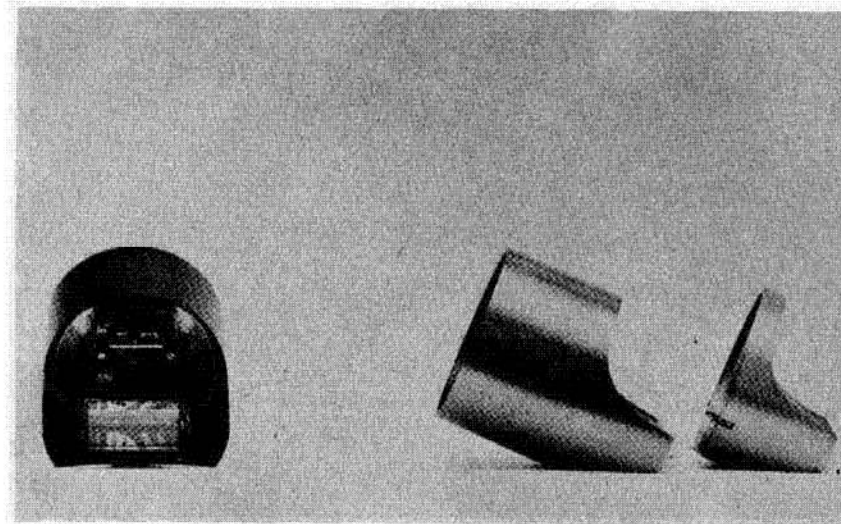
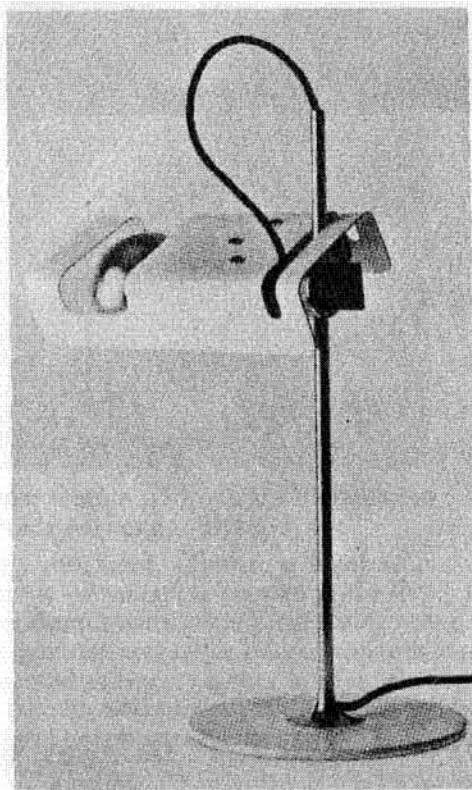


53. Stalna lampa „Saffo”. Diz. Andelo Manderoti. Proiz. Artemide, Milano.



54. Servis za kafu, čak i doručak „Compact.” Diz. Ambrodo Poci [Ambrogio Pozzi]. Proiz. *Franco Pozzi*, Galarate 1967.

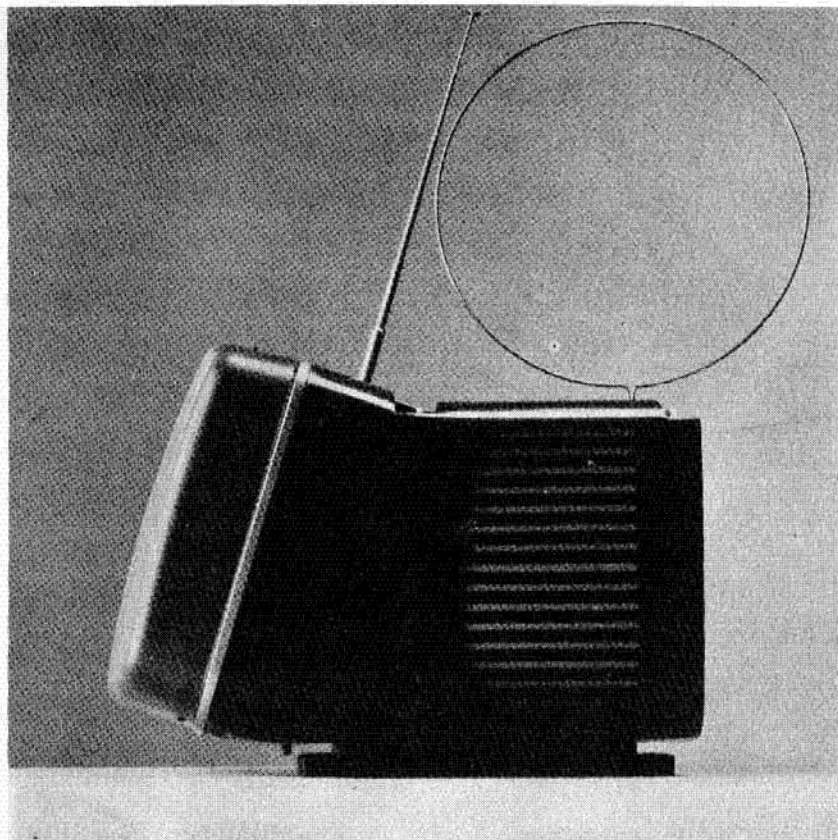
55. Stolna lampa „Spider”. Diz. Džo Kolombo. Proiz. „O-Luce”, Milano 1967.



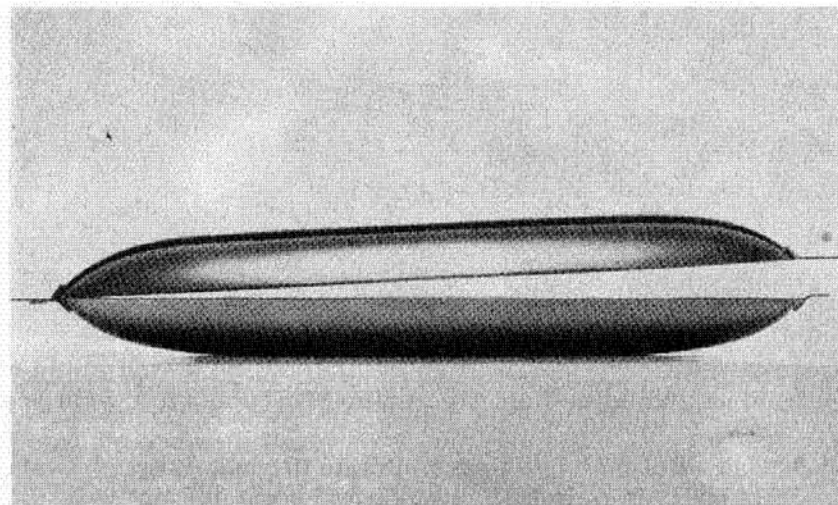
56. Stolni sat „Pendulette T II”. Diz. Andelo Mandaroti. Proiz. *Secticon*.

57. Budilnik od plastike. Diz. Rodolfo Boneto [Rodolfo Bonetto]. Graf. Maks Huber [Max Huber]. Proiz. *Borletti-Veglia*, Milano 1962.

Odbacujući uobičajeni tanki liveni lim, autori su ovde upotrebili omotač od termoplastične smole. Sferna kutija završava se ravnim licem za brojčanik preko kojeg je postavljena providna sferna kalota. Ključići za navijanje i dugmad takođe su urađeni u plastici.



58. Televizor „Algol”. Diz. M. Zanuzo. Proiz. Brionvega 1964.



59. Zdela za ribu. Diz. Roberto Sambonet [Roberto Sambonet]. Proiz. Sambonet, Novara 1970.

DIZAJN KAO OGLEDALO KULTURE

Poslednjih godina svedoci smo jednog fenomena kojemu, možda, nismo obratili dovoljno pažnje. Nastao je kao posledica komunikacije između čoveka i elektronskih data; i, koji je, u okviru rešavanja srodnih problema savremene industrijalizacije ostao zapostavljen.

Za naše društvo više nisu bitni samo elementi mehaničke reprodukcije (koje je istraživao Walter Benjamin) ili masovne proizvodnje, iako se komunikacija rešava putem masovnih medija. Kompjuterska era je još uvek na samom početku. Već je manje vidna opsesnutost mašinom, sa svim svojim različitim formama koje su dominirale modernim svetom, naročito u domenu dizajna. Očigledan pritisak koji na razvoj elektronike vrše komunikacije, predstavlja opasnost sa kojom se treba suočiti. U većini ljudskih aktivnosti Nova tehnologija ne uzima u obzir, niti pridaje pažnju funkciji i ergonomiji, osnovnim kriterijima dizajna.

