

---

UNIVERZITET UMETNOSTI U BEOGRADU



Interdisciplinarnе studije  
Teorija umetnosti i medija

*Doktorska disertacija*

**Savremene politike vizuelnog oblikovanja:  
oslobađanje dispozitiva moći**

autor:  
Predrag Maksić

mentor:  
dr Mariela Cvetić, red. prof.  
komentor:  
dr Nevena Daković, red. prof.

Beograd, novembar 2016. godina

---

*Posvećeno mojim roditeljima, Ružici i Antoniju.*

# SADRŽAJ

Apstrakt / Abstract / 3

I. UVOD / 5

II. ISTORIJSKI RASPON MISLI I KONTEKST USPOSTAVLJANJA DIZAJNA KAO DISCIPLINE (Interpretacija razvoja teorije dizajna i njegovog uspostavljanja kao discipline putem teorijskih paradigmi i teorijskih koncepata) / 10

1. REVOLUCIONARNO MIŠLJENJE I IDEOLOGIJA STAJLINGA / 11

1.1. Oživljavanje umetničkih zanata / 13

1.2. Modernizam u dizajnu / 18

1.2.1. Rani modernizam / 19

1.2.2. Pionirski modernizam / 23

1.2.3. Internacionalni stil / 31

1.3. Trijumf i institucionalizacija stajlinga / 37

2. IDEOLOGIJE OTUĐENOG DIZAJNA I NOVA DUHOVNA KLIMA / 45

2.1. Dizajn po meri tržišta / 46

2.2. Uspon semiotike i kritičke teorije / 49

2.3. Visoka škola za oblikovanje u Ulmu / 52

2.4. Prema sveobuhvatnom dizajnu / 58

3. MARKETING I DIZAJN OBNOVE / 64

3.1. Dizajn po meri marketinga / 65

3.2. Postmodernizam u dizajnu / 69

3.3. Brendirani dizajn / 77

3.4. Dizajn u eri digitalne revolucije / 81

4. IDEOLOGIJA I INSTITUCIJE DIZAJNA / 84

III. BIOPOLITIČKA TEORIJA DIZAJNA (Interpretacija dizajna biopolitičkim i hibridnim teorijama i analizama funkcionisanja mehanizama bio-moći) / 92

1. DIZAJN U KONTEKSTU BIOPOLITIČKE EKONOMIJE ŽIVOTA / 93

1.1. Savremena biopolitička teorija i politička ekonomija života / 95

1.2. Globalizacija dizajnerske prakse / 111

1.3. Dizajn u ekonomskom i socijalnom kontekstu / 118

1.3.1. Dizajn kao oblik svakodnevnog života / 120

1.3.2. Prostor angažovanja dizajna: biopolitički grad / 124

1.4. Kultura i ideologija savremenog dizajna / 127

1.4.1. Kultura dizajna i kreativne industrije / 128

1.4.2. Ideologije dizajna/dizajn diskurs / 131

1.4.3. Ideologija u obrazovanju dizajnera / 136

- 2. DIZAJN KAO DISPOZITIV / 140
  - 2.1. Dispozitiv i društvo kontrole / 142
  - 2.2. Dizajn dispozitiv / 151
  - 2.3. Strategije potčinjavanja i kontrole / 159
    - 2.3.1. Subjektivacija / 160
    - 2.3.2. Druga mesta i Panoptikon / 166

- 3. OSLOBAĐANJE DIZAJN DISPOZITIVA / 174
  - 3.1. Otpor, pobuna i konstitutivna moć / 176
  - 3.2. Taktike deaktivacije: profanacija / 182
  - 3.3. Preoblikovane rutine i nova očekivanja / 187

#### **IV. OTUĐENI DIZAJN I SAVREMENA DIZAJNERSKA PRAKSA (Analiza primera dizajnerskih praksi dizajn dispozitiva) / 196**

- 1. Dizajn diskurs: Karim Rašid i ideologije savremenog dizajna / 197
- 2. Dizajn institucija: Skriveni kurikulum u školama za dizajn / 205
- 3. Dizajn praksa: Zaha Hadid i CAD tehnologije / 213
- 4. Dizajn produkt: Heterotopija i panopticism Diznilenda / 223

#### **V. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA / 235**

#### **VI. BIBLIOGRAFIJA / 243**

#### **Biografski podaci autora / 253**

## Apstrakt

Ova disertacija predstavlja teorijsko interdisciplinarno istraživanje dizajna, odnosno vizuelnog oblikovanja materijalnog okruženja u kontekstu savremenih biopolitičkih teorija. Cilj ove disertacije je istraživanje dometa savremenih politika dizajniranja materijalnog okruženja i upravljanja društvenim životom. Postoji uverenje da se dizajn bavi estetikom okruženja, pojedinca i stanovništva uopšte. Međutim, ako se dizajn izmesti u polje biopolitičke teorije nameće se njegova drugačija funkcija u širem društveno-političkom kontekstu. Zapaženo je da se i politika i dizajn odlikuju uvećanom željom za kontrolom razvoja društvenog života i urbanog prostora, usluga, teritorijalnih granica, izgradnje i uređenja životnog i radnog prostora, a sve to u duhu neoliberalnog predatorstva. Preko pomenutih teorija i studija slučaja u ovoj disertaciji ispitane su teze: da je dizajn dispozitiv biopolitički mehanizam vladanja nad telima, te da predstavlja osnovni deo, odnosno produženu ruku biopolitičke mašinerije; da je otpor dizajn dispozitivu moguć gestom profanacije u vidu emancipatorskih sredstava, a u kontekstu savremene dizajnerske prakse; i da je moguće zasnivanje dizajnerske prakse i kontra-dispozitiva, zarad vraćanja svakodnevnim korisnicima onoga što im je oduzeto neoliberalnim režimima vlasti. U ovoj disertaciji dizajn je interpretiran biopolitičkim teorijama i njihovom filozofskom aparaturom, kako bi se bolje razumela savremena politika dizajna u širem smislu, obuhvatajući sve njene discipline (urbanizam, arhitekturu, dizajn enterijera, dizajn proizvoda, grafički dizajn i tako dalje). Teorijsko-analitički pristup savremenom društvu predstavlja jednu od ključnih tačaka ovog rada, imajući u vidu sva iskušenja sa kojim se svet danas suočava: nestabilnost, tranzicija, globalizam, imperija, krah neokapitalizma, dužnička kriza, migracije, nasilje i terorizam. Ova disertacija je pokušaj da se objasni odnos dizajna i biopolitike kojim se uspostavlja i održava stanje u kome se svet danas nalazi. Radom *Savremene politike vizuelnog oblikovanja: oslobađanje dispozitiv moći* pokazuje se da dizajn nije odraz društva u kome nastaje već upravo suprotno – društvo predstavlja dizajnerski okvir preko koga se ono konstituiše. Dizajnerska praksa je imanentna pojedincu i društvenosti uopšte. Drugim rečima, dizajn u kontekstu politike ne pravi samo vezu sa društvenom i ekonomskom proizvodnjom, već i sa društvom i pojedincom a prema potrebama struktura moći, kontrole i upravljanja.

**Ključne reči:** dizajn, politika, biopolitika, subjektivacija, heterotopija, panopticism, diskurs.

## Abstract

This dissertation represents a theoretical interdisciplinary research of a design of the material environment in the context of contemporary biopolitics. The aim of the dissertation is exploration of the reach of the contemporary design policies in regard to the designing of the material environment and controlling social life. There is a belief that design deals with the aesthetics of the environment, of the individual and of the population in general. However, if it is placed in the field of biopolitics, different functions of design are imposed in a broader socio-political context. It has been noted that both politics and design are characterized by increased desire to control the development of social life, urban space, services, territorial boundaries, construction, and arrangement of living and working space, all in the spirit of neoliberal predation. In this dissertation, by applying the mentioned theoretical framework and case studies, the following theses have been examined: that the design dispositive is a biopolitical mechanism which governs bodies and is the essential part, the extended hand of the biopolitical power; that resistance to the design dispositive is possible by engaging profanation as emancipatory asset, in the context of contemporary design practice; and that it is possible to establish design practices and a counter-dispositive, for the sake of giving back to everyday users that which has been taken away from them by neoliberal regimes of governance. In this dissertation, design has been interpreted by biopolitics and its philosophical apparatus, in order to understand better the contemporary design policy in a broader sense, encompassing all of its disciplines (urbanism, architecture, interior design, product design, graphic design, etc). The theoretical and analytical approach to society is one of the key points of this work, taking into account all tribulations of the world of today: instability, transition, globalization, Imperia, the collapse of neo-capitalism, debt crisis, migration, violence and terrorism. This dissertation represents an attempt to explain the relationship of design and biopolitics by which the state of the world today is established and maintained. *Contemporary Design Policies: The Release of the Power Dispositive* shows that design is not a reflection of the society in which it is formed, but to the contrary – the society presents a design framework by which it is created. In other words, design in the political context does not only make the connection with social and economic production, it also forms society and individual, according to the needs of power, control and management structures.

**Keywords:** design, politics, biopolitics, subjectivation, heterotopia, panopticism, discourse.

## I. UVOD

Doktorska disertacija pod nazivom *Savremene politike vizuelnog oblikovanja: oslobađanje dispozitivna moći*, predstavlja istraživanje vizuelnog oblikovanja, odnosno dizajna, u kontekstu biopolitičke teorije. Predmet ove doktorske disertacije je istraživanje vizuelnog oblikovanja u okviru savremenih interdisciplinarnih teorija umetnosti i dizajna. Tema se odnosi na istraživanje dometa savremenih politika dizajniranja materijalnog okruženja i upravljanja društvenim životom.

