



Ludovít PETRÁNSKY
KONTEXT A FORMA
(Možnosti a limity semiotiky pri interpretácii dizajnu)

Vývin dizajnu sprevádza v posledných desaťročiach množstvo nových pohľadov na všetky aspekty jeho praktickej, teoretickej i metodologickej sféry. Ich spoločným menovateľom je predovšetkým skutočnosť, že dizajnérske dielo posudzujeme na báze mnohotvárnosti jeho funkcií a považujeme ho za emancipovanú účasť komunikatívnych štruktúr nášho prostredia. Iniciatíva netradičných, generujúcich úsilí sa prejavuje v širokom spektre tvorivých, ale aj interpretačných a hodnotiacich prístupov, ktoré sa navzájom prelínajú a dopĺňajú. Z tohto pohľadu dizajn nevytvára len materiálnu realitu, ale spája aj komunikatívne funkcie.



Pavol Hlôška: Objekt II. 2001.

V oblasti klasickej metodológie dizajnu boli veľmi striktné - a často až dogmaticky - rozpracované najmä metódy zohľadňujúce fyzickú stránku dizajnérskej práce.

V centre tvorivého záujmu frekventovali predovšetkým praktické funkcie (napr. technické predpoklady produktov, sociálne aspekty). Platili algoritmy pri riešení určitých úloh s presným vymedzením počtu operácií-krokov, z ktorých každý je presne definovaný. Úsilie týmto spôsobom interpretovať návrhový proces vlastne svojim chápaním nadväzovalo na karteziánske myslenie, t.j. filozofiu racionalizmu, ktorá sa úvahami o metóde stala ideálom – vzorom pre metodológiu dizajnu. Z tohto zorného uhla sa práca dizajnéra neraz hodnotila ako činnosť plánovača. Napriek určitému redukcionizmu treba priznať, že klasická metodológia dizajnu (systémový výskum prvej generácie), vznikajúca ešte v období modernizmu, prispela už v 60. rokoch k stabilizácii disciplíny, ktorá sa v ďalších desaťročiach prehýbala, najmä, vďaka akcentovaniu významu duševnej práce dizajnéra. Táto podnetná situácia vyplýva zo sebareflexie a otvorenosti dizajnérskeho

vývoja vo všetkých jeho zložkách voči rozmanitým formám života, umeleckým tendenciám, metodikám a metódam iných disciplín atď.

Ako výstižný doklad konkrétnej argumentácie môžeme na tomto mieste uviesť aj pre túto disciplínu významné a príťažlivé dielo filozofa Paula Karla Feyerabenda (1924-1994), radikálneho kritika redukcionizmu a normativizmu v metodológii. Tento reprezentant pragmatickej teórie vedy a epistemického anarchizmu sa dôrazne postavil proti prijatiu jedinej, všeobecne platnej metódy (napr. karteziánskej). Zdôraznil, že vývin vo vede i umení bol vždy spojený s porušovaním noriem a vynachádzaním rozmanitých



Alessandro Mendini: Kandissi. 1978.

postupov. Feyerabendov východiskový princíp proliferácie vo svojej podstate hovorí, že „k všetkým, aj tým najpresvedčivejším a všeobecne uznávaným teóriám treba vytvárať alternatívne teórie“. Podľa neho ani jedna teória nevysvetľuje, nevie vysvetliť všetky fakty. A práve na nevysvetlených faktoroch treba stavať alternatívy... K princípu proliferácie pripojil Feyerabend neskôr princíp tenacity (súdržnosť, tuhosť) – je možné a potrebné držať sa každej teórie a rozpracúvať ju bez ohľadu na ťažkosti, s ktorými sa stretáva. Vo vede pôsobia obidva princípy vo vzájomnej jednote. Z dvoch predchádzajúcich princípov potom vyplýva tretí, ktorý jediný má absolútnu platnosť. Týmto princípom je „anything goes“, všetko ide, všetko je zdôvodniteľné...

Metodológia, ktorá spája princíp proliferácie, je pluralistickou metodológiou. Feyerabendov pluralizmus a spochybňovanie ustálených kritérií v záujme slobody vedy, popieranie diktátov predsudkov i noriem, a najmä jeho „anything goes“ mali priamy,



materiálovo dokázateľný vplyv aj na formovanie netradičných ciest dizajnu, na „nový lesk vecí“ v 70. rokoch a neskôr. Mali vplyv napriek tomu, že Wolfgang Welsch vo svojej knihe *Estetické myslenie* upozorňuje na povrchnosť a plytkosť podobných sloganov pre formovanie postmodernity, ktorá koncom 70. rokov nachádza synonymum svojho vyjadrenia v termíne pluralita. A Suzi Gabliková varuje, že „pozitívny efekt plurality totiž kráča ruka v ruke s negatívnym, ktorý má viditeľne dezintegrujúci charakter“.