Ergonomija, iako jedna relativno mlada disciplina, već je izvršila uticaj na razne vrste radnji i dobila značajnu ulogu u dizajnu proizvoda kao što su alati, mašine, mehanički delovi, nameštaj i transport; drugim rečima, proizvodima koji podrazumevaju blizak kontakt između čoveka i objekata kojima se služi, bilo da se radi o olovci ili nekom aparatu za domaćinstvo.

Smatram, zbog toga, da je rizično stavljati mehaničku dimenziju u podređeni položaj. Ja bih joj dao čak značajnije mesto i od komunikacija. Sadašnji trend, međutim,

takav stav ne podržava; naime, odnedavno je prisutna pojava koja bi se mogla nazvati „pre-ergomonija” ili „paleo-ergonomija”. Ali ako bi se zapostavio odnos između čoveka i njegove okoline to bi moglo ozbiljno da ugrozi evoluciju post-industrijskog društva.

Jedna od tačaka, stoga, koju bih hteo da istaknem jeste opadanje broja škola koje se baziraju na Makluanovim (MacLuhan) staromodnim paleo-elektronskim načelima i, čak još više zastarelim, mehanicizmu iz doba Bauhauusa i Visoke škole za oblikovanje iz Ulma. Sumirajući ove stavove, sada mogu da obrazložim transformaciju vrednosti dizajna i objasnim pojavu post-modernizma.

Međutim, želeo bih odmah da načinim granice koje nameravam da dam jednom ovako fluidnom i nepreciznom konceptu kao što je ovaj, imajući na umu da se Liotarove (Lyotard) ideje post-modernizma (koje su prevashodno filozofske i literalne) jasno odvajaju, pre svega, od onih koje bismo mogli nazvati arhitektonskim (njih ilustruju dela raznih arhitekata: Bob Venturi (Bob Venturi), Hans Holajn (Hans Hollein) i Filip Džonson (Philip Johnson), kao i od onih koje nas ovde zanimaju, a to je dekorativni dizajn (što predstavlja, recimo, italijanski primer Memfisa [Memphis] i Alkimije [Alchimia]). U stvari, upotreba termina post-modernizam suviše je uzak da bi mogao da obuhvati tako različite aktivnosti, zbog čega se mora smatrati sasvim proizvoljnim.

Pored svega toga, moja namera da razmatramo dizajn kao odraz sadašnjih uslova u kulturi, obavezuje me da barem uzmem u obzir znatne transformacije koje je doneo post-modernizam poslednjih godina, ispreturajući mnoga naša ubeđenja o umetnosti uopšte, naročito o dizajnu, arhitekturi i masovnim medijima.

U mom radu na dizajnu, često sam naglašavao da dizajn predstavlja jednu od najznačajnijih metoda masovne

komunikacije. To stoga jer dizajnirani predmeti, više nego ikada ranije, utiču na formiranje i promenu opšteg ukusa.

Sve donedavno, fenomen masovne distribucije proizvoda, na bilo kojem nivou populacije, bio je prilično spor proces. Potražnja za funkcionalnim proizvodima regulisana je „mišljenjem” ili „proizvođačima ukusa”, tako da je komad Misovog [Mies], Altovog [Aalto] ili Brejeovog [Breuer] nameštaja ili Kastiljonijeve [Castiglioni] i Madistretijeve [Magistretti] lampe (relativno) brzo postao predmetom svakodnevnog upotrebe. Danas, međutim, sa pojavom uvećanja komunikacija što ih je omogućila TV i video, novi proizvodi čak i kada nisu funkcionalni, već jednostavno samo dekorativni i eksperimentalni – publikuju se pre nego što se i proizvedu i pojave se na tržištu. Poplave veštački izazvanih potreba otvorila je put velikom broju proizvoda koji su samo delimično provereni kroz upotrebu. Sledeći prisutnost metaforičkih vrednosti simbola statusa, povezanih sa tradicionalnim vrednostima takve kao što su vrednost promene, doprineli smo stvaranju metamorfoza panorame stvari. Ove metamorfoze su razorile, ili barem učinile vrlo nesigurnima, Veberove [Weber] i Veblenove [Veblen] klasične formule koje se, upravo, mogu primeniti na drugi fenomen koji smo već ranije indicirali odnosno, na post-modernizam.

Sasvim je izvesno da se izgubila razlika između umetnosti i kiča, koju je sve donedavno kontrolisao standard ukusa, isto tako kao što je nestalo dihotomije između proizvoda koji ispunjavaju kriterije funkcije i ergonomije i onih koji to ne čine. Posle relativno dugog perioda zanesenosti funkcionalizmom, danas smo se našli na raskrsnici. Na jednoj strani odobravamo svaku ergonomsku premisu kada je u pitanju dizajn za mase: vozove, avione, automobile, traktore itd.; s druge strane, svesno zapostavljamo iste ove zahteve na nivou novotarskih „kreativnih” predmeta, koji su najčešće retrogradni.

Imajući na umu da je tema ovog izlaganja da skicira spekulativni aspekt dizajna u odnosu na druge umetnosti, i kulturu uopšte, šta onda možemo reći o retrogradnom aspektu većine današnjih umetnosti: „kvotatinostičkom” slikarstvu, arhitekturi koja imitira prošlost, neo-baroknim stilovima – nije mi namera da se na ovoj temi zadržavam, jer ovu pojavu smatram diverzijom, iako je vrlo bliska kanonima post-modernističke poetike, to je činjenica.

Potpuna nesigurnost, to je osnovna karakteristika prema kojoj se današnje ludilo razlikuje od onoga iz prošlosti. Opšte je poznato da stvari kao što su kućne naprave ili odeća, na primer, nisu proizvedene za dugotrajnu upotrebu. Zamenu, koja se obavlja mnogo ranije nego što je to stvarno potrebno, nameće naše konzumentsko društvo. Međutim, u okviru ovih (post)modernih društveno-ekonomskih motivacija postoji i neverovatno zastarela estetika koja dolazi iz jedne neprikladne opsesije hiperdekoracijom, koja ne samo da prevazilazi svaku meru ukusa nego i svaki zakon komunikativnosti; a upravo ti kanoni komunikacije, kao što sam tvrdio, treba da bude prevashodno usmerenje dizajna.

Ubeden sam da mi je dužnost (naročito povodom kongresa koji se oslanja na premise ergonomije) da ukažem na rastuću podelu, s jedne strane, između tehničkih, mehaničkih, elektroničkih i ergonomskih faktora dizajna i, s druge, između onih hedonističkih, dekorativnih i post-modernističkih činilaca dizajna. Kada bi ovaj problem egzistirao samo na nivou jedne doktrine, ova tema ne bi bila značajna za praksu i svela bi se samo na zanimljivost jedne novinske vesti.

Koje je to društvo, koja kultura, koja umetnost što se ogledaju u ovoj vrsti proizvodne aktivnosti? Ili, da budem još precizniji, koje kulture, kojeg istorijskog trenutka je ogledalo ova vrsta proizvoda?

Prihvatamo da određena vrsta dizajna, na primer, čuvena Ritveldova (Rietveld) stolica, može predstavljati ogledalo poetike De Stijla, jednog umetničkog pokreta ogromne estetičke težine, koji je, međutim, u odnosu na nameštaj i arhitekturu često bio paradoksalan. Ako smatramo Mies van der Rojevu [Mies van der Rohe] „Barselona stolicu” ili Korbizjeovu [Corbusier] „Ležaljku”, za ogledalo umetničkog perioda kojim su dominirali umetnici kao što su Kandinski, Klee, Vordenberg, Vantongerloo [Kandinsky, Klee, Vordenberge, Vantongerloo] itd., koji kulturni i umetnički period može da bude ogledalo današnjeg industrijskog dizajna?

Jasno je da današnji dizajn reflektuje jedno stanje u kome je ozbiljno poremećena ravnoteža između trenutka koncepta i realizacije, između futurističke provale i infantilne regresije. Evo pravila ponašanja: potpuno napuštanje kanona stila, nezgrapna istraživanja bizarnog (čak kada slede utrti put), besciljni snobizam ili pretenzija za povratkom istorije i kulture.

Dominantna, često monotona i preterana strogost forme iz ere post-Bauhausa, kao i funkcionalni konformizam modernističkog pokreta u arhitekturi, otvorili su put impulsima koji su u prvi mah izgledali inovativni, zahvaljujući svom neortodoksnom i antikomformističkom nastupu, ali, i ovi, samo za nekoliko godina, postaju isto onako zastareli kao i oni koje su želeli da zamene.