Svaka definicija dizajna rizikuje da bude nepotpuna i neprecizna, ponajviše jer dizajn predstavlja izuzetno obimno i kompleksno polje ljudskog delovanja u političkom i društvenom kontekstu. To nije samo područje upotrebnih predmeta, već se radi o polju u kome dizajn predstavlja savršeno kolo proizvodnje i potrošnje uopšte. Kada se u literaturi govori o dizajnu misli se na praksu proizvodnje materijalne kulture<sup>1</sup>, odnosno sveta industrijski proizvedenih funkcionalnih i estetičnih predmeta i slika. Društvene inicijative u vidu skupova, konferencija, seminara, bijenala, trijenala i tako dalje, koje su se održavale u svetu tokom dvadesetog veka pa do danas, razmatrale su mnogostruke uloge dizajna u različitim političkim, društvenim i istorijskim okvirima. Smatra se da dizajn doprinosi razvoju društva, životne okoline, kulture i ekonomije, te je posledica tog doprinosa kvalitetniji život sadašnjih generacija i onih koje dolaze. Dizajn se bavi estetikom okruženja, pojedinca i stanovništva uopšte. Cilj dizajna jeste ostvarenje ideje o zdravijem, funkcionalnijem, srećnijem i lepšem životu. Drugim rečima, dizajn sebi pripisuje globalnu odgovornost za izgradnju održivog društva. Međutim, ako se dizajn izmesti u kontekst biopolitičke teorije nameće se činjenica da se i politika i dizajn odlikuju uvećanom željom za kontrolom razvoja društvenog života i urbanog prostora, usluga, teritorijalnih granica, izgradnje i uređenja životnog i radnog prostora, a sve to u duhu neoliberalnog i neokolonijalnog predatorstva. Postavlja se pitanje, koja je funkcija dizajniranih artefakata i ambijenata u širem političkom smislu.

Prema tome, u ovom radu biće istražene mogućnosti zasnivanja drugačijeg, savremenijeg dizajnerskog diskursa iz perspektive interdisciplinarnih teorijskih platformi. Cilj jeste da se ovom

---

<sup>1</sup> Pod materijalom kulturom podrazumeva se fizički dokaz neke kulture u vidu predmeta i arhitekture koji proizilaze iz nje sme. Ovi materijalni predmeti se odnose kako na sadašnjost, tako i na prošlost i budućnost. Kada se kaže materijalna kultura misli se na odnos između ljudi i predmeta u smislu proizvodnje, istorije, očuvanja i interpretacije samih predmeta.

doktorskom disertacijom istraži odnos dizajnerskog diskursa i prakse u kontekstu poststrukturalističke biopolitičke teorije, čime bi se ponudila nova teorijska postavka za preispitivanje i moguću izmenu političke misli dizajnerskog akta. Cilj je, takođe, da se pronikne u moć dizajna kao dispozitiva i ponudi način deaktivacije te moći u interesu šire zajednice. Na kraju, cilj ove disertacije je takođe da se prikaže relevantnost biopolitičke teorije (pre svega Fukoovog i Agambenovog dela) u polju dizajnerske discipline. Ovakvim pristupom mogla bi se podstaći promena savremenog dizajnerskog diskursa čija hipertrofija i eksproprijacija definiše politike spektakularnog demokratskog društva u kome se svet danas nalazi.

Osnovne teze ~~ove~~ kritički i analitički postavljene ~~ove~~ doktorske disertacije su:

- 1) Dizajn je dispozitiv, biopolitički mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju, te predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, produženu ruku i prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije koji nastupa u formi dispozitiva.
- 2) Otpor dizajn dispozitivu moguć je gestom profanacije koji se može iskoristiti u vidu emancipatorskih sredstava u kontekstu savremene dizajnerske prakse.
- 3) Moguće je zasnivanje drugačijeg dizajna, te dizajnerske prakse i kontra-dispozitiva, zarad vraćanja svakodnevnim korisnicima onoga što im je oduzeto neoliberalnim režimima vlasti.

Metodi koji će biti korišćeni prilikom obrade teme:

- 1) *Kritičko-analitički metod* teorijske analize relevantne literature.
- 2) *Komparativni metod* upoređivanja različitih teorijskih tekstova kojima se uspostavljaju analogije s polaznim hipotezama.
- 3) *Analiza intertekstualnih* odnosa teorije politike i teorije dizajna.
- 4) *Analiza dizajnerskih praksi* kao društvenih praksi.
- 5) *Studije slučaja* kojima se određuju teorijski zaključci i proveravaju na savremenim odabranim primerima dizajnerske prakse.

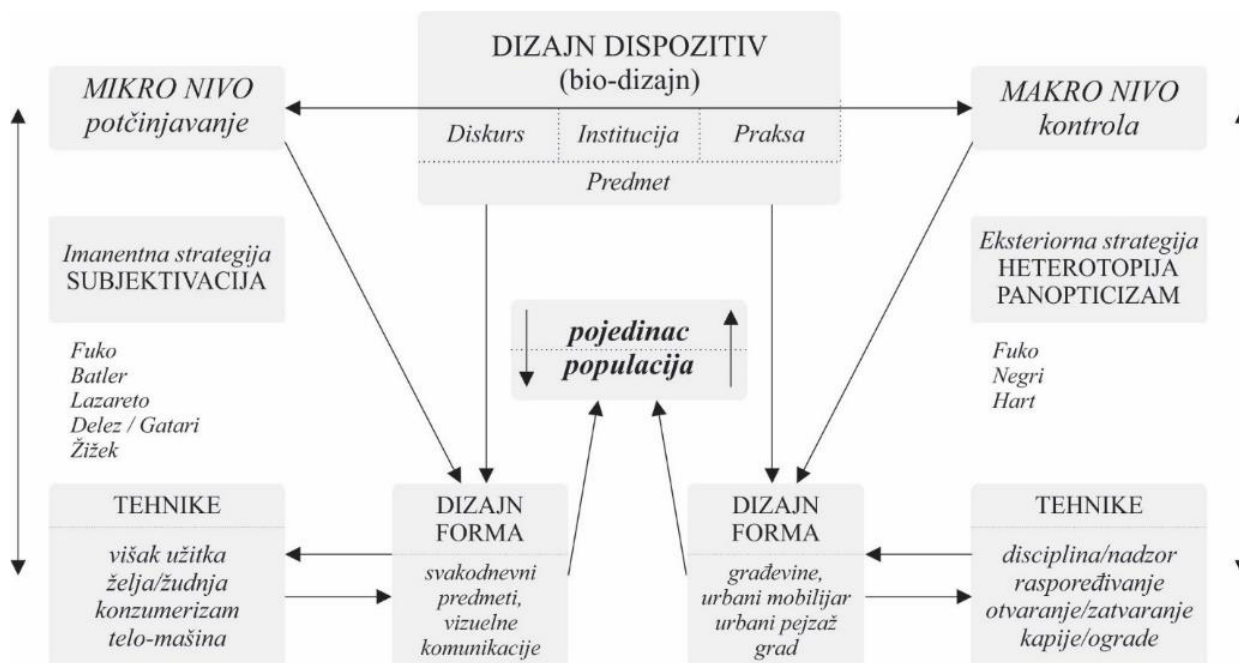


Doktorska disertacija *Savremene politike vizuelnog oblikovanja: oslobađanje dispozitiva moći* strukturirana je u tri celine. Ove tri tematske celine, zapravo, predstavljaju polja za preispitivanje i definisanje dizajna u kontekstualnom i interdisciplinarnom smislu, čime se otvaraju kompleksna pitanja o odnosu dizajna i politike, kao i o ulozi dizajna u kontekstu savremenog visoko globalizovanog sveta.

Prva celina, pod nazivom *Istorijski raspon misli i kontekst uspostavljanja dizajna kao discipline (Interpretacija razvoja teorije dizajna i njegovog uspostavljanja kao discipline putem teorijskih paradigmi i teorijskih koncepata)* upućuje na okvir opšte rasprave o politikama vizuelnog oblikovanja, njihovim ideologijama stavljenim u istorijski horizont. Ona se zasniva na tri faze razvoja društva, kulture i industrije. Prva faza: do dvadesetih godina XX veka, period konsolidacije, završno sa pojavom mehaničkih sredstava reprodukcije. Druga faza: do sedamdesetih godina XX veka, period formiranja konzumerističkog društva, uspostavljanje slikovitog sveta roba i zasnivanje globalnih korporacija. Treća faza razvoja: do današnjih dana, faza digitalne revolucije, *dot-com* kapitalizma i rađanje brenda. Dizajn je kroz tri faze razvoja industrije i društva prikazan kao polje političkog delovanja. Reč je o istorijskom rasponu misli i teorijskom uspostavljanju dizajna i postavljanja u svakodnevni život, te legitimaciju kao političkog polja delovanja.