Aldo Cibic: Belvedere console table. Memphis. 1982.

Približne v rovnakom časovom horizonte, do ktorého datujeme práce Paula Karla Feyerabenda, evidujeme výrazne premeny v samotnej metodológii dizajnu. Hovorí sa o zmene jej paradigmy. Nová situácia je charakterizovaná preferovaním plurality tvorivých, teoretických a metodologických postupov ako synonymom humanistického chápania problému. Predovšetkým Američan Christopher Alexander prácami *A Pattern Language* (1977) a *The Timeless Way of Building* (1979) poukázal na fenomenologický rozmer práce dizajnéra. Bol to jeden z rozhodujúcich krokov v tejto oblasti. Zmena dovtedajšej paradigmy spočíva v tom, že subsystémy, elementy (patterns) sú predmetom obsahového popisu, čo z hľadiska vedecko-teoretického prezentuje prechod od metód praktického konania k metódam duchovného konania. Dôležité je pritom pochopenie, že všetky štruktúry, budovy i objekty okolo nás majú svoju vlastnú

Michael Bihain: Relax chair. 2004.



reč, ktorá by mala byť diferencovaná aj podľa analýzy určitého užívateľa produktu.

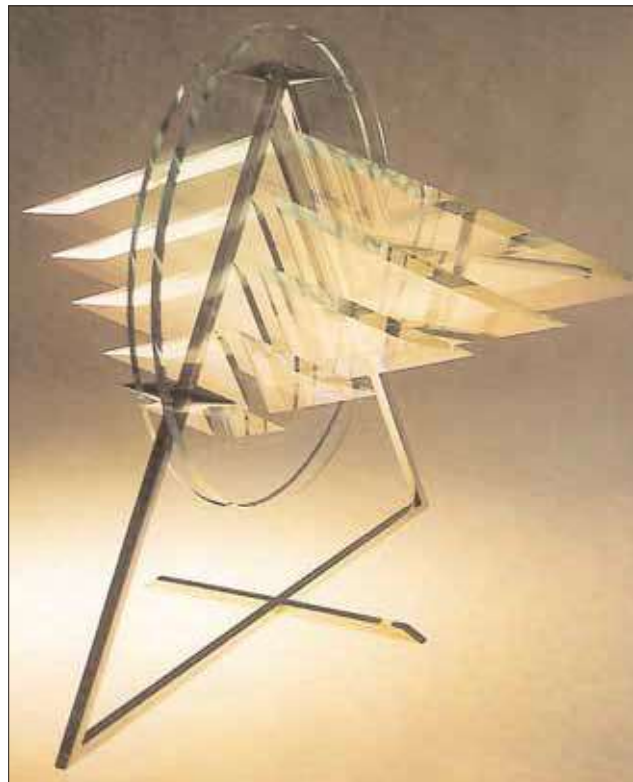
Vytváranie formy produktov neprebíha vo vzduchoprázdne. Spoločensko-kultúrny vývin, dejinné pozadie a produktovo-technické podmienky hrajú pritom úlohu práve tak ako ergonomické, sociálne alebo ekologické požiadavky, hospodárske alebo politické záujmy alebo umelecké nároky. Preto zapodievať sa s dizajnom znamená vždy reflektovať podmienky, v ktorých dizajn vznikol.

Touto citáciou sa dostávame k problematike nového chápania vplyvu a štruktúry kontextu na vytváranie formy. Christopher Alexander sa už roku 1964 zaoberal problematikou formy a kontextu. Ak riešenie formy je dôležitým problémom pre prácu dizajnéra, potom musíme zdôrazniť, že kontext sa významne podieľa na jej vzniku.

Pokiaľ sa predtým pod kontextom rozumeli len ergonomické či sociálne podmienky alebo možnosti realizácie, nebolo to dostačujúce.