Pod etiketom post-modernizam u arhitekturi i dizajnu, slikarstvu trans-avan-garde, petern slikarstvu, kvotationalizmu itd., u slikarstvu, raspoznaju se one regresivne snage koje bi donedavno bile nazvane kičom: danas, međutim, postmodernisti su ponosni kada ih ovako obeležavaju.

Bodrijar [Boudrilard] je već uočio da se kriza funkcionalizma odvija između dva pola: nadrealizma i kiča. To je ono što smo videli da se dogodilo poslednjih godina. Su-

protstavljanje funkcionalizmu podstiče obilniju dekoraciju koja se nesumnjivo može klasifikovati kao kič, ali samo donekle, slično teorijama nadrealizma i dadaizma koje su oslobodile, i rehabilitovale, kič, od mnogih primera „dekadentne umetnosti” s kraja devetnaestog veka; od artnuvoa do Gimarda [Guimard], Lalika [Lalique], Galea [Galle] i Gaudija [Gaudi]. Sve umetničke forme koje su u prvo vreme smatrane kao čisti kič kasnije su revalorizovane kao analogije poetskog nadrealizma.

Zapravo, ovo je bilo istinsko opravdanje za stilističku obnovu koju su ostvarili učitelji *artnuvoa*, *jugendstila*, katalanskog modernizma i italijanskog *libertija*. Međutim, ovo je istovremeno uticalo i na pojavu inferiornih aspekata tih stilova, to jeste, prihvatanje isključivo floralnog ukrasa. Zabluda funkcionalista bila je u tome što su verovali u apsolutnu racionalnost upotrebnog predmeta, imajući za cilj postizanje sublimnog, neumitnog i nepogrešnog funkcionalizma u jednoj neospornoj ergonomskoj definiciji, dok, uopšteno govoreći, predmeti za svakodnevnu upotrebu pored utilitarne treba da poseduju i druge vrednosti, naravno, osim onih kod kojih su norme i funkcionalna adekvatnost neophodni. Tako su mislili u devetnaestom veku prvi proizvođači čeličnih drangulija u vidu zoomorfnih amfora Inka, Acteka ili Minoskih pogrebnih predmeta, čija se primena može definisati kao „simbolička”. Kriterijumi prema kojima se ocenjuje jedan predmet kojeg je čovek proizveo – bilo ručno ili mehanički, simboličke vrednosti, podrazumevaju nešto više nego što su to samo utilitarna ili hedonistička komponenta.

Iako su ljudi tokom vekova zanatske proizvodnje oduvek bili kreatori stvari, stvaranje objekta kao pojedinačnog entiteta nesumnjivo predstavlja jednu od karakteristika naše epohe. Samo u našoj post-industrijskoj epohi predmet dobija jednu novu univerzalnu vrednost, sa beskrajnim mogućnostima valorizacije, bilo da je reč o mašini za kopira-

nje, knjizi, preciznom instrumentu, ili umetničkom delu. Na ovaj način, predmeti su se razmnožili po celoj našoj okolini, njihova glavna karakteristika nije više u tome da su manje ili više ekonomični ili lepi, već, pre svega, da su stalno potrošivi. Takođe, divljenje prema izvesnim predmetima i njihovo čuvanje zavisi od njihove sveprisutnosti.

Očigledno je da uvek postoji potreba za slojem ljudi, kako danas tako i u prošlosti, koji stvaraju i upotrebljavaju predmete visokog simboličkog potencijala, jer je to jedini način da se izdvoje iz horde ostalih potrošnih predmeta. Zbog toga je tako mnogo istraživanja posvećeno stvaranju izuzetnih stvari, predmeta što se izdvajaju od onih sa obeležjem opšteg konformizma, predmeta koji vredaju i zbunjuju trijumfalni Razum, kao što su to nekada činili proizvodi Gimara, Gaudija, Bugatija i Molinoa [Mollino]. Takvi proizvodi, ili stvari, dokazuju neophodnost potrebe za preterivanjem, značaj iracionalnosti u jednoj epohi gde na izgled, ali samo na izgled, razum dominira, dok je oživljavanje iracionalnog, mitskog i destruktivnog mnogo evidentnije.

U ovom trenutku želeo bih da pronađem minimum ravnoteže u sadašnjoj situaciji, prihvatajući na prvom mestu da bi ne-uzdržanost bila dovoljna da popravi današnji trend totalne mogućnosti konzumiranja predmeta, oživljavanjem funkcionalizma i intenzivnijom primenom ciljeva ergonomije. Sada smo se našli s druge strane funkcionalizma i utilitarizma jer su ove potrebe inherentno rešene u trenutku kada se jedna ideja projektuje, bilo da sedite za personalnim računarom ili u mlaznom avionu. Ne smemo se truditi da još više unapredimo odnos između čoveka i mašine, ili stvari, jer se već duže vreme nalazimo u fazi napredne industrijalizacije, bar što se tiče Zapada.

Ono što ovde nedostaje, i što stvara opasnost da povuče našu kulturu prema ambisu neznanja i odsustva ukusa, to je estetički aspekt naše proizvodnje, koji se klati između

povratka fantazijama iz prošlosti i uzaludnog traženja nove ornamentike, koja nema korena ni u jednoj vrsti simboličke zamisli. Da bismo otklonili ovo stanje, nije dovoljno samo da upotrebimo razum i zauzmemo teorijsko gledište, pa čak ni da pribegnemo onim teorijama koje su postavili filozofi kao što su Liotar, Derida [Derrida], Bodrijar ili Fejerabend [Feyerabend], sa pretenzijom da utvrde da se post-moderna kriza javlja preko fenomena dokonstrukcije.

Kada posmatramo upotrebne predmete kao jedno posebno područje dizajna, bilo da su to jednostavni proizvodi za opremanje kuće ili kompleksni naučno opremljeni mehanizmi, to će pre biti činjenice nego reči koje će nam usmeravati ovu oblast, koje je možda najvažnija za našu epohu.

Konačno, kada bismo prestali gledati na svet stvari kao na nešto što je uzeto iz sveta koncepta, verujem da bi se ova tendencija mogla proširiti u nešto pozitivno, kako za odnos između čoveka i mašine tako i za onaj između stvari i čoveka, ili objekta i kulture. Tokom dizajniranja, dok čovek udahnuje život jednom novom predmetu, on mora da ima na umu neophodnost predstavljanja simboličke komponente. Ona podrazumeva kako funkcionalni tako i estetički i komunikacijski količnik. Verujem da će naša civilizacija tek kada postanemo svesni konfliktnih situacija u kojima smo se zatekli postati sposobna da dostigne sledeću fazu; ne više post-modernu, već *neo-modernu*.

RAZGOVOR ŽAN KLODA KONEZAA
[JEAN CLAUDE CONESA] I VENSANA
LEMARŠANA [VINCENT LEMARCHANDS]
SA ĐILOM DORFLESOM VOĐEN 26.
FEBRUARA 1991. U MILANU

Ž.K.K.: U vašoj knjizi *Introduction à l'Industrial Design*, objavljenoj 1974. (u Francuskoj, *prim. prev.*), pobrojali ste razne komponente dizajna; da li mislite da biste i danas napravili isti pregled ili vam se čini da su se mnoge stvari izmenile?

Đ. D. : I dalje mislim isto što sam tada govorio. Kada je reč o dizajnu, moramo imati u vidu predmet koji se može industrijski reprodukovati, to jest predmet koji nije zanatski, koji je projektovan da bi mogao biti ponovljen. Naravno, dosta toga se promenilo od onda, jer tada je još uvek postojala predstava o dizajnu kao o nečemu funkcionalnom, prvenstveno funkcionalnom. No, za razliku od drugih autora, ja sam mislio da funkcionalnost mora podrazumevati i psihološku funkcionalnost, a ne samo praktičnu, utilitarnu ili ekonomsku. Dakle, na osnovu te psihološke komponente veliki broj predmeta, koji na osnovu nekadašnjih karakteristika ne bi opstao, uspeva da opstane. Ali kad kažem da se dosta toga promenilo, ja imam u vidu javljanje, poslednjih godina, talasa dekorativnosti, ornamentacije kojeg tada još nije bilo. Naime, dizajneri su zapazili da publika želi da predmet poseduje nešto više od funkcije, ekonomije, pravilnosti, racionalnosti... I tako smo se suočili s velikim brojem tendencija, ne mislim samo na

Alchemiju i Memphis... u čitavom svetu javili su se brojni pokušaji da se predmetu, naročito predmetu za svakodnevnu upotrebu, daju kvaliteti draži, zavodjenja, koji se ranije nisu smatrali neophodnim. Razume se, učinak koji je odatle proistekao, prouzrokovao je novine na planu forme, fantazije, čak i na planu poimanja industrijskog predmeta, ali je isto tako ponekad doprineo da se potpuno zapostavi problem ergonomije, nekada jako bitan.

