

Prof. PhDr. Ľudovít Petránsky, DrSc.

KONTEXT A FORMA

(Možnosti a limity semiotiky pri interpretácii dizajnu)

Pri bilancovaní posledného storočia druhého milénia a jeho významu pre vývoj kultúry a umenia v širokom kontexte ľudského života, nemôžeme obísť dizajn ako jeden z najdôležitejších fenoménov tejto kapitoly dejín človeka. Jeho podiel evidujeme na každom kroku. Od domáčich spotrebičov, svietidiel, nábytku, odievania, športových i zdravotníckych potrieb, hračiek, dopravných prostriedkov všetkého druhu, cez širokú sféru vizuálnej komunikácie, architektonickej tvorby až po počítače, telefaxy, a telekomunikačné družice. Vstupuje do vývoja mikroelektroniky, jej integrovaných obvodov a formovania kremíkového mikročipu. Spoluurčuje tvar i obsah širokej škály "nosičov" strategického zdroja našej súčasnosti - informácií atď. Prirodzene, dizajnu, ktorý dnes rešpektuje nielen sériovosť, ale aj unikátny výrobok a iné formy, prispieva k tomu, aby predmet bol užitočný človekovi. A aby bol užitočný, musí byť funkčný. Funkčný prakticky, teda aby spĺňal úlohu, pre ktorú bol vyrobený, ale aj funkčný esteticky, pretože funkcia má množstvo podôb. A podstata estetickej hodnoty sa nevyčerpáva len harmóniou tvarov. Napína ju najmä svet znakov sprostredkujúci myšlienkové posolstvo autora, ktoré vstupuje ako humanizujúci aspekt v neraz odcudzenom svete superindustriálnej, či elektronickej éry. Na tomto mieste treba upozorniť na polemiku dizajnérov s klasickým chápaním funkcie, kde funkčnosť nevyjadrovala nič iné, ako súvislosť tvarov a ľudských potrieb a záujmov. Forma a tvar nemohli byť v tejto radikálnej funkcionalistickej verzii výsledkom aplikácie usporiadania univerza na konkrétnu vec, ale sú výrazom a zavŕšením funkčných súvislostí. Pri výskume a interpretácii problému je však nutné rozlišovať medzi funkčným hľadiskom a funkcionalistickou doktrínu, v ktorej je monofunkčné nazeranie len jedným z postulátov. Svedčí o tom i fakt, že estetická funkcia bola zaradená medzi funkcie znakové a predmet sa stal autonómnym i komunikatívnym znakom. Zmyslom tejto funkcie je potom odstraňovanie monofunkčnosti, ste-

reotypu v prospech mnohostranných vzťahov, polyfunkčnosti a kreativity. Viacvrstvová analýza určitého dizajnérskeho diela nám otvára množstvo nových komunikatívnych funkcií vyplývajúcich zo systému použitých znakov. Skúmanie tejto reči prebieha prostredníctvom duchovnovedných metód a interpretuje sa ako znakový systém v mnohotvárnosti funkcií sprostredkujúci spoločenské štruktúry, ducha doby a tradície. Existuje niekoľko názorov na semiotizáciu životného prostredia i na použitie semiotiky pre analýzu rozličných kultúrnych procesov i oblastí života (*Roland Barthes, Jean Baudrillard, Umberto Eco*).

Vývin dizajnu sprevádza v posledných deťaťočiach 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 súčasť komunikatívnych štruktur nášho prostredia. Iniciatíva netradičných, generujúcich úsilí sa prejavuje v širokom spektri tvorivých ako aj interpretačných a hodnotiacích prístupov, ktoré sa navzájom prelínajú a dopĺňajú. Z tohto pohľadu dizajn nevytvára len materiálnu realitu, ale spĺňa aj komunikatívne funkcie. V oblasti klasickej metodológie dizajnu boli veľmi striktne - 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 nadvázovalo 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 cinnosť plánovača. Napriek určitému redukcionizmu treba priznať, že klasická metodológia dizajnu