Talianska architektka a dizajnérka Cini Boeri to charakterizuje takto: „Pred rokmi sa dizajn produktov nachádzal v relatívne ortodoxnom kontexte. Narábali sme s kusom nábytku alebo predmetu pre domácnosť. Procedúra dizajnu spočívala v identifikácii požadovanej funkcie, v jej skúmaní a obohatení v určení najvhodnejšieho materiálu pre produkt a v návrhu cenovo najefektívnejších metód masovej produkcie. Logickým následkom potom boli štúdium a projektovanie jasného imidžu produktu tak, aby jeho užívanie bolo bezprostredne zrejmé pre konzumenta. Taká bola procedúra pred rokom 1972.“

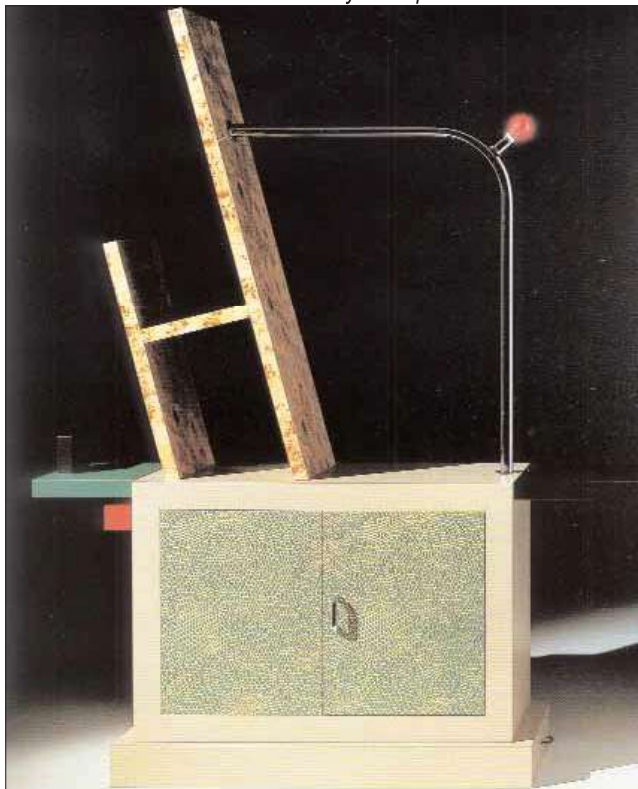
Michal Gavula: Vrstva poznania. 2000.





Kontext je jav mnohovrstvový, onticky bohato štruktúrovaný. Priznávame mu pluralizmus významov i zmyslov a Lyotardom zdôrazňovanú svojbytnosť rozličných orientácií a kultúr. V tomto príspevku ho chápeme ako: a) vonkajší rámec v najširšom zmysle „ducha čias“; b) kontext formy, teda konkrétny dizajnérsky rámec; c) kontext totožný so semiotickou situáciou (semiozis); d) kontext ako kód správy a posolstva; e) kontext ako protiklad objektu v zmysle protikladu dizajnu kontextu oproti dizajnu objektov. Terry Wonograd a Fernando Flores potom výstižne charakterizujú vytváranie formy ako proces ontologickej povahy. Ak sa dnes hovorí o perspektívnej potrebe tvorby dizajnu kontextov a rámca namiesto dizajnu objektov, potom východiskovú pozíciu vidíme predovšetkým v zdôrazňovaní hodnotiaceho hľadiska určitého predmetu z pozície subjektu človeka a jeho ontologickej situácie. A rámec, kontex podľa nášho presvedčenia zastupuje existenciálny rozmer i charakter miesta zrodu dizajnérskeho diela. Alessandro Mendini sa vyznáva: „Náš skutočný problém nesúvisí s konkrétnym navrhovaným projektom, ale s tým veľkým projektom, ktorým je život a jeho prežívanie. Je to otázka ceremónie, ktorý treba vyjadriť pomocou dizajnu. Základnými slovami dizajnéra, ktorými označuje objekty a priestory sú: „univerzum“, „náboženstvo“, „večnosť“. Architekt a dizajnér Michael Graves vidí zase jeden zo zmyslov takéhoto navrhovania objektov v ich možnostiach vyjadrenia mýtov a rituálov tej-ktorej spoločnosti. Ich charakter vidí v tom, čo nám dáva konečnú predstavu identity v rámci miesta, budovy alebo miestnosti. „Sú čiastočne výpoveďou, čiastočne pamäťou, čiastočne nostalgiou, čiastočne symbolom, skrátka sú osobnosťou miesta“.

Ettore Sottsass: Beverly. Memphis. 1981.



Ak sa teda pýtame na zmysel jednotlivých fenomenálnych podôb dizajnu, nachádzame viacero odpovedí. Dnes už neprevláda názor, podľa ktorého dizajn je len mechanickým dôsledkom priemyselnej revolúcie so striktno diktovanými podmienkami funkčnosti formy i podriadenosti existujúcim technológiám a ďalším limitom sériovej výroby. Rešpektujeme základné východiská dizajnu syntetizujúce technické, výtvarné, ergonomické, ekonomické i ďalšie zložky. Ale už neplatí, že rozhodujúca je funkčná stránka výrobku, z ktorej dobrá forma vznikne sama, prípadne ju autor dodatočne navrhne ako módný ornament. Pre úplnú pravdu však treba povedať, že ani jednostranné zdôrazňovanie výtvarnej stránky nemôže zakryť funkčné nedostatky.