V.L. : Ako je ta dekorativnost, preko iskustava koja pominjete, od početka korespondirala sa, kako ste rekli, određenom potrebom publike i, dakle, jednom psihološkom komponentom koju proizvod neminovno indukuje, da li to znači da se publika bila zasitila ergonomijskih predmeta i da li se danas može napraviti bilans onoga što je minulo ima već, recimo, desetak godina?

Đ.D. : Mislim da se zaista radilo o zahtevima publike, to jest da dizajneri nisu bili primetili te zahteve. Zahtevi su već onda postojali, samo su dizajneri još uvek bili potpuno fascinirani starim idejama Bauhauusa o racionalnosti, funkcionalizmu, koje su posvuda dominirale, ne samo u Nemačkoj, u Japanu... nego isto tako i u Italiji. Pogledajte velike dizajnere prve generacije, od Nicolija, Albinija, do Zanuza, Boneta... i videćete da oni nisu mogli da prihvate mogućnost dekoracije, i to ne samo dekoracije nego ni bilo koje forme koja bi bila izvan okvira racionalnosti. Jedini italijanski dizajner/arhitekta koji je zaista bio pionir s takvim shvatanjem, jeste torinski arhitekta Karlo Molino [Carlo Mollino]. Karlo Molino je bio jedan od velikih italijanskih ličnosti, a ima tek tri-četiri godine kako je to primećeno, i kako se na njega počelo gledati kao na nekog ko je imao veoma veliki značaj za italijanski dizajn. Sećam se da sam se četrdesetih godina, ja, koji sam voleo njegovo delo, morao boriti protiv prijatelja i kolega kako bi shvatili njegov značaj, jer oni su bili skloni da ga vide kao zakasnelog sledbenika *Art Nouveau*-a.

Ž.K.K. : Vi ste kao profesor estetike bili u situaciji da dovodite u vezu razvoj likovnih umetnosti i razvoj dizajna. Rekli ste povodom dizajna da simbolički i izražajni elementi, a ne funkcionalni, uzrokuju formalne promene. Da li ste mislili da se dizajn, po toj karakteristici, uklapa na neki način u razvoj savremenih likovnih umetnosti?

Đ.D. : Pitanje je složenije nego što se obično misli, zato što ima momenata kada se ove dve oblasti podudaraju u razvoju i zaista su u stanju međusobnog prožimanja. Ovo pre svega važi za Bauhaus ili, bolje rečeno, za dizajn između dva rata. Ali ima i situacija kada se ove dve oblasti uopšte ne podudaraju. Ako uzmete, recimo, likovne umetnosti poslednjih godina, vi ćete primetiti da ima perioda u umetnosti, pop-art, konceptualna umetnost... koji nemaju gotovo nikakve veze sa dizajnom. Naravno, slikarstvo je koristilo neke elemente dizajna, na primer, boca *Coca-Cola* na Raušenbergovim ili Vorholovim slikama, ali tu se radi o prostom pozajmljivanju bez uspostavljanja neke dublje veze između pop-arta i dizajna tog vremena. Kad se pogleda povratak, kojem smo prisustvovali u poslednje vreme u Nemačkoj, Italiji, u SAD..., na slikarstvo izvedeno rukom, slikarstvo transavangarde, nemački ekspresionizam ili Garustovo [Garouste] u Francuskoj, može se videti da je reč o jednoj manuelnoj formi slikarstva za koju smo mislili da je već iščezla, dok u dizajnu ne postoji ništa slično jer je nezamisliv povratak na zanatstvo. Ja, zapravo, mislim se u nekim sektorima dizajna pogrešno smatralo da se organizacija dizajna može poveriti slikarima. Ne znam da li ste pratili ono što se zove *Metamemphis*: to je običaj koji je praktikovala firma *Artemide* da naručuje od umetnika nameštaj, stolice... (Pistoletto [Pistoletto], Kosut [Kosuth]...). Rezultat je potpuno apsurdan jer se dobijaju unikatna dela koja se prodaju po visokim cenama, nemaju pri tome nikakav funkcionalni kvalitet, a slabijeg su kvaliteta u odnosu na dela likovne umetnosti. To, dakle, doka-

zuje da ove dve oblasti (dizajn / likovne umetnosti) moraju biti razdvojene. Razume se, može se napraviti komad nameštaja koji će biti dekorisan, ali je potpuno glupo načiniti stolicu na koju se ne može sesti ili koja je izrađena od materijala koji ne poseduje osnovne organske kvalitete.

Ž.K.K. : Čini li vam se da bi ta devijantnost mogla naneti štetu samom dizajnu?

Đ.D. : Ne, mislim da je reč o pojedinačnim slučajevima bez neposrednog uticaja na ostalo. Tako je firma *Artemide* u *Metamemphisu* videla određeni oblik reklame, nastavljajući da proizvodi sjajne predmete za osvetljenje. No postupak Memfisa ili Alhemije je sasvim nešto drugo. Kada su Mendini [Mendini] ili Sotsas dali poleta proizvodnji, bilo je to veoma značajno za obnovu italijanskog dizajna.

Ž.K.K. : Nije li to mešanje, od strane publike, dizajna i „izuzetnog” nameštaja, opasno kada se razmišlja o dizajnu u etičkom smislu?

Đ.D. : Da, mislim da ima opasnosti kada se od industrijskog predmeta pravi luksuzna roba, ali ta opasnost je prilično relativna. U slikarstvu, na primer, cene su postale nezamislivo visoke: za jedan mali crtež, recimo Kukijev [Cucchi] – to je potpuno nemoralno, no i kada je nemoralno, može se reći da su ti predmeti unikatni, te dakle skupoceni, dok kada se radi o industrijskim predmetima, takve stvari se ne mogu izvoditi na apstraktan način. Pa ipak, danas postoji čitava jedna trgovina Molinovih predmeta koja je otpočela kada je on umro, a posredi su unikatni komadi na koje se gleda kao na umetnička dela.

Ž.K.K. : Na 123. str. *Industrial Designa* pisali ste: „međuzavisnost ekonomskih i estetskih činilaca suviše je tesna da bi se moglo pretpostaviti da će doći do razdvajanja ova dva područja. Zato će dizajn i dalje biti veoma uspešan socio-ekonomski pokazatelj, a moći će da se pokaže i kao koristan alarmni signal u situaciji koja bi da se izopači na

patološki i abnormalan način”. Da li je dizajn, pojmljen kao materijalistički komentar društva, ideološki uslovljenog ili ne, u stanju da ukaže na duboku krizu društva, ima li on kritičku funkciju?

Đ.D. : U izvesnom smislu može se reći da je on imao tu funkciju početkom osamdesetih godina kada je došlo do prave eksplozije onoga što se zove konsumerizam, odnosno *affluent society*. Konsumerizam je imao dominantnu ulogu kako u oblasti dizajna tako i u oblasti mode, u Italiji i na čitavom Zapadu. Mislim da je dizajn bio područje gde se bez sumnje mogla konstatovati izuzetno jasno ta tendencija zbog povezanosti ekonomskog i estetskog aspekta.

V.L. : S obzirom na dogme poreklom od Bauhausa, prisutne sve do kraja sedamdesetih, koje pretpostavljaju čvrstu vezanost dizajna i koncepcije predmeta isključivo za industriju, za razliku od stila koji je ostao, naročito u Francuskoj, vezan za zanatsku proizvodnju – da li mislite da bi dizajn mogao da usvoji načine proizvodnje koji ne bi bili samo industrijski? I, budući da je ideja o masovnoj proizvodnji, prema Nataliniju [Natalini], sama od sebe propala da bi se razvila u pravcu singularizacije proizvodnje, da li je moguće revalvirati proizvodnju predmeta u doziranoj količini s obzirom na distribucijske punktove?