Norbert Wangen

Kreslá. Drevo spájané oceľovými tyčami a spojkami
Limitovaná produkcia

(systémový výskum prvej generácie), vznikajúca ešte v období moderného myslenia, prišpela už v šesťdesiatych rokoch k stabilizácii disciplíny, ktorá sa v ďalších desaťročiach prehĺbila najmä vďaka akcentovaniu významu duchovnej 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 metóde (napr. kardeziánskej). Zdôraznil, že vývin vo vede i umenie bol vždy spojený s porušovaním noriem a vynachádzaním rozmanitých postupov. Feyerabendov východiskový princíp proliferácie vo svojej podstate hovorí, že "ku všetkým, aj tým najpresvedčivejším a všeobecne uznávaným teóriám, treba vytvárať alternatívne teórie. Podľa neho ani jedna teória nevyšvetluje, nevie vysvetliť všetky fakty. A práve

na nevysvetlených faktoch treba stavať alternatívy. K princípu proliferácie pripojil Feyerabend neskôr princíp tenacity (húževnatosti, tvrdošijnosti) - je možné a potrebné držať sa každej teórie a rozpracúvať ju bez ohľadu na ťažkosť, s ktorými sa stretáva. Vo vede pôsobia obidva princípy vo vzájomnej jednote.

Z dvoch predchádzajúcich princípov potom vyplýva tretí, ktorý jediný má absolútну platnosť. Týmto princípom je anything goes, všetko ide, všetko je zdôvodniteľné. Metodológia, ktorá spĺňa princíp proliferácie, je pluralistickou metodológiou"(1). 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 cest dizajnu, na "nový lesk vecí" v sedemdesiatych a ďalších rokoch. Mali vplyv napriek tomu, že Wolfgang Welsch upozorňuje vo svojej knihe Estetické myslenie (2) na povrchnosť a plytkosť podobných sloganov pre formovanie postmodery, ktorá koncom sedemdesiatych rokow 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"(3). Približne v rovnakom časovom horizonte, do ktorého datujeme práce Paula Karla Feyerabenda, evidujeme výrazné premeny i v samotnej metodológii dizajnu. Hovorí sa o zmene jej paradigmy. Nová situácia je charakterizovaná preferovaním plurality tvorivých, teoretických a metodologických postupov ako synonymom humanistickeho 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 vedeckoteoretického prezentuje prechod od metód praktického konania k metódam konania duchovného. Dôležité je pritom pochopenie, že všetky štruktúry, budovy i objekty okolo nás majú svoju vlastnú reč, ktorá by mala byť diferencovaná aj podľa analýzy určitého užívateľa produktu. Vytváranie formy produktov neprebieha vo vzduchoprázdne. "Spoločensko-kultúrne výviny, dejinné pozadie a produktovotechnické podmienky hrajú

pritom úlohu práve tak ako ergonomické, sociálne alebo ekologické požiadavky, hospodárske alebo politické záujmy alebo umeniecké nároky. Preto zapodievať sa s dizajnom znamená vždy reflektovať podmienky, v ktorých dizajn vznikol "(4). Touto citáciou sa dostávame k problematike nového chápania vplyvu a štruktúry kontextu na vytváranie formy. Christopher Alexander sa už v 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 dizajérka Cini Boeri to charakterizuje takto: "Pred rokmi sa dizajn produktov nachádzal v relativne 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"(5).

Kontext je jav mnohovrstevný, onticky bohatu štrukturovaný. Priznávame mu pluralizmus významov a zmyslov a Lyotardom zdôrazňovanú svojbytnosť rozličných orientácií a kultúr. V tomto príspevku ho chápeme ako:

- a) vonkajší rámc v najširšom zmysle "duch doby";
- b) kontext formy, teda konkrétno dizajnérsky rámc;
- c) kontext totožný so semiotickou situáciou (semiozis);
- d) kontext ako kód správy a posolstva;
- e) kontext ako protiklad objektu vzmysle protikladu dizajnu kontextu oproti dizajnu objektov.