Druga celina *Biopolitička teorija dizajna (Interpretacija dizajna biopolitičkim i hibridnim teorijama i analizama funkcionisanja mehanizama bio-moći)* se bavi analizom polaznih hipoteza, funkcije dizajna u biopolitičkom društvu i postavlja moguće odnose dizajnerske prakse u odnosu na bio-moć i ključne biopolitičke teorijske koncepte. Kroz nju je opisano stanje dizajna u kontekstu visoko-globalizovanog sveta i biopolitičke teorije. Prema tome, iznesene su dve polazne hipoteze, i to prva koja opisuje savremeni dizajn kao dispozitiv, biopolitički mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Kao takav, dizajn na mikro nivou produkuje subjekt, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. U svim dolazećim oblicima dizajn predstavlja elementarnu formu dispozitiva, koja se ne odnosi samo na prostorne i fizičke dimenzije kontrole, već na sve mere koje doprinose potčinjavanju, upravljanju i izvođenju kontrole samog života (dijagram 1). Dizajn kao dispozitiv je opisan preko četiri dimenzije: *diskurs, institucija, praksa i predmet*. Takođe u ovoj celini je naznačeno postojanje mogućnosti otpora biopolitičkom ustrojstvu. Otpor dolazi u mnogostrukim

obicima i sa raznih strana, kao i bio-moć. Prema tome, drugom tezom se ističe da je otpor dizajn dispozitivu moguć gestom *profanacije* koja se može iskoristiti u kontraofanzivi u vidu emancipatorskih sredstava u kontekstu savremene dizajnerske prakse. Drugim rečima, profanacija kao dizajnerski gest može otključati, otvoriti, deaktivirati, izmestiti stvarnost i postaviti jednu novu viziju društvene temporalnosti.



Dijagram 1: Dijagram dejstva dizajn dispozitiva.

Treća celina *Otuđeni dizajn i savremena dizajnerska praksa (analiza primera dizajnerskih praksi dizajn dispozitiva)* predstavlja prikaz savremene dizajnerske prakse u vidu četiri studije slučaja koje oslikavaju četiri dimenzije dizajna kao dispozitiva: diskurs, institucija, praksa i produkt. Studije slučaja predstavljaju primere otuđenih dizajnerskih praksi i otkrivaju tamnu stranu dizajna. U prvoj studiji, razmatra se građenje ideologije savremenog dizajna preko delovanja dizajnera-autora i njegove uloge u savremenom svetu. Drugi slučaj se odnosi na edukativne institucije, a pre svega objašnjava karakter savremenog obrazovanja dizajnera u kontekstu koncepta skrivenog kurikuluma u dizajnerskim školama i njihove veze sa distribucijom moći u društvu. Treći slučaj je usmeren na prikaz prirode savremene dizajnerske prakse u svetlu posledica savremenog dizajnera i odsustva društvene odgovornosti, te opčinjenosti dizajnerskim egom i fascinacijom korporativnim dometima moći. Četvrti slučaj predstavlja prikaz skupa prethodnih navedenih dimenzija – dizajn produkt. Kao egzemplar dizajn dispozitiva, svih

dizajnerskih disciplina koje su učestvovala u njegovom kreiranju (urbanizmu, arhitekturi, dizajnu enterijera, dizajnu svakodnevnih upotrebnih predmeta, odeće, obuće, kostima, scenografije, grafičkog dizajna i tako dalje) prikazan je primer konkretnog dizajnerskog rešenja u kontekstu koncepata heterotopije i panopticisma.

U zaključku, a na osnovu postavljenih teza, izvode se saznanja proizašla iz ovog istraživanja o odnosu dizajna i politike, odnosno o politikama savremenog oblikovanja u kontekstu biopolitičke teorije. U ovoj tački zagovara se ideja da treba podržati alternativni dizajnerski diskurs kao protivtežu konzumerističkom dizajnerskom diskursu. Preciznije, afirmiše se razdvajanje dizajnerske teorije i prakse od biopolitičkih i neokapitalističkih struktura moći koje upravljaju savremenim društvima. Na kraju se ističe uverenje da dizajn može imati ne-konzumeristički karakter, da dizajn može egzistirati odgovorno prema društvu, ali i prema prirodnom okruženju.

## II. ISTORIJSKI RASPON MISLI I KONTEKST USPOSTAVLJANJA DIZAJNA KAO DISCIPLINE

(Interpretacija razvoja teorije dizajna i njegovog uspostavljanja kao discipline putem teorijskih paradigmi i teorijskih koncepata)

Prvo poglavlje se struktuiše u odnosu na tri faze razvoja društva i industrije, kulture i marketinga koje je definisao Hal Foster. Prva faza: do dvadesetih godina XX veka, period konsolidacije, završno sa pojavom mehaničkih sredstava reprodukcije (trenutak koji je Gi Debor proglasio rođenjem *spektakla*<sup>2</sup>). Druga faza: do sedamdesetih godina XX veka, period formiranja konzumerističkog društva, uspostavljanje slikovitog sveta roba i zasnivanje globalnih korporacija. Treća faza razvoja: do današnjih dana, faza digitalne revolucije, dot.kapitalizma i rađanje brenda.<sup>3</sup> Ne neophodno hronološki već sadržinski vezan za ove faze, dizajn je prikazan kao polje ideološkog političkog delovanja. U prvom poglavlju ilustrovani su pojmovi i fenomeni dizajna, njihove akcije i reakcije, kao i istorijski preplet marketinga i kulture, te prodiranje dizajna u svakodnevni život. Reč je, dakle, o istorijskom rasponu misli i teorijskom uspostavljanju dizajna, njegove društvene prepoznatljivosti, upliva u svakodnevni život i legitimaciju kao političkog polja delovanja. Prvo poglavlje upućuje na okvir opšte rasprave o politikama vizuelnog oblikovanja, njihovim ideologijama stavljenim u istorijski horizont.

---

<sup>2</sup> Debord, Guy, *Society of the Spectacle*, translated by Ken Knabb, Bureau of Public Secrets, 2002.

<sup>3</sup> Foster, Hal, *Dizajn i zločin (i druge polemike)*, Biblioteka Ambrozija, Zagreb, 2006, 12.

## 1. REVOLUCIONARNO MIŠLJENJE I IDEOLOGIJA STAJLINGA<sup>4</sup>

(...) *Dizajn će onda biti odraz prozirnog društva čija bi se građa videla, društva bez tajni i manipulacija.*<sup>5</sup>

Žan Bodrijar

Rasprava o dizajnu, u bilo kom kontekstu, složena je zbog početnog problema koji izaziva sama reč koja ima mnogo značenja. Iz tog razloga dolazi do izvesnih nesporazuma, zavisno od toga ko je upotrebljava, na koji način i u kom kontekstu. Kako navodi Heskett, engleska reč *design* menja značenje čak i kada se upotrebi u jednostavnoj rečenici: *Design is to design a design to produce a design.*<sup>6</sup> Odnosno u prevodu na srpski jezik *dizajn je dizajnirati* (kreacija) *dizajn* (rešenje) *kako bi napravio dizajn* (oblikovani predmet ili slika). Prva imenica predstavlja opšti pojam, odnosno praksu: *Dizajn je bitan za ekonomiju*. Druga reč je glagol, izvođenje radnje: *Naručili su da dizajnira novi model stolice*. Treća reč, opet imenica koja predstavlja ideju u proizvodnju: *Dizajn smo prezentovali klijentu*. Problemu zbrke doprinosi i to što nikada nije oformljena koherentna struka, kao što je na primer pravo ili medicina. Dizajn se podelio na razne prakse koje iz dana u dan povećavaju svoj broj. Za početak, dizajn će u ovoj disertaciji biti definisan, ogoljen od svoje suštine, kao sposobnost ljudi da oblikuju i kreiraju svoju okolinu na način koji nema presedana u prirodi, da bi dao životu smisao i služio ljudskim potrebama.

U narednim redovima biće izvedena interpretacija ključnih tekstova, stavova i manifesta iz polja teorije dizajna. Pre svega analiza će biti zasnovana na delovanju dizajna u društveno-političkom kontekstu. Dizajn se ne može shvatiti samo kao estetski pojam, radnja ili proizvod, već je reč o svojevrsnom političkom fenomenu. Dizajn je kako estetsko oblikovanje, tako i svojevrsno

---

<sup>4</sup> Strane reči imaju tendenciju da se asimiluju, što znači da se strana reč prilagođava domaćem fondu reči. U ovom slučaju engleska reč *styling* biće prilagođena, odnosno pozajmljena srpskom jeziku za potrebe ovog rada. Koristiće se reč *stajling*, i označaveće dizajnerski trend stilizacije dizajnerskog proizvoda u cilju pružanja proizvodu nove draži i nove elegancije, nezavisno od istinskog tehničkog ili funkcionalnog razloga. *Stajling* pospešuje potrošnju, samim tim i proizvodnju.

<sup>5</sup> Jean Baudrillard, *Sumrak znakova*, (1975), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 172.

<sup>6</sup> Heskett, John, *Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna*, (2002), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 528.

političko oblikovanje materijalnog i znakovnog sveta. Dizajn fundamentalno oblikuje svakodnevni život ljudi. Fenomen dizajna odavno je prevazišao sve društvene okvire i granice koji su mu u početku dodeljeni. Drugim rečima, reč je o dizajnu koji nadilazi sam dizajn, utiskuje pečat čitavom društvu, te ukupnom društvenom bitisanju i prožima čitavo društvo.