Đ.D. : Da. Ja mislim, u stvari, da je obnavljanje interesovanja za zanatstvo već veoma očito, i da će značaj razvoja zanatstva biti prisutniji nego što se misli. Smatram, međutim, da se istovremeno može računati i sa daljim razvojem dizajna koji je neophodan kada se radi o predmetima koje treba ponoviti, i sa povratkom na zanatstvo u situacijama kada „ruko-tvorenina” doista ima svoj smisao. No takvo zanatstvo može biti samo elitističko: cena koju treba platiti za manuelno izrađen predmet tako je visoka da predmet može biti namenjen jedino eliti. Dakle, uvek će postojati zanatstvo za predmete koji se ručno izrađuju i velika industrija za industrijske predmete. Ali smatram da to oživ-

ljavanje zanatstva mora biti vezano za shvatanje značaja tela – ljudskog tela a ne anatomskog – i, prema tome, funkcije tela u umetnosti. Mislim da čak i u današnjem zanimanju za slikarstvo, ili skulpturu – na izgled nećem sasvim suprotnom video-artu, kompjuter-artu, svim formama elektronske umetnosti čiji angažman ostaje izvestan – treba videti naklonost prema pokretu ljudskog tela. U oblasti teatra, performansa, modernog plesa, kao i u likovnim umetnostima prisutno je postepeno prihvatanje tela kao izražajnog sredstva.

Ž.K.K. : Da li mislite da bi i dizajn mogao da dođe u situaciju da povрати značaj telesnosti? Molino je u svoje vreme pravio komade nameštaja koji su više ili manje bili antropomorfni...

Đ.D. : Nesumnjivo! Molino je, kao što znate, bio veliki sportista, smučar (čak je napisao udžbenik o skijanju), i bio je veoma zainteresovan za ljudsko telo. Napravio je, uostalom, sjajne fotografije ženskih aktova. Za njega je antropomorfizam bio od prvorazrednog značaja, kao što je bio i za Gaudija [Gaudi] ili Gimara [Guimard]. Verujem da taj aspekt, koji se nije dokraja razvio u *Art Nouveau*-u, danas može ponovo da zadobije značaj. Osim toga, i Deganelo [Deganello] je pokušao da svojim komadima nameštaja dâ neku vrstu ograničenosti koja uopšte nije racionalna, nego usvaja antropomorfni izgled.

Ž.K.K. : Nije li dizajn danas u situaciji da o telu govori kao o mašini za individualno uživanje?

Đ.D. : Može se i o tome razgovarati. Nekada sam govorio da bi u nekom dizajnu budućnosti mogli postojati transformljivi predmeti, to jest projekti koje bi korisnik mogao transformisati. To je donekle bila utopija, no ja mislim da danas ima mogućnosti u tom smislu. S upotrebom novih materijala možemo zamisliti da korisnik sam

vrši modifikacije na predmetu koji koristi na način na koji to želi.

V.L. : Upravo ste dotakli pitanje mogućnosti da publika sama deluje na predmetu i da ga transformiše, situaciju, dakle, koju smo već imali kod predmeta na sklapanje i za modelovanje. Ali, zar publika ne očekuje od dizajnera konačnu verziju projekta? Nije li obična himera ta ideja o transformisanju?

Đ.D. : Himera je, može biti! Čini mi se da se publika uspavala, postala mlitava jer joj se pruža sve što poželji. Međutim, želja da se interveniše na predmetu opstaje, i kad bi se proizvodila takva vrsta predmeta, oni bi imali puno uspeha. Uostalom, ti predmeti na sklapanje i za modelovanje, zar oni ne nailaze na oduševljenje kod publike?

V.L. : Zar tu mogućnost transformisanja ne nalazimo i u sektoru klasičnog nameštaja gde su pravljene predmeti koji su posedovali tajne načine funkcionisanja?

Đ.D. : Ako pogledamo predmete sa životinjama koje je pravio Branci [Branzi], možemo primetiti da oni nisu imali mnoge veze sa dizajnom, ali oni, mišljenja sam, potvrđuju jedan ludički aspekt dizajna, po meni veoma važan. Traganje za igrom je ukorenjen u čoveku, a kombinatorne igre, nude ogromne mogućnosti.

Ž.K.K. : Neće li element igre još više pokrenuti društvo u pravcu simulacije?

Đ.D. : U svojoj poslednjoj knjizi *Fetiš svakodnevice*, koja nije prevedena na francuski, govorim pre svega o tome da je tri četvrtine naših aktivnosti, naših sugestija, naših percepcija fetišizirano, to jest mi se suočavamo sa stvarima koje su više privid nego suština. Stalno smo u situacijama koje se mogu nazvati utopijskim. Pogledajte rat, mi nemamo utisak da živimo rat, već da je to nekakva *wargame*, *jeu de massacre*.*

* *Franc.*, važarska igra obaranja lutaka loptom, doslovno „igra masakra“, *prim. pred.*

Ž.K.K. : Svakako, prisutna je simulacija, ali zar nije utopija u smislu projektovanja osporena u današnje vreme? Da li je još uvek moguć pojam društvene utopije?

Đ.D. : Videli smo smrt mnogih utopija. Prisustvovali smo veoma brzom umiranju društvenih utopija, bržem no što se moglo zamisliti. Vernika na Zapadu gotovo više da i nema, a vera u socijalnu jednakost izgleda kao opsena. I to može biti opasno.

Ž.K.K. : Dizajn je disciplina koja se ostvaruje putem selekcije. On crpe iz raznih oblasti (tehnologije, društva, kulture, ekonomije) koje ga zanimaju ono što mu treba. Međutim, u današnjem dizajnu postoji tendencija koja predstavlja pre rekuperaciju nego selekciju. U vašoj knjizi „Izgubljeni interval” upotrebljavate termin „katabolički” u smislu rekuperacije, i nasuprot njemu, termin „anabolički” u smislu razređivanja, da biste okarakterisali dve tendencije u savremenim likovnim umetnostima. Sadašnja epoha odista je „katabolička” kada je reč o dizajnu, pošto dizajner rekuperiše sve što ga zanima, kljuka značenjem svoj projekat, favorizuje umnožavanje ilustrovanjâ. Zar ne bi trebalo da, naprotiv, favorizuje kulturne modele?

Đ.D. : Ono što se naziva „postmodernom”, terminom veoma spornim uostalom, razvilo se zahvaljujući sklonosti ka *revivalu* i oživljavanju modela iz prošlosti. Mislim da bi u terminu „postmoderna” trebalo razlikovati dva značenja: jedno u Liotarovom [Lyotard] smislu i drugo u Dženksovom [Jancks], budući da se često mešaju ove dve tendencije, koje se ipak dosta razlikuju. Postmoderna se može shvatiti kao pravac koji dolazi nakon moderne, ali pozicija jednog Dženksa, Mura [Moore], ili Venturija [Venturi] je nešto sasvim drugačije: to je ponavljanje modela iz prošlosti, bez obzira na to kakva je ta prošlost. Murov *Italijanski trg* u Nju Orleansu ili Bofiljova [Bofill] ostvarenja u Parizu, relativno su štetne postmoderne konstrukcije jer

publici prezentuju sheme koje pripadaju prošlosti, ali interpretirane tako da izgledaju kao da su nove.

Ž.K.K. : To je dijabolični postmodernizam!

V.L. : Jednom rečju, krađa!

Đ.D. : Ne smemo brkati ovu tendenciju sa neogotikom ili neotjodorom, to je nešto sasvim drugačije! Neoklasicizam je bio velika epoha koja nema nikakve veze sa Grčkom ili Rimom. Engleska neogotika uzbudljiva je sa svojim čudesnim građevinama koje su s gotikom samo površinski povezane.

Ž.K.K. : To je upravo razlika koja se može napraviti između modela i ilustrovanja. Neoklasicizam i neogotika su modeli, dok postmoderna, ukidajući u potpunosti ideološku i etičku dimenziju, da bi sačuvala samo formalne i stilske oblike manifestovanja, biva ilustrativna. Šta vi mislite o tome?

Đ.D. : Uopšte se ne slažem s takvim skretanjem u arhitekturi i dizajnu. Naravno, to više neprilika stvara u arhitekturi nego u dizajnu, jer uzmete li jednu konstrukciju poput Bofiljove u Parizu, pa to zakrčuje prostor! Uostalom, prilično je štetna jer se publika navikava na glomaznost koja teško da bi mogla da ima ikakve veze sa onim što bi trebalo da bude moderna arhitektura. U manjoj meri iste opasnosti prisutne su i u dizajnu.

Ž.K.K. : U Torinu se šezdesetih godina javila *Arte Povera*, dok se u isto vreme u Milanu nije razvio srodan umetnički pravac. Ali zato je u Milanu došlo do obnove dizajna. Nije li reč o tome da je obnova dizajna i mogla da se dogodi jedino u Milanu, budući da je Milano poslovni centar, mesto berzanskih špekulacija, i da se dizajn tada mogao shvatiti kao disciplina gde jednu do glavnih uloga igra socio-ekonomski parametar. Kao što je samo u Torinu, kao industrijskom centru, mogao da se razvije rad sa

sirovinom, energijom, ona manuelna i intelektualna produkcija prisutna u *Arte Povera*.