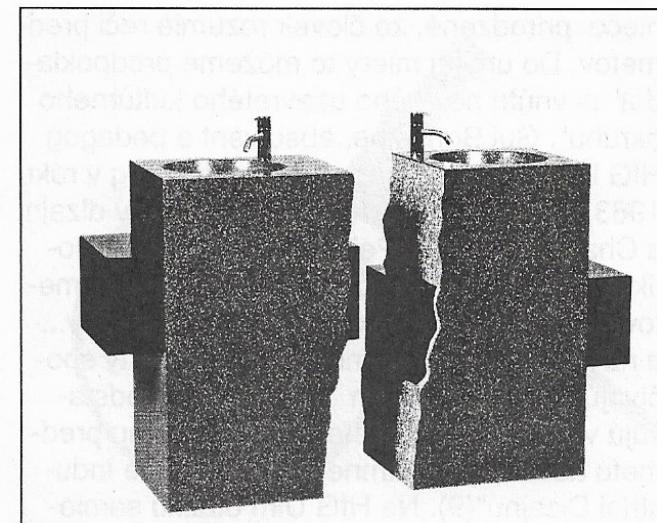
Terry Winograd a Fernando Flores potom výstížne charakterizujú vytváranie formy ako proces ontologickej povahy. Ak sa dnes hovorí o perspektívnej potrebe tvorby dizajnu kontextov a rámcu namiesto dizajnu objektov, potom východiskovú pozíciu vidíme predovšetkým v zdôrazňovaní hodnotiaceho hľadiska určitého predmetu z pozície subjektu človeka a jeho ontologickej situácie. A rámc, kontext podľa

nášho presvedčenia zastupuje existencionálny rozmer i charakter miesta zrodu dizajnérskeho diela. Alessandro Mendini sa vyznáva: "V súčasnom štádiu môjho života je pre mňa ľahšie klášť si otázky ako dávať na ne odpovede. Predpoveď budúcnosti obyčajne majú jedno spoločné: sú veľmi nepravdepodobné a ľudia sú náchylní neverovať im žiadnu pozornosť. Podľa môjho názoru je oveľa lepšie nechať si možnosti otvorené. Súčasné módne trendy odrážajú násilie nášho sveta. Spôsobujú, že politická a sociálna krutosť sa stáva záležitosťou štýlu - štýlu násilia, sadizmu, katastrofizmu. Veľký vietor odvieve logiku, ktorá je základom štruktúry nášho sveta. Spôsobuje, že lineárna kauzalita oficiálnych predpovedí stráca na vierochnosti. Ľudská bytosť súčasnosti je labyrintom rozporuplných charakteristík - mystiky, robotiky a neo-naturalizmu. Jej náchylnosť k mystike možno pripísť na konto znovuzrodenia mystérie vesmíru, ktorý nás obklopuje, a vzniku novej túžby po archaickom a absolvútnom. Naše robotizované správanie prichádza s rastúcou umelosťou alebo "virtualitou" nášho prostredia. Stali sme sa komputerizovaní. Žijeme vo svete science fiction. A nakoniec, nová neo-naturálna perspektíva, ktorou chápem návrat k víziám nášho prirodzeného sveta ako klúča k nášmu základnému prežitiu, ale aj duchovnému obohateniu. Objekty budúcnosti môžu mať ktorékoľvek z tisícky rôznych tvarov. Môžu byť nádherné alebo príšerné, cudzie alebo dôverne známe, zábavné alebo vážne, magické alebo psychologické, ironické alebo klasické, imaginatívne alebo funkcionálne, rozprávkové alebo vysoko technologické. Každý kus z tohto kaleidoskopu má rovnaké právo na existenciu. V tomto nie je problém. Snáď by sme sa mali pozrieť na povolenie dizajnéra z iného uhla. Náš skutočný problém nesúvisí s konkrétnym navrhovaným projektom, ale s tým veľkým projektom, ktorým je život a jeho prežívanie. Je to otázka ceremónie, ceremónie, ktorú treba vyjadriť pomocou dizajnu. Základnými slovami dizajnéra, ktorými označuje objekty a priestory sú: "univerzum", "náboženstvo", "večnosť". Ony sú tá *abracadabra, sezam otvor sa*, ktorá podporuje naše inšpiratívne chápanie tohto sveta sít, ktorými môžeme redukovať tok súčasných záhad a umožniť tak syntézu, víziu. Jednoducho povedané, dizajn, oddelený od štýlov, ktoré ho artikulujú, je dušou svojej podstaty. Optimizmus vo vzťahu