Razvoj dizajnerske teorijske misli biće izložen u tri grupe. Prvo, dizajn u periodu protesta protiv mašine i umetničkog oživljavanja zanata. Rasprava zatim prati veliko istorijsko razdoblje, eru modernizma, vreme pomeranja sa mašinama, i to kroz stavove ranih modernista, te pionira modernizma i naposljetku pripadnika internacionalnog stila. Potom će biti prikazana treća grupa koja podrazumeva nastanak stajlinga. U analizi tekstova ističu se tri temeljna elementa koji ih povezuju. Prvo, u tekstovima se ne oseća objektivna distanca jer teme uglavnom životno dotiču i same autore kao i dizajn kao praksu. Autori naginju kriticismu društva i industrije, čitaoce podstiču na novo razmišljanje i saznanje, te njihovi tekstovi često imaju prizvuk manifesta (i ako u mnogim slučajevima to ne pretenduju da budu). Drugo, uočava se element ideologije kao bitne odrednice dizajnerskog delovanja. Prepoznaje se strah od monopola vladajućih klasa, kao i potreba za upražnjavanjem slobodnog životnog stvaralaštva, pa i demokratizacija dizajna. Treće, prisutan je stalni konflikt i napetost između potrebe ugađanja i potčinjavanja društvenoj realnosti i nesumnjivog odbijanja aktuelnih trendova. Paradoksalno, napetost se izražava upravo u tom podređivanju sa jedne strane i otporu sa druge strane.

## 1.1. Oživljavanje umetničkih zanata

Engleska je bila centar industrijske revolucije. Mašine su postale do te mere značajne da su odnele prevlast nad ručnim radom u glavnim gradovima engleske industrije. Radnici koji su stvarali rukama, zapravo smatrani zanatlijama, potisnuti su i postali nadzornici rada mašina. Posledica je bilo naglo padanje cene ručno rađenih dobara, sa jedne strane i cvetanje trgovine i industrije sa druge strane. Umesto majstora pojavili su se krupni kapitalisti. Ovakvo stanje imalo je dalekosežne posledice u smislu nedostatka osećaja za estetiku predmeta koje je proizvodila mašina. Industrijska umetnost je izgledala neugledno, grubo i pretrpano ornamentima. Prema Pevsneru, u proizvodima su preovladali lažni materijali i lažne tehnike, a zanatske veštine koje su uvek nadahnjivale divljenje zamenila je mehanička rutina.<sup>7</sup> Takvo stanje Vilijam Moris (William Morris 1834–1896)<sup>8</sup> doživeo je kao potpuni poraz moderne civilizacije. Misaona i idejna evolucija Morisa vrlo brzo je preskočila ideje hrišćanskog bratstva Prerafaelita i svetog rata protiv modernog doba i došla do ideja promene socijalnom revolucijom. Od romantične koncepcije socijalizma kao društva gde siromašnih nema, gde ljudi žive u jednakosti, Moris je izuzetno brzo stigao do ideja Karla Marksa i do spoznaje o neophodnosti klasne borbe i ukidanja privatnog vlasništva nad sredstvima za proizvodnju. Godine 1883, pristupio je političkoj opciji Demokratske federacije koja je nedugo zatim postala Socijalistička federacija, a Moris jedan od najaktivnijih pobornika socijalističkih ideja u Engleskoj. Sebe je na članskoj kartici označio kao dizajner.<sup>9</sup>

Moris nikada nije upoznao Marksa koji je umro nekoliko meseci pre nego što će se Moris pridružiti Socijalističkoj federaciji. Moris je i sam izjavio da je „*postao komunista i pre nego što je ikada čuo za socijalizam ili njegove ciljeve*“.<sup>10</sup> Simbioza socijalističke ideologije i Morisove problematizacije estetike industrijski napravljenih predmeta može se uvideti u najvećem broju njegovih tekstova. Njegovo političko delovanje, tekstovi u kojima problematizuje industrijsku umetnost, kao i eksplicitne izjave dokazuju da su politike vizuelnog oblikovanja njegovih dela u

---

<sup>7</sup> Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986.

<sup>8</sup> William Morris, (1834–1896) engleski umetnik, pisac i dizajner. Jedan od vodećih članova umetničko-zanatskog pokreta *Arts and Crafts*. Osnovao je preduzeće *Morris and Co.* u saradnji sa umetnikom Edwardom Burne-Jonesom i pesnikom Danteom Gabrielom Rossettijem. Pomogao je oživljavanju tradicionalnog način proizvodnje. Kraj svog života posvetio je radu izdavačke kuće *Kelmscott Press*, koju je osnovao 1891. godine.

<sup>9</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, st. 20.

<sup>10</sup> Florence Boos and William Boos, The Utopian Communism of William Morris, *History of Political Thought. Vol. VII. No. 3*, 1986, 489–510.

direktnoj vezi sa socijalističkim ideologijama. Uočava se izrazita kritika kapitalističkog društva i društvenih pojava tog vremena. Moris dolazi do istih onih dijagnoza do kojih je u svom radu došao Marks – o industrijskoj revoluciji kao civilizaciji koja je otuđila rad od čoveka.

U svom tekstu *Ponovno oživljavanje zanatstva*, iz 1888. godine Moris analizira posledice koje upotreba mašine ima na umetnost.<sup>11</sup> Moris smatra da su gotovo sva dobra odvojena od života onih koji ih koriste, jer njihova volja nije učestvovala u proizvodnji tih dobara, osim utoliko što potrošači čine deo tržišta na koje se ona mogu plasirati u korist kapitalista čiji je novac uključen u njihovu proizvodnju. Tržište pretpostavlja da je određena fabrička roba tražena, ali njena vrsta i kvalitet tek približno su prilagođene potrebama javnosti, jer su potrebe javnosti podređene interesima kapitalističkih gospodara tržišta.

Moris navodi da je radnik radio za sebe a ne za kapitalističkog gospodara, te je prema tome bio gospodar svoga rada i svog vremena u razdoblju čistog zanatstva.<sup>12</sup> U drugoj polovini XVI veka pojavljuje se poslodavac i slobodni radnici se počinju okupljati u radionicama. Tada dolazi do podele rada koja se nastavila i u narednim vekovima. U XVIII veku je radna jedinica postala grupa a ne pojedinac, drugim rečima, radnik je postao deo mašine, koja je u jednom slučaju bila sastavljena samo od tela a nekada u kombinaciji tela i mašine. U drugoj polovini XVIII veka, dalje ističe Moris, svet se upoznao sa potpunom automatizovanom mašinskom proizvodnjom koja je gotovo potpuno potisnula ljudski rad, a radnika učinila podređenog mašini i u poslužitelja mašine. Moris se pitao: Imamo li pravo želeti da zanatstvo preuzme ulogu mašine? Za Morisa zanatstvo je očito poželjno i skopčano sa kvalitetom života ljudi, i sa političkim ideologijama socijalizma. Moris se zalaže za sistem proizvodnje koji će dati lepo okruženje i ugodno zanimanje koje će ljude poticati da budu *dobre ljudske životinje*, sposobne da učine nešto za sebe. Ljudima je potrebna sreća u svakodnevnom radu, te ništa od toga nije moguće ukoliko sva odgovornost za pojedinosti dnevnog života ne bude prebačena na mašine i one koji njima upravljaju. Sa jedne strane Moris je kao najveće neprijatelje umetnika-zanatlija video mašine, a sa druge i veliku kapitalističku moć.

Morisova razmišljanja predstavljaju početak prvih dizajnerskih teorija skopčanih duboko sa političkim ideologijama. Ideologiju utopijskog socijalizma Vilijama Morisa, zasnovanu na

---

<sup>11</sup> Morris, William, *The Arts And Crafts of To-day* (1889), in Isabelle Frank (ed), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 61–71.

<sup>12</sup> *Ibid*, 64.



Marksovim učenjima, prepoznao je Valter Krejn (Walter Crane, 1845–1915).<sup>13</sup> U tekstu iz 1982. godine, *Važnost primenjenih umetnosti i njihov odnos sa svakodnevnim životom*, Krejn govori o primenjenoj umetnosti, čoveku, tržištu i mašini, zauzimajući stav da ekonomski uslovi i mašine sprečavaju zanatlije da budu umetnici. Smatrajući da narasla buržoaska klasa jeste klasa bez ukusa koja juri za onim stvarima koje se nude na tržištu, Krejn zapravo prikazuje vulgarizaciju i pojeftinjenje ukusa:

*Neka se trgovina ne hvali svojom licemernom frazom da umetnost postavlja na dohvat svima, jer kako bi to drugačije postalo potrebno da nije umetnost najpre izmaknuta izvan tog dohvata?*<sup>14</sup>

Jedan od glavnih razloga za propast inventivnog i spoznajnog dizajna Krejn vidi u podvojenosti koja je nastala između umetnika i zanatlije, odnosno podvojenosti dizajnera i radnika. Politički faktor koji uslovljava dizajnera jeste preduzetnička firma. Od dizajnera se traži da svake sezone kreira nova i originalna, ali ne neophodno, i inovativna rešenja. Zavisnost dizajnera od velikih preduzetničkih firmi prepoznaje se u sistemu u kome se najbolji umetnički talenti crpe, ili u najgorem slučaju potpuno gube. Krejn smatra da je ukras u vreme zanatstva bio organski, i u potpunosti usklađen sa materijalom u kome je izveden, te je predstavljao izraz samog predmeta kome je dodeljen. Međutim, industrijskom organizacijom, podelom rada i mašinskom proizvodnjom, kapitalizam je uništio umetnički potencijal. U celini pak primenjene umetnosti pokazale dozu otpornosti na kapitalistički poredak, a taj otpor prepoznaje u vidu umetničkih pokreta kao što je na primer *Arts and Crafts*. Rešenje vide u povratku istinskoj nameni i izvornom dizajnu, koji se temelje na dobrim primerima iz srednjovekovne prošlosti kada kapitalistička uprava i mašina nisu upravljale radnikom.