Đ.D. : Da bismo to pitanje rešili, trebalo bi konsultovati preciznije istorijske podatke. No, čini mi se da to što vi govorite nije potpuno tačno. Pre se može reći da je dizajn nastao u Torinu, a ne Milanu. *Olivetti* je pre torinsko preduzeće, a prva predstava o dizajnu u Italiji potiče upravo od Olivetija. Tek kasnije se dizajn javio u Milanu i postao veoma važna delatnost ovog grada. S druge strane, *Arte Povera* je nesumnjivo jedan od najaktivnijih umetničkih pravaca šezdesetih godina u Torinu, ali ona je fenomen ograničen na ovaj grad i nije imala odjeka u ostalim delovima Italije. To je uostalom paradoks, jer pre bi se moglo očekivati da će se *Arte Povera* razviti u Milanu, poslovnom, kulturnom centru nego u Torinu, industrijskom gradu.

V.L. : Povodom razlike između Torina i Milana, Natalini je, čini se, pokazao da je, kada je reč o grupama kao što su *Superstudio* ili *Archizoom*, taj protest došao spolja, pre svega iz Firence i od nekih firentinskih preduzeća koja su bila spremna da se upuste u protest više po intelektualnoj, filozofskoj vokaciji nego po socio-ekonomskim implikacijama. Šta vi mislite o tome?

Đ.D. : Mislim da se može prihvatiti takvo gledište jer su se *Superstudio*, *Archizoom*, *Ufo* itd... razvili u Firenci koja ima malo industrije, a moderna Firenca nema puno mogućnosti za umetnički razvoj. U Firenci je, elem, uvek postojala želja za teoretisanjem o umetnostima uopšte, a naročito o arhitekturi. Firentinska arhitektonska škola odigrala je značajnu ulogu sa Mikeluđijem [Michelucci], Ričijem [Ricci]... a kada je reč o mladima kao što su Branci, Natalini, oni upošte nisu mogli da grade i onda su izmišljali nepostojeće objekte, tako da se ti protestni pokreti u Firenci razvijaju s prvim projektima *Superstudija* i *Archizoma*. Može se uostalom povući paralela između londonskog *Archigrama* i firentinskog *Superstudija*. Arhigram je u

Londonu napravio arhitektonski projekat koji je mnogo ličio na Bobur, a Pjanov [Piano] i Rodžersov [Rogers] Bobur ukazuje se tek kao dosta kasnija realizacija utopijskog projekta Arhigrama. Firenca je potpuno fosiliziran grad i tamo ne možeš ništa graditi. Ti arhitekti su, u stvari, pravili utopijske projekte koji su docnije izvođeni u Milanu.

V.L. : Milano je imao mogućnost da, u izvesnoj meri, ostvari te utopijske projekte; ne znam koliko je mogao da ih i stvarno sve realizuje, ali, u svakom slučaju, on ih je publikovao, što govori o značaju koji je ovaj grad imao za objavljivanje i prenošenje određenih zamisli.

Đ.D. : Svakako, u Milanu je bilo puno časopisa za arhitekturu i nije, dakle, nikakvo čudo što su ti projekti ovde pronašli prostor za svoju popularizaciju i širenje.

V.L. : Italijanski dizajn je prilično centripetalan, on uvek teži internim problemima italijanskog dizajna. Razmišljanje dizajnera Uga La Pjetre čini se da je nešto drugačije budući da se on zalaže za utopiju o dizajnu, koncentrisanom na područje oko Mediterana, koji bi upražnjavao načine proizvodnje svojstvene mediteranskim zemljama, sa malim proizvodnim jedinicama grupisanim u zadruge. Ugo La Pjetra protivstavlja ovaj mediteranski dizajn, izrastao iz zanatstva, nordijskoj kulturi koja praktikuje ekstenzivnu industriju nastalu s Bauhausom. Njegov rad predstavlja pokušaj da se povrati smisao zanatskoj proizvodnji koja je težila da krene putem arahizma ili elitizma.

Đ.D. : La Pjetra je idejno začetnik vredan pomena, naročito u domenu stakla, keramike. Meni se ne sviđa sve što je radio u oblasti nameštaja gde ima nekih spornih radova, ali njegova ideja da se zanatstvo usmeri u novom pravcu, dopada mi se. Izložbe koje je pravio u Veroni pokazale su se kao značajne budući da je uspeo da, zarad zajedničke delatnosti, okupi nekoliko zanatskih preduzeća

koja su izradivala očajan nameštaj, to jest tradicionalan u sasvim negativnom smislu, a na koja se sada uticalo da počnu da proizvode inventivniji nameštaj u dosluhu sa avangardnom produkcijom. Mislim, pre svega, na projekat sa alabasterom, u Toskani, u Volteri. Već duže vreme proizvode se predmeti od alabastera koji se ne mogu porediti s odvratnom replikom pizanskog tornja godinama pravljenom od alabastera. Trafeli [Trafeli], recimo, pravi veoma zanimljive predmete koji su između skulpture i zanatstva. Od alabastera se, međutim, ne mogu izrađivati upotrebnici predmeti, no, ipak, ovu težnju da se zanatstvu omogući da dostigne dostojanstvo skulpture, treba uvažiti.

Ž.K.K. : Zašto onda osuđujete pokušaje umetnika, skulptora da dizajniraju nameštaj?

Đ.D. : Tu postoji velika razlika! Ja se ne slažem s praksom *Metamemphisa* – gde se tražilo, između ostalog, od jednog Paolinija [Paolini], ili Pistoleta, da prave naslonjače – pre svega zato što je glupo dati jednom slikaru, koji uopšte ne poznaje dizajn, da dizajnira naslonjaču. Ali, kada je reč o Ugu Maranu [Ugo Marano] koji je, bez ikakve porudžbine, izrađivao nameštaj, ne zato da bi neko mogao da sedne, već da bi stvorio jedan izuzetan, posvećeni, simbolički ambijent, takav postupak je sasvim prihvatljiv – njegov nameštaj ima mitsku funkciju i takođe vanredan plastički kvalitet. To su skulptorska dela koja liče na stolice, sto... ali koja nemaju ništa zajedničko sa dizajnom.

Ž.K.K. : Približavati umetnost ornamentalnom, simboličkom a zaboravljati na njenu funkcionalnost, njenu transcendentnu vrednost, nije li to zamka? Nije li jedan od načina da se savremena umetnost pervertuje tražiti od umetnika da prave stolice, kada već publika više ne razume smisao umetnikovog rada?

Đ.D. : Ne, ne mislim tako. Praksa *Metamemfisa* je u suštini trgovačka, jer taj nameštaj ne kupuju obični ljudi, nego kalifornijski kolekcionari. To, dakle, nema nikakve veze s uobičajenim potrošačem. Dok su La Pietrini radovi dostupni širokoj publici, što pokazuje da je moguće izrađivati donekle funkcionalne, veoma dekorativne predmete pristupačne većini.

Ž.K.K. : No dizajn, čak i kada se u najvećoj meri pokazuje njegova bujnost, uvek zadržava neku funkciju, dok je današnja umetnost, čini se, izgubila svoj osobeni pečat. Američki kolekcionar koji ima puno para kupiće radije Pistoletovu ili Paolinijevu fotelju jer su za njega dela ovih umetnika hermetična, zar ne?

Đ.D. : To je činjenica! Setite se Pance di Bjuma koji je kupio projekte čiji su autori Sera [Serra], Džad [Judd], Levit [Lewitt] i potom dao da se izvedu. No, umetnici kažu da nije imao pravo da proda projekat izvođaču, jer projekat postoji kao takav. Razvila se, elem, velika rasprava između tih umetnika i kolekcionara koji je prekoračio svoja prava. To dobro pokazuje da više nema dela u tradicionalnom smislu. Samo još veliki američki muzeji kupuju bilo šta, samo da je ime slavno.

V.L. : Da li se ovim pokreće pitanje dvosmislenosti koja postoji između autorskog prava, odnosno vlasništva nad umetničkim delom, i vlasništva kolekcionara?

Đ.D. : Umetnici na žalost! osluškiju tržište. Sovjetski umetnici koji su bili pre dve godine u Italiji raspitivati su se da li za svoje slike mogu dobiti dvadeset ili trideset miliona lira. Oni su bili već poptuno okcidentalizovani. Naravno, umetnici su veoma odgovorni za tu deformaciju umetnosti koja je od nekadašnjeg duhovnog postala ekonomski posao. Situacija u muzici je bolja. Avangardna muzika ostala je prilično čista, dok se moralnost avangardne umetnosti može dovesti u pitanje.