k budúcnosti dizajnu, podľa mňa, nevyhnutne súvisí s akceptáciou túžby po objektoch, ktorá vyjadruje našu humanitu"(6). Architekt a dizajnér Michael Greaves vidí zase jeden zo zmyslov takého 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 výpovedou, čiastočne pamäťou, čiastočne nostalgiou, čiastočne symbolom, skrátka sú osobnosťou miesta"(7). 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 striktne 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 vyššie načrtnutých myšlienok vyplývajú pre dizajn dve úlohy:

- a) pri tvorbe formy bude autor zohľadňovať pluralistický kontext;
- b) pri dizajne objektov sa bude dizajnér stále vo väčšej miere podieľať na tvorbe kontextov a rámcov so všetkými ontologickými dôsledkami, ktoré z toho vyplývajú.

Tvarovanie udalosti a diania nie je identické s tvarovaním statických foriem. Je možné prirodzene realizovať navrhovací proces v duchu tradičného a najmä zjednodušujúceho chápania formule "for follows function", ale tam by sme nemali pri hodnotení používať pojem dizajn, ktorý vyjadruje novú kvalitu predmetu. V dôsledku zdôrazňovania podielu pluralistického kontextu na tvorbe formy sa v metodológii a teórii dizajnu v narastajúcim trende aplikujú duchovnovedecké disciplíny: fenomenológia, hermeneutika, semiotika. Posledne uvádzaná 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, séman-



Herman Wittcox

Umyvadlá. Umelý kameň. Jediný originál

tika, pragmatika) ako aj striedaním jej použitia v tvorivej praxi, teórii alebo metodológií, ale najmä prechodom od lingvistickej orientovanej semiotiky k semiotike každodenného života, ktorá má pravdepodobne rozhodujúci podiel na vzniku samostatnej všeobecnej teórie znakových systémov. Okrem iných Rainer Funke v 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" (8). Z nášho hľadiska nás v prítomnom príspevku zaujíma predovšetkým význam, možnosti i limity využitia semiotiky pri analýze a interpretácii dizajnu v posledných desaťročiach. Sledovanie tohto zámeru sa opiera práve o vyššie uvádzanú zmenu paradigmy vo všeobecnej i disciplinárnej metodológií, ako aj nového pohľadu na problematiku vzťahu pluralistického kontextu a formy. Semiotika bola príťažlivá pre dizajn už od prelomu päťdesiatych a šesťdesiatych 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 Maldonádo uverejnil už počas svojho pôsobenia na HfG Ulm článok o vzťahu komunikácie a semiotike dizajnu (1959) a v roku 1961 vydal Terminológiu semiotiky. Hans Gugelot o rok neskôr poukázal v prednáške "Dizajn ako znak" na identitu znaku a dizajnu. "Produkt s pravým informatívnym obsahom je znak... Pre nás spôsob pozorovania sa predpokladá ako