Na základe akceptovania načrtnutých myšlienok vyplývajú pre dizajn dve úlohy: a) pri tvorbe formy bude autor zohľadňovať pluralistický kontext; b) popri dizajne objektov sa bude dizajnér stále vo väčšej miere podieľať na tvorbe kontextov a rámcov so všetkými ontologickými dôsledkami, ktoré z toho vyplývajú.



Michele De Lucchi: Riviera Chairs. Memphis. 1991.

Tvarovanie udalosti a diania nie je identické s tvarovaním statických foriem. Je možné prirodzene realizovať navrhovací proces v duchu tradičného, a najmä zjednodušujúceho chápania formuly „form follows function“, ale tam by sme pri hodnotení nemali používať pojem dizajn, ktorý vyjadruje novú kvalitu predmetu.

V dôsledku zdôrazňovania podielu pluralistického kontextu na tvorbe formy sa v metodológii a teórii dizajnu väčšmi aplikujú filozofické disciplíny: fenomenológia, hermeneutika, semiotika. Napr. veda o znakoch zaznamenala v tejto oblasti široký rozmach a mnohotvárne formy aplikácie, ktoré sú poznamenané viacerými premenami až po tzv. kritickú semiotiku. Dotýkajú sa jednak rozličného zdôrazňovania jej jednotlivých disciplín (syntax, sémantika, pragmatika), ako aj striedania jej použitia v tvorivej praxi, teórii alebo metodológii, ale najmä prechodu od lingvisticky orientovanej semiotiky k semiotike každodenného života, ktorá má pravdepodobne rozhodujúci podiel na vzniku samostatnej všeobecnej teórie znakových systémov.

Okrem iných Rainer Funke roku 1988 veľmi presvedčivo interpretoval problém vzťahu formy a kontextu práve na báze semiotiky a potvrdil, že podstatnou podmienkou semiotiky je kontextová situácia a predmety sa dajú interpretovať ako znaky



vtedy, keď sa vnímajú v určitom prostredí, ktoré navodzuje určitú interpretáciu.

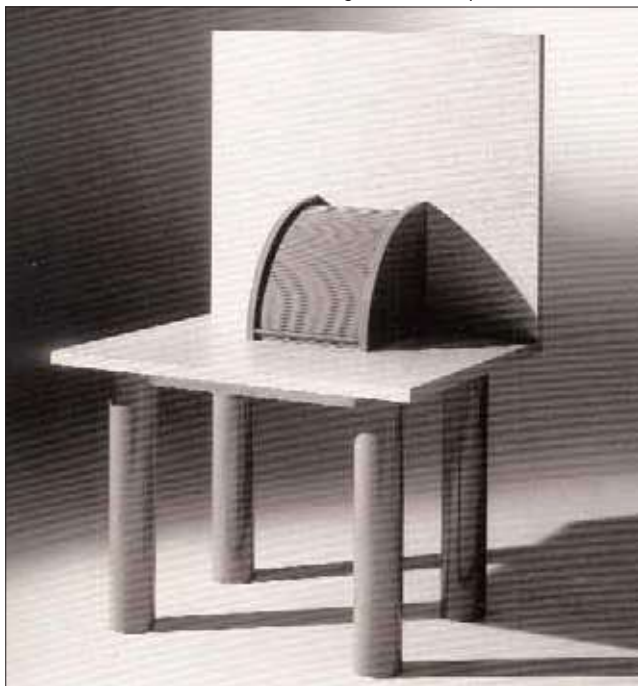
Z nášho hľadiska sa teraz budeme zaoberať predovšetkým významom, možnosťami i limitom využitia semiotiky pri analýze a interpretácii dizajnu posledných desaťročí. Sledovanie tohto zámeru sa opiera o práve uvedenú zmenu paradigmy vo všeobecnej i disciplinárnej metodológii ako aj nového pohľadu na problematiku vzťahu pluralistického kontextu a formy.

Semiotika bola prítazlivá pre dizajn už od prelomu 50. a 60. rokov. Predovšetkým na Hochschule für Gestaltung v Ulme (1953-1968), kde venovali okrem iného zvláštnu pozornosť aj otázkam metodológie, sa rozvíjal záujem o túto oblasť.