Ž.K.K. : Da li se može pretpostaviti tešnija saradnja između teoretičara i dizajnera koja bi doprinela razvoju dizajna, odnosno mislite li da dizajnom treba da se bave samo rezidualna teorijska razmišljanja?

Đ.D. : Mislim da se ne pravi dovoljno jasna razlika između nadindividualnih predmeta kao što su avioni, podmornice..., takode velikog dizajna, i kućnih predmeta. Suviše se govori o kućnom predmetu, o nameštaju, stolnim predmetima... a često se zanemaruje ne-individualni predmet koji može biti veliki dizajn u pravom smislu reči. Na tom polju valjalo bi preduzeti produbljenje teoretisanje.

Ž.K.K. : Ovaj tip nadindividualnog predmeta uglavnom zavisi od političkih projekata koji prevazilaze pojedinca. Da li se onda može ustanoviti razlika između ideološkog dizajna i onog koji to ne bi bio?

Đ.D. : Mislim da bi borba koju su vodili ekolozi trebalo da ima snažnijeg odjeka i u oblasti dizajna. Došlo je do promene u shvatanju estetske dimenzije velike industrije. Pre pedeset godina bili smo iskreno zaprepašćeni velikim industrijskim kompleksima. Sećam se jednog putovanja s velikim pesnikom Unagaretijem, ima tome tridesetak godina, išli smo na Venecijanski bijenale. Pesnik je bio oduševljen tehnološkom panoramom i ogromnim industrijskim konstrukcijama. Danas više nismo fascinirani jer znamo za pustoš koju ovi industrijski kompleksi ostavljaju u prirodi, našoj sredini. Zato mislim da će se povratak prirodi, upotreba finijih energija... verovatno odraziti i na estetskom nivou na sve ono što je u vezi sa tehnološkim i industrijskim pejzažom.

Ž.K.K. : Ne postoji li rizik da se povratak prirodi protumači kao neka vrsta regresije u odnosu na tehnologiju?

Đ.D. : Ovde se ne radi o regresiji! Videli smo da je fascinacija tehnologijom bila samo privremen i prolazan fenomen, dok će ovo shvatanje značaja prirode imati veli-

kog uticaja. Zahtevaće se promena ovakvog vida automobila, na primer; karoserija će imati potpuno drugačiju funkciju, pa tako *Bugattijeve* karoserije, koje su prekrasne, više neće biti moguće. Čitavi sektori dizajna će se modifikovati u pravcu većeg uvažavanja sredine.

V.L. : Da li mislite da se osnovno zagađenje kojem smo izloženi sastoji u pomamnom individualizmu koji je potom uzrok i svega ostalog? Da li bismo mogli da se odrekemo tog individualizma kada je reč o jednom dizajnerskom projektu?

Đ.D. : Individualizam je možda pojas za spasavanje. Utopijska koncepcija od pre pedeset ili sto godina o globalizaciji predmeta dovela je do stagniranja individuum. Smatram da je ovaj povratak individualizmu, koji ide u pravcu personalnosti predmeta, pozitivan.

Ž.K.K. : Ali kod nadindividualnih predmeta koji su načinjeni pre za grupu nego za pojedinca ipak je prisutna izvesna pravilnost. Moguće je, dakle, ne ciljati na personalizaciju predmeta i zadovoljiti određenu socijalnu funkciju.

Đ.D. : To je poželjno isključivo kod nadindividualnog predmeta, dok kod individualnog, pa i zanatskog, treba ostaviti mogućnost personalizacije. Ja sam za razlikovanje kada je u pitanju individualni predmet i za globalizaciju kada se radi o nadindividualnom.

Ž.K.K. : Međutim, kada je reč o fenomenu stana, zapaža se da kada se stanarima, na osnovu slobodnog plana, pruži mogućnost da urede svoj prostor prema svojim željama, ta sloboda najčešće završi s vaspostavljanjem najstereotipnijih funkcija prostora. Šta vi mislite o tome?

Đ.D. : Otišao sam u Čikago sa Mis van der Roemom da pogledam *Lake Shore Drive Building*. Uveo me je u jedan stan sa slobodnim planom u koji se uselila jedna stara bečka gospođa. Bila je zakrčila sve prostorije ogromnim nameštajem koji je davao utisak pravih pregrada. Ona je

htela da vaspostavi svoj stari bečki stan. Mis se bio uzrujao. No ja mislim da je individualizam u ljudskoj prirodi i da uvek treba postavljati pregrade kako bi čovek mogao da se odvoji i uspostavi svoju „privacy”, intimnost.

Pogovor

DIZAJN KAO ZNAKOVNO PISMO SAVREMENE CIVILIZACIJE

Knjiga Gilla Dorflesa s izvornim naslovom *Introduzione al disegno industriale* i s podnaslovom *Linguaggio e storia della produzione di serie*, objavljena je prvi put još daleke 1963, kasnije je u Italiji doživela više ponovljenih i proširenih izdanja, prevedena je na nemački (1964), španski (1968, 1977), francuski (1974) i portugalski (1978), a posebno za ovu priliku po zamisli samog autora dopunjena je i inovirana sa još dva priloga, tekstom *Dizajn kao ogledalo kulture* objavljenom 1987. i jednim intervjuom sa Dorflesom vođenim 1991. Ujedno, ovo je četvrta u Jugoslaviji izišla Dorflesova knjiga, posle *Oscilacija ukusa i moderne umjetnosti* u izdanju Mladosti, Zagreb, 1963, treća koju u relativno kratkom vremenu objavljuju novosadski Svetovi (prethodne su *Moda*, 1986. i *Pohvala disharmoniji*, 1991), Dorflesov ekskluzivni izdavač u sadašnjem jugoslovenskom kulturnom prostoru.

Već sam podatak da knjiga o jednom tako brzo promenljivom fenomenu kao što je dizajn doživljava više izdanja i objavljuje se u raznim sredinama govori da je reč o tekstu koji se odražao u danas veoma brojnoj literaturi o ovoj delatnosti. Zajedno sa još starijim knjigama Herberta Reada *Art and Industry* iz 1934, Siegrieda Giediona *Mechanization takes Command*, 1948. i Reynera Banhama *Theory and design in the first machine age*, 1960, Dorflesov *Uvod* čini jedan od ključnih priručnika za upoznavanje s osnovnim problemima industrijskog dizajna, mada, svakako treba reći da su poslednja zbivanja i specifični pristupi doneli u ovom području sasvim nove uvide od kojih je neke na jednom mestu moguće upoznati u

zborniku *Design after Modernism*, kojega je 1988. priredio John Thackara.

Kada se zna za vrlo široki raspon Dorflesovih interesovanja, kada se ima u vidu prevashodno didaktički karakter njegovog pristupa i načina pisanja, lako će se zaključiti da on ni dizajnu – kao, uostalom, ni drugim oblastima kojima se bavi – ne prilazi s pozicija uskog specijaliste, stručnjaka jedne discipline, pogotovo ne nekog ko se zalaže za jednu od tendencija unutar prakse industrijskog oblikovanja. Dorflesova polazna namera u osnovi je edukativna, informativna i stoga on pitanja dizajna, svestan da se s predmetima industrijskog oblikovanja susreće veliki broj njihovih korisnika, želi da predstavi što je moguće pristupačnije, iznoseći niz temeljnih podataka i mnoštvo poznatih činjenica. Isto kao kada piše o arhitekturi ili o modi, o visokoj umetnosti ili o masovnim medijima, Dorfles to uvek radi s pozicije estetičara ili, još pre, s pozicije kulturnog antropologa klasičnog obrazovanja i humanističke vokacije, pri tome imajući u vidu da čak ni autor takvog profila ne sme da se odeli, naprosto ne može da ostane po strani od realnosti životnih zbivanja u vremenu i u sredini kada i gde vladaju okolnosti postojanja u uslovima industrijske, danas i postindustrijske, civilizacije i svih onih popratnih pojava koje iz takvih okolnosti proizlaze.