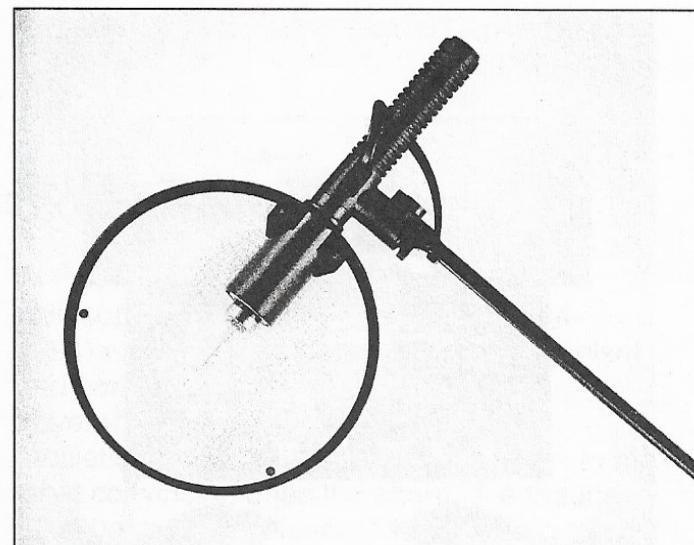
niečo prirodzené, že človek rozumie reči predmetov. Do určitej miery to môžeme predpokladať aj vnútri nejakého uzavretého kultúrneho okruhu". Gui Bonsiepe, absolvent a pedagóg HfG Ulm, dizajnér i teoretik a metodológ v roku 1963 zdôraznil v príspevku Priemyselný dizajn a Charles Sanders Peirce na význam 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 Dizajnu"(9). Na HfG Ulm otázku semiotiky rozvíjali predovšetkým v jej syntaktickej zložke, teda v diskusii o elementárnych tvárovacích 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 Dobrej formy. Význam semiotiky sa však postupne uplatňoval aj na iných školách. Až do sedemdesiatych rokov sa tento komunikačný model ponímal zjednodušenne, t.j. dizajnér sa považoval za vysielača určitej správy (message ako produkčná funkcia). Ale tento model treba chápať ako otvorený, lebo najmä v dizajne sú súčasťou semiotickej situácie rozmanité asociačné reťazce, alúzie, 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, neprázdnú množinu predmetov, ktorú znak označuje). V prípade stoličky je jej primárhou funkciou, označovanie spôsobu sedenia, konotáciou rozumie všetky druhotné významy, ktoré znak vyvoláva vo vedomí vnímateľa v rámci určitej kultúry napr. iné asociácie vyvoláva jednoduchá stolička, 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 nepochybnnú symbolickú hodnotu. K tomu nedochádza len vtedy, keď s "automobil" objaví ako abstraktná trieda označená ako obsah verbálnym alebo pikto-grafickým označujúcim, ale práve vtedy, keď