Teoretik, pedagóg dizajnér profesor Tomás Maldonado uverejnil už počas svojho pôsobenia na HfG Ulm článok o vzťahu komunikácie a semiotike dizajnu (1959) a roku 1961 vydal *Terminológiu semiotiky*. Hans Gugelot o rok neskôršie v prednáške *Dizajn ako znak* poukázal na identitu znaku a dizajnu. „Produkt s pravým informatívnym obsahom je znak... Pre náš spôsob pozorovania sa predpokladá ako niečo prirodzené, a že človek rozumie reči predmetov. Do určitej miery to môžeme predpokladať aj vnútri nejakého uzavretého kultúrneho okruhu“. Gui Bonsiepe, absolvent a pedagóg HfG Ulm, dizajnér, teoretik a metodológ roku 1963 zdôraznil v príspevku *Priemyselný dizajn* a Charles Sanders Peirce význam semiotiky pre dizajn

„Na jednej strane svet predmetov a svet znakov je konštruovaný identicky... a na druhej strane komunikačné aspekty spočívajúce na znakových procesoch predstavujú vo vzťahu užívateľa k spotrebnému predmetu azda najvýznamnejšiu časť teórie Industrial Design.

Shiro Kuramata: Ritz - writing desk. Memphis. 1981.

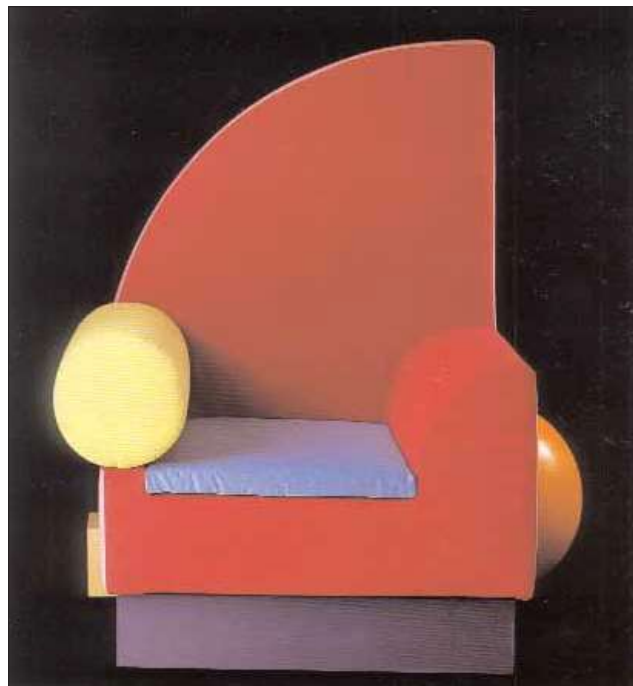


Na HfG Ulm otázku semiotiky rozvíjali predovšetkým v jej syntaktickej zložke, teda v diskusii o elementárnych tvarovacích prostriedkoch, čo často chápali aj ako prácu na význame. Chýbala najmä jej druhá zložka sémantická. Je to pochopiteľné, pretože sa tu ešte vtedy používal kategoriálny aparát Gute Form. Význam semiotiky sa však postupne uplatňoval aj na iných školách.

Až do 70. rokov sa tento komunikačný model ponímal zjednodušene, t.j. dizajnér sa považoval za vysielajúcu určitú správu (message ako produkčná funkcia). Tento model však treba chápať ako otvorený, lebo najmä v dizajne sú súčasťou semiotickej situácie rozmanité asociačné reťazce, ilúzie, alegorické formy, ktoré sa vyvolávajú u recipienta (kupca, užívateľa) určitými formami a ovplyvňujú jeho motivácie správania i nákupu. Jan Mukařovský v tejto súvislosti hovoril o bezprostredných a znakových a Jean Baudrillard o primárnych a sekundárnych funkciách predmetu. Umberto Eco používa pojmy denotácie a konotácie, ktoré sa navzájom podporujú. Pod denotáciou rozumie predmetný význam (reálnu, neprázdnu množinu predmetov, ktorú znak označuje).

V prípade stoličky je jej primárnou funkciou označovanie spôsobu sedenia, konotáciou rozumie všetky druhotné významy, ktoré znak vyvoláva vo vedomí vnímateľa v rámci určitej kultúry napr. iné thonetka, iné stolička trón a iné stolička – elektrické kreslo. Automobil podľa neho nie je len prostriedok na dopravu, ale (chápaný ako konkrétny fyzický objekt) „označuje určité sociálne postavenie a nadobúda nepochybnú symbolickú hodnotu“. K tomu nedochádza len vtedy, keď sa „automobil“ objaví ako abstraktná trieda označená ako obsah verbálnym alebo piktografickým označujúcim, ale práve vtedy, keď automobil vystupuje AKO PREDMET.