Marksizam kao osnovna ideologija na kojoj su dizajneri tog doba razvijali svoje teorije ipak je bila samo utopija. Ova činjenica je bila jasna i Morisovim savremenici, dizajnerima i teoretičarima. Oni su smatrali da je gotovo nemoguće odvojiti dizajn od industrijske proizvodnje. Jedan od manje poznatih francuskih umetničkih kritičara Pedro Riju de Maju (Pedro Rioux de

---

<sup>13</sup> Walter Crane (1845–1915), engleski umetnik i ilustrator knjiga. Jedan od najplodnijih i najuticajnijih ilustratora dečijih knjiga svoje generacije. Bio je član pokreta *Arts and Crafts*, a njegovi radovi (slike, ilustracije dečijih knjiga, keramičke pločice, nacrti za tapete) znatno su uticali na englesku i nemačku primenjenu umetnost i dizajn.

<sup>14</sup> Crane, Walter, *The Importance of the Applied Arts and their relation to Common Life* (1892), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 183.

Maillou, 1853–1914) težio je kompromisu sa mašinom, za razliku od revolucionarno nastrojenog Morisa. De Maju je bio aktivan od sedamdesetih godina devetnaestog veka do početka Prvog svetskog rata. Bio je aktivni član *Union centrale des Arts décoratifs*<sup>15</sup> i sekretar izvršnog odbora sedme izložbe u *Palais de l'industrie* 1882. godine. U tekstu *Dekoratívne umetnosti i mašina* iz 1895. godine, definišući izraz industrijska umetnost posebnu pažnju daje terminu *industrijska*:

*Taj atribut podložan je zakonima ponude i potražnje. Ona mora držati jednak razmak od dva pola – industrije i trgovine – i od zenita koji je Umetnost sama.*<sup>16</sup>

De Maju, analizirajući profit trgovine, tvrdi da je sva proizvodnja namenjena potrošnji te da izvan tog područja industrijske umetnosti nemaju šta da traže. Industrijske umetnosti moraju biti upotrebljiva roba, a njeni plodovi nisu namenjene isključivo zadovoljavanju određene funkcije, one su namenjene nekome kome zadovoljavaju potrebe. Te potrebe u igru uvode novac, merljivu dobit, vrednosti, te stoga industrijska umetnost mora ispuniti temeljni uslov – mora biti pristupačna cenom. Kao odgovor na te uslove stupa mašina. De Maju, za razliku od Morisa, zauzima blaži kritički stav prema mašini. Mašinu poredi sa aristokratskom silom, ali jeftinoća njenih proizvoda čini je moćnim faktorom u procesu demokratizacije. On smatra da mašina siromašnima omogućuje pristup brojnim korisnim upotrebnim predmetima i zalaže se za odbacivanje ornamenata sa upotrebnih predmeta jer predmet mora objasniti šta je, zašto i zbog čega postoji. Oponašanje je najgori neprijatelj umetnosti, kaže De Maju, smatrajući da ornament i dekoracija poskupljuju proizvod i da samo mašina omogućava jeftiniju proizvodnju. Na dizajnerima je da iz mašine izvuku ono najbolje. Mašina obavlja posao i prema tome ona mora da ostavi sopstveni trag na završnom izgledu proizvoda. Iz ovakvih stavova proizilazi nova dekorativna estetika.

Iz analize rane faze formiranja dizajna moguće je postaviti nagoveštaje ideje o odnosima politike i dizajna. Politiku ovde treba shvatiti u širem kontekstu kao upravljanje populacijom i kao oruđe dominacije u društvu. Prikazane ideje daju platformu za odgovor, i prikazuju idejna stajališta budućnosti razvija promišljanja o dizajnu. Obnova kao istorijska ideja je bila izuzetno skopčana sa političkim ideologijama i kreiranjem budućeg estetskog izgleda sveta. Načelno, napredak dizajnerskog promišljanja odvija se u dijalektici ispravnosti i neispravnosti unutar jednog

---

<sup>15</sup> *Union centrale des Arts décoratifs* (UCAD), muzej dekorativnih i primenjenih umetnosti, osnovan 1882. godine u Parizu, 2004. godine preimenovan u *Les Arts Décoratifs*.

<sup>16</sup> Pedro Rioux de Maillou, *The Decorative Arts and the Machine* (1895), in Isabelle Frank (ed), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 184.

ideološkog korpusa. Matko Meštrović, teoretičar dizajna i umetnosti, navodi da je, u periodu kraja XIX veka, teorijska dizajnerska misao pokazala postojanost u odnosu na temeljne sukobe u društvenoj osnovi materijalne proizvodnje kao i pomake u saznanjima te epohe o samoj sebi.<sup>17</sup> Valja istaći i da je na izgled neočekivana razlika između stavova Morisa i De Maju ne predstavlja spor, već zapravo prelaz sa instrumentalizacije estetike u zanatstvu na kasnije približavanje umetnosti i tehnologija. Ovakvi trendovi pomicanja upućuju na civilizacijske pomake, ali i na pomake u polju teorije dizajna, odnosno pomeranja u politikama vizuelnog oblikovanja. Drugim rečima, Morisova utopistička ideologizacija teorijskih iskaza nije dala održivo rešenje problema, već je projektovala onakvu stvarnost kakvu je mogla da zamisli. Moris i njegovi sledbenici, među kojima su bili Valter Krejn, V.R. Lidbi, Džon Seding, Luis Dej, Čarls Robert Ešbi i drugi, protestvovali su protiv mašine jer su ga posmatrali kao uzurpatora nastalog iz pohlepe. Moris je učinio najbolje što je mogao za dizajn, kao veliki socijalista i etičar, orijentisao je dizajn u društveno odgovornom pravcu. Revolucionarni dizajn, dizajn koji zastupa društvene promene, u buduće će se promišljati sa više ili manje ideološkog stanovišta, sa više ili manje kompromisa. Odstupanja od ideoloških postavki Vilijama Morisa i približavanje demokratskim politikama kapitalističkih sistema označiće novu fazu razvoja dizajna i dizajnerskog promišljanja – dizajn ulazi u fazu modernizma.

---

<sup>17</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 29.

## 1.2. Modernizam u dizajnu

Termin *moderno* se, bar što se dizajna tiče, u većoj ili manjoj meri mogao primeni na bilo koji dizajnirani objekat. Moderno je moglo značiti sve ili ništa. Tek je u postmoderni *moderno* je dobilo značenje. U tom kontekstu, *modernim* se podrazumevalo sve ono što nije *postmoderno*. Pol Grinhaldž *moderno* u dizajnu ne vidi kao nešto savremeno, sadašnje, ili poslednju modu, već specifične metodologije i sisteme uverenja.<sup>18</sup> Reč je dakle o tome da je *moderno* pojavom postmodernizma je pretvoreno u spomenik, odnosno jedinstvenu zaokruženu celinu delova sa istom idejnom osnovom. Moderno je postalo projekat društva.

Pojam modernog projekta objasnio je Filiberto Mena ističući njegovu suštinu, koja leži u činjenici da se moderni projekat temelji na određenoj ideji o umetnosti koja ima tu sposobnost da oslobodi latentnu kreativnost pojedinca.<sup>19</sup> U modernom projektu se sublimiraju odnosi umetnosti i estetičkog, gde estetičko prožima svakodnevni život i pokreće proces individualnog i kolektivnog oslobađanja. Problemi mogu nastati u samom sprovođenju, odnosno onda kada se moderni projekat sukobi sa kvantitativnim činiocima društva. Drugim rečima, problem nastaje kada se umetnost obraća slobodnim pojedincima a zapravo nailazi na masovno društvo. Mena smatra da su u neposredno projektovanje uključene konstruktivističke struje. One se ogledaju u dizajnerskoj praksi, odnosno postavkama Bauhauusa. Upravo je dizajn naslednik konstruktivističkih avangardi koje su nastojale da estetičkim delovanjem utiču na promene u društvu. Mena kao bitan činilac modernog projekta nameće političko biće. U moderni umetnik-dizajner je predstavnik pobune protiv organizacije. Moderni projektant se bori za kolektivno oslobađanje, za pronalaženje subjektivnosti, usvaja stavove istorijskih avangardi i iskazuje potrebu za samoposmatranjem, preispitivanjem i proverom, te se zalaže za neposredni prelaz umetničkog u estetičko čime se postiže prelaz umetnosti u svakodnevni život. Reč je o suočavanju estetičke ideologije i analitičkog pristupa, gde se analitički pristup razume kao stožer razmišljanja koji se premešta na umetnički i politički plan i napušta estetički i društveni plan.

Dakle, moderni projekat i umetničke avangarde svode se na zajednički imenitelj. Oni tumače zajednički umetničko delovanje koje vide kao sredstvo traganja i menjanja stvarnosti. Oni

---

<sup>18</sup> Paul Greenhalgh, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990.