Da bi odredio oblast rasprave u ovoj knjizi, Dorfles neće eksplicitno poći od neke postojeće i usvojene definicije dizajna, niti će o dizajnu postaviti neku svoju teoriju, ali će ipak zbog sporazumevanja oko bitnog karaktera teme predložiti da se pod pojmom dizajna podrazumeva svet funkcionalnih predmeta proizvedenih industrijskom (a ne zanatskom) tehnologijom, dakle, svet serijski umnoženih predmeta s određenom praktičnom namenom, za razliku od suštinske nefunkcionalnosti umetničkog dela. Ali, ujedno, to će biti i predmet koji obavezno poseduje određene estetske, bolje reći, oblikovne osobine, predmet u čijem nastanku učestvuje formativna volja, s ciljem da se prevaziđe ona ekstremno funkcionalistička postavka koju će Dorfles videti pod znakom „antihedonističkog puritanizma”. Dorfles, naravno, ne uvrštava dizajn u područje umetnosti, on će uvek biti svestan njegovih tehnoloških,

ergonomskih i ekonomskih prioriteta, ali nipošto ne želi da između područja dizajna i današnjeg veoma proširenog područja umetnosti postavi neku nepremostivu ogradu, svestan da u savremenoj civilizaciji između mnogih oblasti znanja i praksi vladaju nerazdvojivi interdisciplinarni odnosi.

Relacije koje Dorfles uočava između dizajna, s jedne, i ostalih oblasti znanja i praksi, s druge strane sasvim lako se razabiru iz naslova i sadržaja konciznih poglavlja ove knjige. Pored spona sa istorijskim pojavama iz oblasti arhitekture i umetnosti u pokretu *Art and Crafts*, u *L'Art Nouveau*, u Bauhausu, problematika dizajna uvedena je u mreže odnosa sa savremenom umetnošću i sa masovnim medijima, u vezi s dizajnom upliću se rasprave o teoriji informacija, o semantici i semiotici predmeta industrijskog oblikovanja, o hirovima mode, o fenomenu „trošenja” koji neizbežno prati čak i najuspešnije tvorevine dizajna čija funkcionalna svojstva i estetski izgled s vremenom obavezno zastarevaju. Dorfles, dakle, dizajn vidi pod znakom neprestane i nezaustavljive dinamike koja vlada u ovom području ne samo pod dejstvom „oscilacija ukusa”, o čemu je ovaj autor često pisao, nego i pod uplivom razvoja tehnologije, zakonitosti tržišnih faktora i ostalih najrazličitijih ljudskih potreba koje na položaj dizajna posredno ili neposredno utiču.

Kao i za mnoge oblasti, tako je i za dizajn dolazak klime postmodernog stanja značio ne samo zamah produkcije predmeta specifičnih oblikovnih karakteristika nego, još pre, promenu pogleda na neka dotle čvrsto utemeljena shvatanja o prirodi ove discipline. Uvek dovoljno ažuran u recepciji tekućih ideja svoga vremena, Dorfles će u novijim tekstovima o dizajnu (*Dizajn kao ogledalo kulture*, 1987, intervju iz 1991, objavljenim u ovoj knjizi) pravovremeno reagovati na reflekske post-moderne u području dizajna (a takode arhitekture i likovnih umetnosti u celini). Dorfles, zapravo, ni u vreme dominacije kasnog modernizma nije bio zagovornik strogih postulata funkcionalnosti i utilitarnosti predmeta industrijskog oblikovanja; to je, uostalom, sasvim razumljivo za jednog estetičara i umetničkog kritičara. Otuda će tim pre lako i rado prihvatiti antifunkcionalističku orijentaciju dizajna u post-moder-

nom dobu (biće, na primer, umereno naklonjen pojavama kao što su *Memphis* i *Alchimia*), ali čim primeti da nastupa stadijum rutinske eksploatacije i tržišne proliferacije post-modernističkih standarda, kada zaključi da su se i ti iznasci akademizovali i banalizovali ništa manje od onih kojima su se prethodno suprotstavili, biće prema tome otvoreno kritičan, stajući kao i ranije u odbranu stvarnih potreba i njihovih zadovoljenja koje dizajn vrši u svojim mnogobrojnim svakodnevnim obavezama u savremenom svetu. Po svojoj ideološkoj projekciji, Dörflesov stav prema prirodi dizajna mogao bi se označiti kao bitno modernistički ili, tačnije – kao što će on sam reći – neo-modernistički, za razliku od post-modernističke pozicije, na čije se pojedine postavke Dörfles privikao, ali na čije strogo pridržavanje nipošto ne pristaje.

Odmerenost, ravnoteža, međusobna usaglašenost svih komponenti koje čine svojstva svakog pojedinačnog predmeta dizajna i discipline idustrijskog oblikovanja u celini – to je niz temeljnih uporišta kriterijuma kojega Dörfles primenjuje i brani u ovom području svojih razmatranja. Dörfles, naravno, podrazumeva da je predmet dizajna po prirodi stvari namenjen obavljanju praktičnih funkcija, taj predmet u isto vreme treba da poseduje i estetske osobine svoga izgleda, ali pored toga Dörflesa, kao antropologa i semiologa kulture, problematika dizajna privlači pre svega zato jer mu ova oblast nudi mnogobrojne podatke pogodne za iščitavanje kulturnih procesa karakterističnih za vreme i sredinu u kojima se ti procesi odvijaju. Štaviše, Dörfles će izričito reći da je dizajn moguće shvatiti kao „ogledalo kulture” (kako glasi naslov jednog teksta u ovoj knjizi), a to, drugim rečima, znači da odgovori na pitanja dizajna i povodom dizajna nude uvide u to kako se formiraju i ispoljavaju modaliteti odnosa predmet-okolina u kulturi svakodnevnog života u savremenom svetu. Dörflesu je, naime, blizak zaključak po kome najobičniji, čak i najbeznačajniji, predmet, kojim se svakodnevno služimo ne razmišljajući o njegovim semantičkim i simboličkim svojstvima, postaje i, zapravo, postoji kao *znak* koji u sadejstvu sa ostalim srodnim ili bitno drugačijim znakovima stvara veoma gustu mrežu podataka iz čijih značenja možemo da

sažmemo neka od saznanja o ukupnom liku epohe u kojoj takvi znakovi tokom vremena nastaju i nestaju.

Ješa Denegri

SADRŽAJ

PREDGOVOR	5	21. POKUŠAJ KLASIFIKACIJE DIZAJNA.....	79
1. KRATAK ISTORIJSKI UVOD	11	22. OGRANIČENJA DIZAJNERSKE DELATNOSTI PRI PROJEKTOVANJU	84
2. OD VILIJAMA MORISA DO <i>ARTS AND CRAFTS</i>	16	23. ŠKOLOVANJE DIZAJNERA.....	87
3. <i>ART NOUVEAU</i> I NJEN ODNOS PREMA DIZAJNU... ..	18	24. PRETPOSTAVKE O BUDUĆEM RAZVOJU DIZAJNA.....	93
4. OD BAUHAUSA DO NAŠIH DANA.....	21	RAZVOJ DIZAJNA POSLEDNJIH GODINA U SVETU....	99
5. ITERATIVNI KARAKTER I POJAM „STANDARDA”	26	BIBLIOGRAFIJA	113
6. RAZLIKA IZMEĐU ZANATSTVA I DIZAJNA.....	30	REČNIK.....	119
7. INDUSTRIJALIZOVANA ARHITEKTURA I DIZAJN.....	34	DIZAJN KAO OGLEDALO KULTURE.....	157
8. ODNOSI IZMEĐU DIZAJNA, SLIKARSTVA I SKULPTURE	37	RAZGOVOR ŽAN KLODA KONEZAA [JEAN CLAUDE CONESA] I VENSANA LEMARŠANA [VINCENT LEMARCHANDS] SA ĐILOM DORFLESOM VOĐEN 26. FEBRUARA 1991. U MILANU.....	165
9. DA LI GRAFIKA SPADA U DIZAJN?	41	Pogovor: DIZAJN KAO ZNAKOVNO PISMO SAVREMENE CIVILIZACIJE.....	181
10. TEORIJA INFORMACIJE, FUNKCIONALNA I STRUKTURNA KOMPLEKSNOST, <i>TROŠENJE</i> DIZAJNA.....	42		
11. SIMBOLIČKE I SEMIOTIČKE VREDNOSTI INDUSTRIJSKOG PREDMETA	45		
12. POZITIVNI I NEGATIVNI ASPEKTI <i>STYLINGA</i>	50		
13. ODNOSI IZMEĐU STAJLINGA, MODE I DRUŠTVENOG UREĐENJA	54		
14. POJAM <i>VANSERIJSKOG</i> I ZABLUDE U VEZI SA MALOM <i>SERIJOM</i>	58		
15. REKLAMNA I SAMOREKLAMNA VREDNOST DIZAJNA.....	62		
16. ORIGINALNOST, UNIVERZALNOST I PLAGIJAT....	64		
17. ZNAČAJ TEHNOLOŠKOG ČINIOCA.....	67		
18. EKIPNI RAD I NJEGOVE KARAKTERISTIKE	70		
19. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I SISTEMI PRODAJE.....	72		
20. DIZAJN I MAS-MEDIJI.....	75		