Peter Shire: Bel Air. Armchair. Memphis. 1982.





Inými slovami, predmet (automobil) sa stáva označujúcim viacerých denotátov či významov, ktorými nielen „automobil“ voči iným dopravným prostriedkom, ale môže byť napríklad aj „rýchlosť“, „dekor“, „bohatstvo“ ... prepych, sila. A ako taký sa predmet (automobil) stáva označujúcim rozmanitých funkcií (alebo použití). Medzi najpozoruhodnejšie semiotické analýzy v oblasti dizajnu ďalej patrí rozbor objektov bývania, áut i predmetov dennej spotreby (analýza všedného) od Jeana Baudrillarda, považovaného za zakladateľa semiotiky dizajnu. S ním popri Jacquesovi Derridovi a Julii Kristevy začínajú aj motívy kritickéj semiotiky.

Baudrillardov pojem „semiotickéj katastrofy súčasnosti“ súvisí s touto etapou jej rozvoja. Navyše podľa neho v „informačnej spoločnosti, v ktorej sa skutočnosť utvára prostredníctvom informácií, nie je len čoraz ťažšie rozlišovať medzi realitou a zdaním, ale je to čoraz menej možné a stáva sa to nezmyselným. A práve v tejto situácii sa ukazujú pozitívne perspektívy i etická zodpovednosť tvorby dizajnéra. Máme na mysli napríklad jeho kľúčový význam pri koncepciách virtuálnej reality, a to nielen v akciách virtuálnych hier, ale priamo vstupom umelého sveta do nášho skutočného sveta. Diagnóza súčasného stavu civilizácie je aj diagnózou dizajnu.

Aj Roland Barthes dokázal vlastným oblúkom semiotických štúdií (od lingvistickej po neverbálnu semiotiku každodenných vecí), že viacvrstvé pozorovanie môžeme uplatniť na všetkých produktoch.

V štúdií Systéme de la mode z roku 1967 ho analýza módy priviedla k zdôvodneniu jej dvojvýznamovosti. Praktického použitia a rétorickej výpovede. Autá sú pre neho nielen prostriedky pohybu, ale aj symbolické, kultové objekty. Napríklad vo svojich semiotických rozboroch sa venoval známemu Citroënu DS, v ktorom videl ekvivalent veľkých gotických katedrál.

Výstižným dokumentom rozvíjania semiotickej tradície je Taliansko. Prejavuje sa to v hravosti talianskeho dizajnu a jeho obrodzujúceho vplyvu na celý svetový vývoj v tejto tvorivej oblasti. Sem patria talianske Protismery (napr. Radical Design, Alchimia, Memphis, Superstudio), ktoré sú charakterizované spätosťou s vlastným kultúrnym kontextom, čo zároveň znamená, že sa tým umožňuje dešifrovanie spoločenských znakových systémov v ich zjavných i skrytých významoch. Poznanie vlastného kultúrneho kontextu však môže nadobudnúť aj kritický, neraz ironický charakter. Tak je to napríklad v prípade nemeckej skupiny Kunstflug, ktorá podrobila revízií Gute Form. Východiskom ďalších možných úvah o nastolenej problematike je chápanie kultúry ako semiotického javu, ktorého súčasťou je aj nekonečná rozmanitosť predmetov premenených na znaky.

V tomto smere sú pre nás použiteľné obidve Ecove hypotézy (radikálnejšia aj umiernennejšia), že „celá kultúra musí byť študovaná ako semiotický jav“ alebo „všetky aspekty kultúry môžu byť študované ako obsahy semiotickej aktivity“, predstavujúce sústavu neverbálnej komunikácie. Celá kultúra by mala byť teda študovaná ako „jav komunikácie založený na systémoch označovania“.