<sup>19</sup> Filiberto Mena, *Proricanje estetskog društva: Esej o umetničkoj avangardi i modernom arhitektonskom pokretu*, Radionica SIC, Beograd, 1984.

nude rešenje problema koje leži u modernom društvu sve od industrijske revolucije. Ti problemi se mogu definisati kao pretvaranje umetničkog dela u robu. Oni nude rešenje zasnovano na estetskoj perspektivi koja nastoji da reši socijalne konflikte promenom socio-ekonomskih odnosa i to upravo onim oruđem koje pravi problem. Odnosno, društvo koje je prepušteno tehnološkim sredstvima i od njega zavisi treba lečiti upravo tim sredstvima. Ovim se dolazi do regeneracije pojedinca i ambijenta u kome živi i uspostavlja se ravnoteža i potpunost ljudske ličnosti. Dakle, kada se govori o modernom projektu govori se o ideološko-političkom angažovanju, te o tehničko-stručnom angažovanju; tehnički doprinos kao ideološka dimenzija koristi se kao osnova i činilac za izgradnju autentično slobodnog društva.

Grinhaldž, teoretičar koji se bavio dizajnom u doba modernizma, uviđa hronologiju modernog pokreta u dizajnu i deli je u dve faze: pionirska faza modernizma i druga faza koju naziva internacionalni stil.<sup>20</sup> Prva pionirska faza počinje Prvim svetskim ratom i završava se mračnim političkim zbivanjima početkom tridesetih godina dvadesetog veka, a druga faza, internacionalnog stila počinje ranih tridesetih godina i opstaje sve do kraja 70-ih godina, do postmoderne. U globalnom kontekstu modernizam u dizajnu označio je definitivno stapanje umetničkih nastojanja oblikovanja predmeta i slika sa mašinom, drugim rečima finalno pomirenje. U ovoj disertaciji uvodi se još jedna razvojna faza modernizma – rani modernizam. Prema tome, modernizam u dizajnu se može podeliti u tri razvojne faze, i to: *rani modernizam*, *pionirski modernizam* i *internationalni stil*.

### 1.2.1. *Rani modernizam*

Rani modernizam se u većoj meri razvio na kontinentalnom delu Evrope. Dizajneri ovog perioda uskladili su svoje delovanje prema nasleđu druge industrijske revolucije. Moris je promišljanja o dizajnu postavio u polje društvenih nauka i pokazao da je nemoguće umetnost i dizajn odvojiti od etičkih načela, religije i na kraju političkih ideologija. Takvi stavovi Morisa su odveli prema socijalizmu. Iz njegovih tekstova uverljivo je prozrena društvena strukturu tog vremena i njen neizbežan uticaj na dizajn. Međutim, problem Morisove postavke bio je pogled u prošlost a ne u budućnost. Pevsner navodi da je Moris ustuknuo kada je krenula pobuna u Londonu,

---

<sup>20</sup> Paul Greenhalgh, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990.

te se počeo povlačiti u svet estetike i poezije.<sup>21</sup> Uslovno rečeno, licemerje Vilijama Morisa se dokazalo i u praksi: u sopstvenim radionicama je koristio srednjovekovne mašine, a njegov rad je bio skup i pre svega namenjen buržoaziji. U praksi nije mogao dokazati da je jeftina umetnost moguća, jer svaka umetnost košta vremena i razmišljanja.

Morisov učenik, Valter Krejn nije odmakao dalje od doktrine svog učitelja. Međutim njihov savremenik, Čarls Robert Ešbi (Charles Robert Ashbee, 1863–1942)<sup>22</sup> pokazao se kao originalni mislilac i energičniji reformator. Ešbi je povezo obnovu zanatskih radionica sa malom privredom. Pomirljiv stav prema mašini je označavao ne odbacivanje već ovladavanje njome. Ešbi je smatrao je da savremena civilizacija i društveno političko uređenje počiva na mašini i ni jedan sistem podsticanja za umetničko obrazovanje ne može biti zdrav ako to ne prepoznaje.<sup>23</sup> Istinski predstavnici ranog modernizma su oni koji su od početka prihvatili politiku vizuelnog oblikovanja koja se zasnivala na umetnosti izrađenoj mašinom. Ipak još je postojala velika podela između neodlučnog i potpunog prihvatanja mašine koje će se desiti nekoliko decenija kasnije. U periodu ranog modernizma generacije dizajnera, umetnika i arhitekata uglavnom su dolazile sa kontinenta. Engleske aktivnosti u pripremanju modernizma završene su mahom posle Morisove smrti. Inicijativa i podsticaji modernizmu preselili su se na kontinent Evrope i u Sjedinjene Države.

Frenk Lojd Rajt (Frank Lloyd Wright, 1867–1959)<sup>24</sup> je smatrao da je Moris, iako je ispravno promišljao, bio na pogrešnom tragu dizajna. Rajt kaže:

*U to doba mašina nije napredovala do te tačke koja sada tako jasno ukazuje na to da će sigurno i brzo samim svojim zamahom ispraviti zlo koje je učinila, te da će prekinuti*

---

<sup>21</sup> Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986.

<sup>22</sup> Charles Robert Ashbee, (1863–1942) jedan od najvažnijih engleskih dizajnera. Arhitekta, dizajner i pisac, osnovao 1888. godine *Guild and School of Handicraft* u Londonu. U svoj rad i teoriju uneo je etiku Johna Ruskina i Williama Morrisa. Njegov dizajn srebrnih i metalnih predmeta (kopče, nakita, pribor za jelo i posuđa) doprineli su njegovoj popularnosti i pobudili interes nemačkih i austrijskih dizajnera.

<sup>23</sup> Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986, 5.

<sup>24</sup> Frank Lloyd Wright (1867–1959) američki arhitekta, dizajner enterijera, pisac i profesor. Autor je više od 1000 projekata od kojih je pola izvedeno. Promovisao je organsku arhitekturu, ideolog je pokreta *Prairie School*, te je razvio koncept *Usonian Home* (neologizam koji se odnosi na SAD), prefabrikovani modeli modularnih kuća, za njega otelotvoreni ideal demokratske Amerike. Verovao je da svako zaslužuje da mu arhitektura projektuje dom prema sopstvenim potrebama. Njegovi projekti obuhvataju različite tipove građevina, od domova, kancelarijskih prostora, crkava, škola, oblakodera, hotela, muzeja. Poznat je i kao dizajner nameštaja i enterijera, ali kao i pisac knjiga i članaka. Bio je aktivan predavač po američkim i evropskim školama za dizajn i arhitekturu.

*uzurpiranje prostaka. A tada nije ni prerasla u nešto što bi velikom demokrati Vilijamu Morisu otvoreno pokazalo kako je mašina velika preteča Demokratije.*<sup>25</sup>

Mašina u tom smislu reči jeste zadala smrtonosni udarac umetnosti. Za Rajta mašina je i dalje nepobediva, trijumfalna, skuplja snagu i odgovara na materijalne potrebe. Uzdržana kritika Morisove doktrine završena je pokličem za prihvatanjem mašina u vizuelnom oblikovanju upotrebnih predmeta i slika:

*(...) a tekstura tkiva ove velike stvari, tog Predvodnika Demokratije, Mašine, slagala se delić po delić, u slepom poštovanju organskog zakona, zakona kojem veliki sunčev sistem nije ništa do poslušna mašina. Takva je to stvar u koju snaga Umetnosti treba da udahne ushit savremenosti! Dušu!*<sup>26</sup>

Pomicanje politika vizuelnog oblikovanja te epohe uslovalo je pronalaženje održivih politika budućnosti, onih koje će umetnosti naći mesto pored tako omrznute mašine. Uporedo sa takvim tektonskim pomeranjem tla, dešavala se ne samo promena forme dizajniranih proizvoda nego i promena ideologija koje su u potpunosti odbacile ornament. Ornamentu će se dizajneri vratiti tek za nekih sedamdeset godina u postmodernizmu. Stavovi dizajnera u periodu ranog modernizma bili su logični obzirom da mašina ne pravi ornamente, ona pravi sklopove struktura oličenim u predmetima svakodnevne upotrebe. Drugim rečima, dizajnerska promišljanja počela su se priklanjanju okolnostima u kojima je dominirala mašina i koju je, pokazalo se, nije bilo moguće pobediti.

Novi talas dizajnerske ideologije zapravo povelili su pesnici i pisci. Volt Vitman, Oskar Vajld, Emil Zola, interesovali su se za čuda moderne industrije. Za njima su išli dizajneri koji su se divili mašini i shvatali njene osnovne kvalitete u odnosu na samu praksu i društvo. Među tim dizajnerima našli su se Frenk Lojd Rajt, Luj Saliven, Oto Vagner, Henri van de Velde, kao i Adolf Los (Adolf Maria Loos, 1870–1933)<sup>27</sup> koji je radikalno odbacio ornament i time zacrtao pravac i

---

<sup>25</sup> Frank Lloyd Wright, *The Arts and Crafts of the Machine* (1901), in Isabelle Frank (ed), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750 – 1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 202.

<sup>26</sup> *Ibid*, 213.