automobil vystupuje AKO PREDMET. Inými slovami, predmet (automobil) sa stáva označujúcim viacerých denotátov či významov, ktorým nie len "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 použitia)". Medzi najpozoruhodnejšie semiotické analýzy v oblasti dizajnu ďalej patrí rozbor objektov bývania, aut i predmetov dennej spotreby (analýza všedného) od Jeana Baudrilla, považovaného za zakladateľa semiotiky dizajnu. S ním popri Jacquesovi Derridovi a Julii Kristevy začínajú aj motívy kritickej semiotiky. Baudrillardov pojem „semiotickej katastrofy súčasnosti" (10) súvisí s touto etapou jej rozvoja. Navyše podľa neho v "informačnej spoločnosti, v ktorej sa skutočnosť utvára prostredníctvom informácií, nie je len čoraz ľahšie rozlišovať medzi realitou a zdaním, ale je to čoraz menej možné a stáva sa to nezmyselným"(11). A práve v tejto situácii sa ukazujú pozitívne perspektívy i etická zodpovednosť tvorby dizajnéra. Máme na mysli napríklad jeho kľúčový význam pri konceptiach virtuálnej reality. A to nielen v akciách virtuálnych hier, ale priamo vstupom do nášho skutočného sveta svetom umelým. Diagnóza súčasného stavu civilizácie je aj diagnózou dizajnu. Aj Roland Barthes dokázal vlastným oblúkom semiotických štúdií od lingvistickej po neverbálnu semiotiku a semiotiku každodenných vecí, že viacvrstvové pozorovanie môžeme uplatniť na všetkých produktoch. V štúdii Systeme de la Mode z roku 1967 ho analýza módy priviedla k zdôvodneniu jej dvojvýznamovosti: praktického použitia a rétorickej výpovede (12). Autá sú pre neho nielen prostriedky pohybu, ale aj symbolické, kultové objekty. Napríklad vo svojich semiotických rozboroch sa venoval známemu Citroenu DS v ktorom videl ekvivalent veľkých gotických katedrál. Výstižným dokumentom rozvíjania semiotickej tradície je Taliansko. Prejavuje sa to v hravosti talianskeho dizajnu a jeho obrozujúceho vplyvu na celý svetový vývoj v tejto tvorivej oblasti. Sem patria talianske Protismery (napr. Radical Dizajn, Alchimia, Memphis, Superstudio), ktoré sú charakterizované späťou s vlastným kultúrnym kontextom, čo zároveň znamená, že sa tým umožňuje dešifrovanie spoločenských znakových systémov v ich zjavných i skrytých významoch. Ale

poznanie vlastného kultúrneho kontextu môže nadobudnúť aj kritický, neraz ironický charakter. Tak je to napríklad v prípade nemeckej skupiny Kunstflug, ktorá podrobila revíziu Gute Form. Východiskom ďalších možných úvah o nastolenej problematike je chápanie kultúry ako semiotického javu, ktorého súčasťou je i nekonečná rozmanitosť predmetov premenných na znaky. V tomto smere sú pre nás použiteľné obidve Ecove hypotézy (radikálnejšia aj umiernenejšia), 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 prostredím 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 potencionálny užívateľ a v jednej osobe aj interpret porozumel, ale že prijímateľ a užívateľ sa stávajú súčasťou dizajnérskeho diela, ktoré nie je len púhou 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.

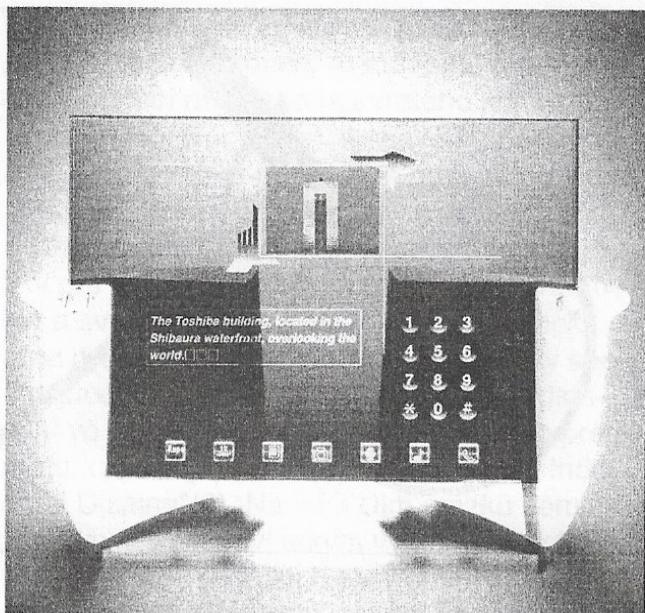
Umberto Eco navrhol "definovať ako znak všetko, čo môže byť na základe predtým prijatej spoločenskej konvencie chápané ako NIEČO, ČO STOJÍ NAMIESTO NIEČOHÓ INÉHO". (Sú však časté situácie, že dielo presahuje svojim pôsobením určité vymedzené kultúrne regióny a nachádza recipientov v iných kontextoch.) 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 preto stáva špeciálnym predmetom pri formovaní interpretačných metód dizajnu. Dokonca existuje názor, že bez semanticity produktov a ich viacvrstvového vnímania by nebolo možné ani správne zaobchádzanie s nimi. Semiotika dizajnu teda vychádza z predpokladu, že dizaj-