Človek komunikuje so svojim okolím prostredníctvom znakov a pokladáme za prirodzené, že rozumie nielen ľudskej reči, ale aj reči predmetov. Pritom sa predpokladá otvorenosť komunikačného procesu a interakcia medzi autorom a recipientom. V tomto prípade to znamená, že dizajnér nielen „uloží“ najrozličnejšie (nielen praktické) funkcie produktu do systému znakov tak, aby im potenciálny užívateľ a v jednej osobe aj interpret porozumel, ale že prijímateľ a užívateľ sa stávajú súčasťou dizajnérskeho diela, ktoré nie je len súčasťou vonkajšieho komunikačného reťazca, ale samo je neukončenou vnútornou komunikáciou. Preto je žiaduce, aby dizajnér mal jasno o znakovom repertoári príslušného užívateľa, to znamená, že by mal rozumieť kultúrnym predpokladom použitých znakov. Umberto Eco navrhol „definovať ako znak všetko, čo môže byť na základe predtým prijatej spoločenskej konvencie chápané ako NIEČO, ČO STOJÍ NAMIESTO NIEČOHO INÉHO“. (Často sa stáva, že dielo presahuje svojím pôsobením určité vymedzené kultúrne regióny a nachádza recipientov v iných kontextoch.). Tento aspekt je dôležitý najmä pri spracúvaní symbolických funkcií produktov, ktoré sa nevzťahujú na bezprostredné vizuálne skúsenosti.

Reč produktu (Product Semantics) so systémom znakov a duchovným kontextom ich vzniku sa stáva špeciálnym predmetom pri formovaní interpretačných metód dizajnu.

Dokonca existuje názor, že bez sémanticky vnímania by nebolo možné ani správne zaobchádzanie s nimi. Semiotika dizajnu teda vychádza z predpokladu, že dizajnérske dielo slúži nielen praktickému účelu, ale aj oznamuje, komunikuje, je nositeľom posolstva; ako nositeľ posolstva nefunguje zasa len ako nástroj na prenos správy, ale je ceremóniou či rituálom komunikačného diania. Dizajnérska forma teda nielen primárne oznamuje (denotuje) úžitkové určenie objektu, ale aj informuje o jeho priestorovej štruktúre, konotuje (metaforický odkazuje) na rozličné mnohvrstvé komunikačné úrovne, v ktorých nadobúda objekt reprezentatívne, ceremoniálne i rituálne funkcie, axiologické aspekty. Z takýchto metodologických i axiologických hľadísk chápeme a hodnotíme výsledok dizajnérovho snaženia prostredníctvom reči produktu, ktorý sa na základe tohto prístupu interpretuje aj ako znakový systém v mnohotvárnosti funkcií, ktorý sprostredkúva spoločenské štruktúry, ducha čias a tradície.

Dizajn sa tak stáva bezprostrednou súčasťou každodennej skúsenosti, vstúpil do sveta „príručných súcién“, je trvale „poruke“. A to nielen ako vec alebo znak veci, ale aj ako dielo, rámec činnosti a udalosť myslenia, kontext informačných sietí. Fenomenálnu mnohotváornosť dizajnu zmožuje aj to, že jeho ontická rôznorodosť sa manifestuje prostredníctvom štýlov, smerov, národných škôl, individuálnych programov. Táto bezprostredná oboznámenosť s dizajnom, to že ho denne nosíme, že s ním vedome i nevedome narábame, však neznamená, že ho poznáme, že apriórne rozumieme jeho posolstvám. Po období jednoduchej klasifikácie, definičných pokusov či špecifikácií sa stále naliehavejšie do popredia tlačia otázky fenomenológie každodennej skúsenosti s dizajnom, existenciálna analýza jeho bytia a hermeneutika jeho reči.



Napriek tomu, že semiotika a výskum reči produktu významne prispieva k jeho poznaniu, často neprekračuje horizont čistej nástrojovosti. Na nástroj sa tak mení nielen každý výsledok dizajnerskej činnosti (a to aj napriek jeho primárnym a sekundárnym funkciám), ale aj sama reč, jazyk dizajnu.

Prvými krokmi, ktoré na ceste k budúcej fenomenológii dizajnu treba urobiť, je identifikácia horizontu dizajnu, ktorého hranicou je na jednej strane „pandizajn“ a druhej strane „puristický dizajn“, vystupujúci najčastejšie vo formách priemyselného dizajnu v jeho nástrojových podobách so všetkými pozitívnymi i negatívnymi hodnotami, ktoré sa mu pripisujú.

Ďalšími krokmi, opierajúcimi sa o podrobné skúmanie, potom budú analýzy na poli rozmanitých foriem predmetnosti dizajnu a regionálnej ontológie dizajnu. Verím, že sa budeme mať možnosť k týmto otázkam ešte vrátiť.