<sup>27</sup> Adolf Maria Loos (1870–1933) austrijski arhitekta, uticao je na evropsku modernu arhitekturu. Suprotno duhu secesije pokazuje nameru da izbegne sve nepotrebne detalje u arhitekturi. Verovao je da sve što ne može biti utemeljeno na racionalnom jeste višak i treba da bude eliminisano iz projekta. Preporučivao je čiste oblike zbog ekonomičnosti. Njegov rad je uticao na evropske arhitekta i dizajnere u periodu modernizma tek nakon Prvog svetskog rata.

rađanje modernog pokreta u dizajnu. Ovakav pravac razmišljanja Dorfler označava kao *racionalistički*.<sup>28</sup> Los je promovisao upotrebu mašine kako u arhitekturi tako i u primenjenim umetnostima. Njegova antidekorativna doktrina u pravom smislu te reči je modernistička mantra. Los je verovao da je ukidanje ukrasa ravno evoluciji kulture:

*Brzinu kulturne evolucije smanjuju oni koji zalutaju s puta. Možda ja živim u godini 1908, ali moj sused živi u 1900, a čovek preko puta u godini 1890. Nevolja je za državu kad se kultura njenih stanovnika proteže preko veliko vremenskog razdoblja. Seljaci Kalsa žive u dvanaestom veku.*<sup>29</sup>

Čak je i Le Korbizije, komentarišući značaj Losovog promišljanja, 1930. godine za *Frankfurter Zeitung* izjavio:

*Los je sve pomeo pod našim nogama, bio je to homerovski obračun – filozofski i logički precizan. Time je Los uticao na našu arhitektonsku budućnost na merodavan način.*<sup>30</sup>

Svojim revolucionarnim tekstovima Los je presudno uticao na odnos dizajnera prema ornamentu. Tekst koji će označiti istrebljenje *nečistog* i suvišnog u praksi nosi naziv *Ornament i zločin* (1910). Bitno je uzeti u obzir aspekt društvenog morala koji se nameće u tom tekstu. Ovo Losovo promišljanje pre svega odzvanja žestokim revolucionarnim jezikom i predstavlja ideju da dizajn treba biti pretvoren u oružje za borbu protiv neukusa koji se ogleda u sveprisutnom otuđenju u modernom urbanom društvenom kontekstu. Politički element ogleda se u pozivanju na postizanje ispravnog nivoa društvene moralnosti. Losa brine boljitak uslova života populacije koja dizajnerske proizvode konzumira:

*No dobro, bolest ukrasa je prepoznata na razini države i potpomognuta državnim fondovima. Ali ja u tome vidim korak unatrag. Ne prihvatom primedbu da ukras povećava radost u životu uljuđene osobe, ne prihvatom prigovor sadržan u rečima: Ali ako je ukras lep!. Ukras ne povećava moju životnu radost niti radost u životu bilo koje uljuđene osobe.*<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Đilo Dorfler, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 19.

<sup>29</sup> Adolf Loos, *Ornament and Crime* (1910), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 77.

<sup>30</sup> Viktor Žmegač, *Prošlost i budućnost 20. stoljeća*, Matica Hrvatska, Zagreb, 2010, 80.

<sup>31</sup> *Ibid*, 75.



Revolucionarna retorika, možda i razumljiva za period kada ovaj esej nastaje, ogleda se u rečenici:

*Zabludeli usporavaju kulturnu evoluciju naroda i čovečanstva; ne samo da ukrase proizvode kriminalci nego je kriminal počinjen i činjenicom da ukras nanosi ozbiljnu povredu zdravlju naroda, državnom budžetu, pa time i kulturnoj evoluciji.<sup>32</sup>*

Povezujući značaj delovanja dizajna sa ekonomijom, društvom i državom, te osuđujući one koji doprinose stvaranju ukrasa, Los ulazi u zonu moral-političkih ocena i definitivno odbacuje ručni rad i izradu kao polje dizajnerskog delovanja i usmerava rad na mašinu i savremene tehnologije. Ne treba se baviti davno zaboravljenom prošlošću, ukrasima, ručno izrađenim predmetima, već sigurno usmeriti napore na izradu predmeta koji nastaju mašinski u savremenim dizajnerskim hramovima – fabrikama. Jer posledica odbacivanja ukrasa i jeste zapravo posledica približavanja ili potpunog prihvatanja mašine. Ovakvi stavovi zapravo i predstavljaju definitivno usmeravanje dizajna ka moderni, i prelazna faza, rani modernizam, može biti smatrana okončanom kada dizajnersko razmišljanje ulazi u novu fazu – fazu pionirskog modernizma.

### *1.2.2. Pionirski modernizam*

Period stvaranja Nemačke i Italije, Oktobarske revolucije i Prvog svetskog rata je period kada se sekularni materijalizam<sup>33</sup> koristio kako bi se propitivala razmišljanja i delovanja ljudi, dok se rastući osećaj za demokratiju polako i nevešto filtrirao u svesti evropskih naroda. Pred očima ljudi odigravala se završna faza Druge industrijske revolucije, nagla industrijalizacija i ubrzana urbanizacija kontinentalnog dela Evrope. Kao posledica ovog industrijsko-tehnološkog napretka desio se razvoj automatizacije operacija i linearna proizvodnja. Meštović smatra da ove inovacije nisu bile društveno asimilovane:

*(...) tehnički izumi i napredak koriste se da se održe, obnove ili stabilizuju strukture starog poretka. Oni koji kontrolišu sudbinu industrijskog društva – bankari, poslodavci i političari – ograničavaju neotehnički razvoj, izbegavajući promene koje bi se morale zbiti*

---

<sup>32</sup> Ibid, 77.

<sup>33</sup> Sekularni materijalizam označava u najširem smislu ideologiju odnosno zalaganje za podvojenost religije od svakodnevnog života, prvenstveno kada su u pitanju država i aparati države, sa utemeljenjem u materijalnim.

*u čitavoj društvenoj sredini. Umesto toga obnovu doživljavaju zastarele kapitalističke i militarističke institucije.*<sup>34</sup>

U sred agrarnog siromaštva, carskog apsolutizma i rata u najvećem delu Sovjetskog Saveza, Francuske, Nemačke, Holandije, u prvim godinama dvadesetog veka, velikom broju dizajnera fabrički sistemi i mašina činili su se više nego prihvatljivim. Činilo se da tehnologija, predstavljajući centralnu silu u pozadini istorijskih događaja, ima snagu ne samo da transformiše čitave urbane celine, već i socijalni položaj ljudi. Električna struja, automobili, avioni, brodovi, vozovi, bioskopi, soliteri – sve je bilo moguće. Pioniri modernizma osećali su da je svet bio spreman za radikalne revolucionarne promene. Modernisti su za razliku od futurista, nisu želeli slaviti ove događaje, oni su verovali da je moguće okrenuti ih u svoju korist kako bi došlo do nove i konačne stabilnosti. Kako ističe Grinhaldž, modernisti su verovali da dizajn može poboljšati društvo transformacijom masovne svesti, ali s druge strane su bili skloni prihvatiti da se, pre nego što to bude ostvarivo, samo društvo mora poboljšati.<sup>35</sup>

Pionirska faza modernizma se sastojala od niza pokreta i dizajnera koji su se najviše bavili arhitekturom, nameštajem i/ili grafikom. Pioniri su uspeli da zavedu red u svemu onome što im je prethodilo. Grinhaldž ističe značaj avangardnih pokreta za dalji razvoj dizajna:

*Što se avangarde tiče, danas možemo jasno videti da su 1914. postojali različiti putevi kojima je dizajn mogao nastaviti dalje. Do 1925. bilo je jednako jasno da je jedan jedini modus operandi zauzeo dominantnu poziciju u avangardnoj praksi. Već zahvaljujući tome, evolucija sveta dizajna bila je različita od evolucije lepih i dekorativnih umetnosti, koje su i dalje nastavile da se razmeću alternativama unutar parametara modernizma.*<sup>36</sup>

Glavni centri razvoja pionirskog modernizma bili su u Holandiji, Nemačkoj, Francuskoj i Sovjetskom savezu. U ovim državnim kontekstima uvek je postojao neki vid mesta okupljanja u obliku časopisa, edukativnih institucija, galerija, radionica. Na tim mestima dizajneri su imali priliku da se okupljaju kako bi definisali svoje stavove, kao i pokrete.

U Holandiji je, na primer, omanja grupa arhitekata, dizajnera i slikara osnovala svoj časopis pod nazivom *De Stijl*. Pokret i časopis su trajali od 1917. godine do 1935. godine, kada su razlike

---

<sup>34</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 32.

<sup>35</sup> Paul Greenhalgh, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990, 19.