Sigeaki Asahara

Stolná lampa. Kov a plasty. Vyrába Yamada, Japonsko

nérské dielo slúži nielen praktickému účelu, ale i komunikácii, že nielen slúži, ale aj oznamuje, komunikuje, je nositeľom posolstva, že ako nositeľ posolstva nefunguje zasa len ako nástroj na prenos správy, ale že je ceremóniou či rituálom komunikačného diania. Dizajnérska forma teda nielen primárne oznamuje (denotuje) úžitkové určenie objektu. Okrem toho aj informuje o jeho priestorovej štruktúre, ale aj konotuje (metaforicky odkazuje) na rozličné mnohovrstevné komunikačné úrovne, v ktorých nadobúda objekt reprezentatívne, ceremoniálne i rituálne funkcie, axiologické aspekty. Z takýchto metodologických i axiologických hľadišť chápeme a hodnotíme výsledok dizajnérovho snaženia prostredníctvom reči produktu, ktorý sa na základe tohto prístupu interpretuje aj ako znakový systém v mnohotvárnosti funkcií sprostredkujúci spoločenské štruktúry, ducha doby a tradície. Dizajn sa tak stáva bezprostrednou súčasťou každodennej skúsenosti, vstúpil do sveta "príručných súcien", je trvale "po ruke". A to nielen ako vec, alebo znak veci, ale aj ako dielo, rámec činnosti a udalosť myslenia, kontext informačných sietí. Fenomenálnu mnohotvárnosť dizajnu zmnožuje 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 naliehavnejšie do popredia tlačia otázky



Toshiba Corporation Design Centre
„Imidžér“ (Image Instrument), prototyp

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 nie len každý výsledok dizajnérskej činnosti - a to aj napriek jeho primárny a sekundárny 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 priemyslového dizajnu v jeho nástrojových podobách so všetkými pozitívnymi i negatívnymi hodnotami, ktoré sa mu pripisujú.

Dalšími krokmi, opierajúce sa o podrobnejšie 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 dvadsiatom 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 transverzálnymi súvislostami, rámcom ontologickej 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 príťažlivosti a nenahraditeľnosti.

PRAMENE, POZNÁMKY

- 1) Feyerabend, Paul, K.. In.: Za zrkadlom moderny. Archa, Bratislava 1991, s. 167-168.
- 2) Welsch, Wolfgang: Estetické myslenie. Archa, Bratislava 1993, s. 156-157.
- 3) Gabliková, Suzi.: Selhala moderna? Votobia, Olomouc 1995, s. 82.
- 4) Bürdek, Bernhard, E.: Dizajn. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. DuMont Buchverlag, Köln 1991, str. 118.
- 5) Zo súkromnej korešpodencie.
- 6) Zo súkromnej korešpodencie.
- 7) Zo súkromnej korešpodencie.
- 8) Funke, Reine: Handlungstheoretische Erklärung der Bildung von Gegenstandsbedeutungen. In: 11. Dizajn-theoretisches Kolloquium, HIF Burg Giebichenstein, Halle 1988.

Dnešné podoby používania semiotiky v dizajne sa historicky opierajú najmä o:

- a) semiológiu, ktorá vznikla z jazykovedy;
- b) semiotiku v dnešnom zmysle slova, ktorej korene vidíme v americkom pragmatizme, najmä v diele logika Američana Charlesa Sandersa Peircea (1839-1914), v ktorom sa zrodila semiotika ako samostatná disciplína.

9) Citované podľa: Bürdek, Bernhard, E.: Dizajn. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. DuMont Buchverlag, Köln 1991, s. 136.