V 20. storočí sa na dizajn premieňa skutočne všetko, čo vyvoláva u niektorých teoretikov a metodológov značnú skepsu. Na druhej strane však zreteľne vystupuje fakt, že k nemu nemožno pristupovať ako k „súboru predmetov“, lebo sa stáva vrstvou skutočnosti s transversálnymi súvislosťami, rámcom ontologických udalostí. Táto vrstva je nesmierne aktuálna práve preto, že v nej človek nanovo pomenúva schizmu svojich počiatkov: sakrálnych a mýtických alebo profánnych a úzko utilitárnych. V tom je však zakotvené tajomstvo jeho prítlačivosti a nenahraditeľnosti.

Recenzný posudok

Odbremený od imperatívu, aby sa zameriaval len na napĺňanie požiadaviek funkčnosti, dizajn je disciplínou, ktorá od autora vyžaduje uvedenie si vlastnej úlohy v historicko-kultúrnom kontexte ľudstva, pochopenie vlastnej tvorby ako procesu, ktorého produkt ponese svoje osobité a jedinečné kultúrne črty a nenávratne prispeje k pretvoreniu vzťahov a rázu tej kultúry, z ktorej sám vyšiel.

Vedecký program Ľ. Petránskeho, ktorého cieľom je, aby slovenský dizajn stál na fundovaných a široko akceptovaných základoch a zároveň, aby aj slovenskí teoretici a praktici prispievali do globálnej diskusie vzťahujúcej sa na túto disciplínu, tvorí základ článku *Kontext a forma*. Text je apelom na praktikov a aj teoretikov dizajnu vyzývajúci na uznanie dizajnerskej tvorby ako procesu ontologickej povahy. Procesu a jeho produktu, ktorý je potrebné hodnotiť z pozície človeka a jeho ontologickej situácie.

Autorova ambícia, podnietiť sebareflexiu teoretikov a praktických dizajnérov, primäť ich k aktívnemu a informovanému hľadaniu východísk dizajnerskej tvorby, sa odzrkadľuje aj v škále podnetov, ktoré selektuje z komplexnej mozaiky histórie a teórie dizajnu 2. polovice 20. storočia.

Do popredia pohľadu na históriu a metodológiu dizajnerskej tvorby, tak autor stavia odbremeňujúcu moc pluralizmu, ktorá sa odvíjala od liberalizácie sociálno-kultúrnej klímy 60. a 70. rokov 20. storočia. Na jej základe sa dostalo uznaniu duševnej práce dizajnéra a jeho schopnostiam sprostredkovane komunikovať so svetom, ako aj vstúpiť do vyhranenejšieho spektra takých moderných filozofických disciplín ako je fenomenológia a semiotika.

Postupným priblížením a stotožnením sa s prácou a fenomenologickým prístupom C. Alexandra, odhaľuje Ľ. Petránsky odkaz v názve textu *Kontext a forma* majúci za cieľ plne nahradiť funkcionalistické heslo „funkcia a forma“ (form follows function). Kontext, v tomto prípade nevyjadruje socio-ekonomické charakteristiky spotrebiteľa, ale je „jav mnohovrstvový, onticky bohato štrukturovaný“.

Autor tiež analyzuje a vyzdvihuje kreatívny potenciál semiotického prístupu a nenahraditeľný prínos semiotiky v oblasti dizajnu. Prepracovanie teórií komunikácie a kultúry vo vzťahu k sile znakového vyjadrenia však Ľ. Petránsky pomocou viacerých autorov odkrýva do hĺbky a načrtáva riziko strácania sa „dizajnu kontextov“ na úkor komerčného znaku a jeho úžitkovej kapacity. Všemocná intertextualita znaku totiž nemusí bezpodmienečne vytvárať nový východiskový základ a za určitých okolností môže byť často a ľahko zneužitelná pre zaistenie okamžitej identifikácie sa univerzálneho spotrebiteľa s produktom.

Výzva zo strany autora do radov dizajnerskej obce naberá na urgentnosti, keď v závere textu upozorňuje ako „sa stále naliehajúcejšie do popredia tlačia otázky fenomenológie každodennej skúsenosti s dizajnom, existenciálna analýza jeho bytia a hermeneutika jeho reči.“ Do budúcnosti tak avizuje nutnosť zamerať sa na analýzu „rozmanitých foriem predmetnosti dizajnu a regionálnej ontológie dizajnu“.

Treba len dodať, že takéto smerovanie snád poskytnie dostatočný priestor i pre ďalšiu analýzu dizajnu pomocou analytických metód teórií každodennosti zameraných na individualizáciu masovej kultúry. Rovnako ako iste poskytnie aj teoretický rámec pre analýzu slovenských diel, ktoré zatiaľ len ilustratívne sprevádzajú text Ľ. Petránskeho.

Mgr. Danica Šoltésiová, PhD.