10) Na základe niektorých príkladov dizajnérskych diel, v ktorých sa návrh vzdialil svojich praktických i funkčných požiadaviek konštatuje o nich Baudrillard ako o ľubovoľných. A tak "semiotická katastrofa odhaľuje zmyslovú krízu dizajnu. Veci našli cestu útekú pred monotónou dialektikou zmyslu významov." V tejto súvislosti autor hovorí o "seba-referenčnosti" znakov: už nepoukazujú na niečo iného, už im nemožno rozumieť ako znameniam alebo symbolom - poukazujú už len na seba.

11) Welsch, Wolfgang: Estetické myslenie. Archa, Bratislava 1993, s. 153.

12) V uvádzanej štúdiu z roku 1967 skúma vnútorné i transformačné pravidlá módy a odievania, ale módu vidí aj korelačný kód, čiže reálny kód odievania (šaty sú namiesto niečoho iného) a predovšetkým si vyberá za predmet štúdia vzťah medzi verbálnym jazykom, ktorý opisuje módu, a opísanou metódou odievania.

Ludovít Petránsky

CONTEXT AND FORM

OPPORTUNITIES AND LIMITS OF SEMIOTICS IN DESIGN INTERPRETATION

Summary

If we want to understand design in its utilitarian form, the theory becomes inevitable. In this paper I want to show the opportunities and limits in the theory of context, meanings and signs - semiotics in design interpretation. It is followed from the natural thread of semiotics development (as universal theory of communication and thus of design) in its cross-historical context in confrontation with the opinions of such outstanding celebrities of design as Cini Boeri, Alessandro Mendini and Michael Graves. Based on confrontation of their opinions on certain aspects of semiotic, their contemplations, the new tasks for design can be formulated.

The development of design has been accompanied by the number of new views at all aspects of its practical, theoretical and methodological sphere. Their common denominator is the fact that designed masterpiece can be assessed based on the basis of its various functions and can be considered to be the equal part of communicative structures of our environment. Design does not only create the material side of our living but it fulfils the functions of communication too. In the field of classical methodology of design – there were considered the methods related to physical part of design, often very strictly and almost dogmatic. In the centre of creation there were mostly the practical functions (e.g. technical preconditions, social aspects). The algorithms in solving certain tasks have been in effect with the detailed number of the steps to be taken. This effort has been closely linked to Cartesian contemplation, i.e. philosophy of rationalism, which became the ideal pattern for methodology of design. We can still appreciate that this development in the 60s contributed to the stable position of the science of design, which in the next decades was further deepened thanks to focusing on spiritual dimension of the designer's work. From this point of view a very important evidence of the concrete arguments in favour of this development can be given by the work of the

philosopher Paul Karl Feyerabend (1924-1994) who was a radical critic of reductionism and normativism in methodology. Feyerabend's background position of profilation says „to all the theories, even to the most convincing ones the alternative theories must be created“. Neither theory is able to explain all the facts. And the alternative theories should be based on the unexplained facts. Feyerabend later on attached another principle, the principle of tenacity and in the science these both principles work together.

Based on these two principles the third principle occurred which is generally valid and it is the principle of „anything goes“. The pluralism of Feyerabend approach and doubting of the used criteria and mainly his „anything goes“ principle have been of high influence on forming non-traditional ways in design, on „the new shine of the things“ in the 70s and later.

If we want to think on future need in the creation of the design in the context instead of design of the objects, then the background position is in the axiological value of the object from the position of man and his/her ontologic situation. The first steps to be taken on the road to phenomenology of the design is identification of its horizon when on one side there is pandesign and on the other side „pluralistic design“. The next steps then will be the analyses of the variety of the form of design of the objects and of regional ontology of design.

In the 20th century the design has been transmitted to really everything, which evolves skepticism of the theoreticians. On the other hand it is not possible to consider it as the „set of the object“ because it is becoming a layer of the society with transversal liaison and ontological events. This layer is extremely important because it relates back to the beginnings of its sacral and mythical or profane or narrow utilitarian aspects. However, here lies the secret of its attraction. /mm/