<sup>36</sup> Ibid, 3.

u stavovima predstavnika pokreta dovela do raspada. Sa druge strane, u Nemačkoj središte pokreta bila je škola za umetnost i dizajn *Staatliches Bauhaus* u Vajmaru. Bauhaus je bio jezgro nemačkog pokreta moderne od 1919. do 1933. godine kada se pod pritiskom politike nacionalsocijalizma ugasio. Bauhaus danas predstavlja simbol dizajna dvadesetog veka – ideje Bauhauusa su sinonim ideja modernizma. U Francuskoj pojavilo se nekoliko publikacija časopisa *L'Esprit Nouveau* (Novi Duh), koji je izlazio u periodu od 1920. do 1925. godine. Sam časopis je značajan najviše zbog tekstova koje je za njega pisao Le Korbizje. U Sovjetskom savezu pojavili su se avangardni pokreti konstruktivizam i suprematizam. Sovjetski apstraktni umetnici su doprineli umetnosti, ali su i za dizajn bili od fundamentalne važnosti.<sup>37</sup>

Grinhaldž je u radu *Modernism in Design* identifikovao ključne pojmove za fazu pionirskog modernizma.<sup>38</sup> Ovi pojmovi identifikuju teorijske postulate i karakterišu različite aktivnosti uoči uspostave prevlasti internacionalnog stila. U kontekstu ove disertacije u fokus će biti stavljeni pojmovi koji opisuju politički karakter pionirskog modernizma. Drugim rečima, biće identifikovane i detaljnije prodiskutovane politike vizuelnog oblikovanja pionira modernizma. Pojmovi koji su ovde od interesa su: društveni moral, istinitost, tehnologija, univerzalnost i transformacija svesti.

*Društveni moral:* dizajn je bio oruđe za borbu protiv otuđenja u modernom, urbanom društvu. Bio je osmišljen kao politička delatnost posvećena poboljšanju ispravnog nivoa moralnosti. Cilj je bio poboljšati uslove populaciji koja ga je konzumirala. Još iz ranijih faza podvučeno je da su među dizajnerskim ideolozima mahom bili levo orjentisani intelektualci te je preovladavalo mišljenje da se sa širokim masama okrutno postupalo kroz ekonomske i političke procese koji su obeležavali kapitalistička tržišno orjentisana društva. Otušivanje se tako pretvorilo u snažno psihološko siromaštvo, te je pojedinac bio sprečen da preuzme kontrolu. Dizajn je neraskidivo povezan sa proizvodnjom dobara, što je za uzvrat i bila pokretačka snaga gomilanja bogatstva. Iz ove činjenice proisteklo je uverenje da upravo dizajn poseduje određeni potencijal da transformiše ekonomske i socijalne uslove u kojima su se mase nalazile.

*Istinitost* je postala estetska vrednost prve kategorije. Uglavnom je bila u vezi sa izgledom i izradom predmeta, označavajući izbegavanje izuma koji su stvarali iluziju i lažan dojam. Od

---

<sup>37</sup> Pogledati *Select Bibliography* u *Modernism in Design*, 242.

<sup>38</sup> Paul Greenhalgh, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990.

jednog dizajnera se očekivalo da izbegne formalističku imitaciju i snobizme. Modernistički ideal istinitosti je svakako bio u uskoj vezi sa odbacivanjem ukrasa.

*Tehnologija:* Modernisti su insistirali na doslednoj upotrebi najnovijih tehnologija i mašina. Masovnu proizvodnju i prefabrikovane materijale za naknadnu montažu gledali su kao sredstva pomoću kojih bi se sam pokret približio korisnicima. Standardizacijom komponenata omogućilo bi se brzo sastavljanje predmeta. Treba naglasiti da je, bar što se tiče pionirskog modernizma, ovaj vid masovne proizvodnje ostao na nivou ideje, jer gotovo ništa od onoga što je dizajnirano u ovoj fazi modernizma nije otišlo u veliku masovnu proizvodnju. Masovna proizvodnja postala je standardna praksa tek u doba internacionalnog stila.

*Univerzalnost:* pre svega se odnosi na internacionalizaciju, budući da su granice između disciplina i klasa postojale, modernizam je smatrao da ih treba ukinuti i zabraniti. Nacionalne razlike nužno i neizbežno su morale biti izbrisane. Modernistički pokret u dizajnu je u globalu bio međunarodnog karaktera, u cilju potrage za univerzalnom ljudskom svešću. Univerzalnost je imala kako estetsku tako i političku pozadinu. Modernisti su smatrali da bi jedan internacionalni izgled predmeta mogao olakšati kulturnu razmenu i smanjiti osećaj različitosti među ljudima. To bi takođe moglo pokrenuti kreativnost u dizajnu i izvan hegemonije lokalnih politika. U formalnom smislu to je značilo uvođenje apstrakcije kao ključnog estetskog načela. *Geometrijska apstrakcija bi bila ključno sredstvo za postizanje te univerzalnosti, jer je izmicala neposrednim društvenim kontekstima i sadržavala nepromenljive matematičke istine.*<sup>39</sup>

*Transformacija svesti:* Pioniri modernizma su verovali da dizajn može transformisati svest onih koji su dovedeni u relaciju sa njim. Odnos prema vizuelnim nadražajima pioniri su pronašli u učenjima *geštalt psihologije*, kao i u spoznajama bihevorista koji su čini se podržavali determinističke ideje dizajna. Dizajn bi mogao delovati kao sofisticirana vrsta mentalne terapije, koja je mogla promeniti raspoloženje i svetonazor populacije.

U prilog pomenutim terminima može se dodati i Gauganova teza da modernizam nije homogen niti jasno definisan termin, već se radi o veoma problematičnom i visoko ideološkom fenomenu – njegovo značenje može postati jasno onog momenta kada se prihvati činjenica da

---

<sup>39</sup> Ibid, 15.

postoji politika modernizam.<sup>40</sup> S obzirom da je nemački dizajn ovog perioda predstavljao simbol pionirskog modernizma, u narednim redovima analiziraćemo politike dizajna u Nemačkoj u dva karakteristična slučaja. Industrijalizacija u Nemačkoj započela je uslovno kasno u okviru Bizmarkovog *Kulturkampf-a*.<sup>41</sup> Proces nemačkog ujedinjenja bio je usmeren ka izgradnji kulturnog diskursa zasnovanog na etičkoj državi, dajući joj istorijsku misiju u budućnosti, što je podsticalo nastanak nacionalizma u polju industrijske moći kao instrument političke hegemonije.<sup>42</sup> Ovakve tendencije posebno su se osetile u buržoaskoj klasi, koje je prepoznao Herman Mutesijus (Herman Muthesius, 1861–1927).<sup>43</sup> Suština njegovog delovanja je bilo razumevanje termina *Sachlichkeit* kao ekonomske naravi doba, i mašine kao njegove determinante. Pojam *Sachlichkeit* treba shvatiti kao otelotvorenje kapitalističke depersonalizacije. *Sachlichkeit* je zamišljen kao agent socijalizacije i osnaživanje nemačkog nacionalnog korpusa. U direktnom prevodu sam termin označava *Objektivnost*, međutim u ovom kontekstu, kontekstu dizajna može se shvatiti kao raspon između termina trezvenost, ozbiljnost i funkcionalizam. U dizajnerskom kontekstu ovaj termin je odražavao stav da se samo predmeti proizvedeni mašinom mogu uzeti u obzir kada je reč o stvaranju novog stila, stila koji političkom objektu daje značenje. Svojim proglasima Mutesijus je otvarao oči nemačkoj buržoaziji okupljajući dizajnere, umetnike, arhitekte i industrijalce oko dugoročnog programa ujedinjenih napora u postizanju pojma visokog *kvaliteta* i *standardizacije* – ključnih principa nove nemačke industrijske produkcije. Kvalitet (*Qualität*) je središnja ideja ove grupe i označavala je ne samo izvrstan i trajan rad te upotrebu besprekornih i izvornih materijala, nego i postizanje organske celine izvedene plemenito i umetnički uz pomoć industrijskih sredstava.<sup>44</sup> Da bi nemačka industrija postala konkurentna na svetskoj sceni bilo je potrebno izraditi nove ideologije utkane u politički sastav nove Nemačke.

Ova središnja ideja otelotvorena je osnivanjem *Deutscher Werkbunda* 1907. godine čije je osnivanje pomogao i sam Mutesijus. *Osnovni zadatak našeg doba jeste omogućiti formi da povrati*

---

<sup>40</sup> Martin Gaughan, The Cultural Politics of the German Modernist Interior, in Paul Greenhalgh (ed.), *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990, 83–100.

<sup>41</sup> *Kulturkampf* (nem. *borba za kulturu*), borba između Katoličke crkve i Nemačkog carstva tokom vladavine kancelara Bizmarka, sa papom Pijom IX. Odnosi se na period između 1871. godine i 1878. godine. Nastanak Nemačke države otežavala je podela na katolike i protestante. Borba se završila smrću pape Pija IX. Pojam je vezan za naziv klerikalizma kao političke opcije.

<sup>42</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 30.

<sup>43</sup> Adam Gottlieb Hermann Muthesius (1861–1927), nemački arhitekta, autor, diplomata. Dugo je promovisao ideje engleskog umetničkog zanatstva u okviru Nemačke i izvršio veliki uticaj na pionire modernizma. Doprineo je stvaranju *Deutscher Werkbunda*, udruženja umetnika, dizajnera, arhitekata i industrijalaca.

<sup>44</sup> Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986, 11.

svoja prava, a kvalitet proizvodnje mora da bude sadržaj svakog rada umetničke reforme koja je danas započela. – piše Musesijus u *Ciljevima Werkbunda*.<sup>45</sup> Naslućivao je jednu drugačiju i temeljnu promenu strukture životnog okvira i predmetne stvarnosti. Osećao je da je nerešena problematika industrijskog razvoja. Uzdižući standardizaciju do nivoa vrline, on je svu složenu problematiku industrijalizacije sveo na problem forme:

(...) Nemačka je u velikoj prednosti zato što još poseduje dar koji ostali, stariji i umorniji narodi, gube: dar inovativnosti genijalnih umova pojedinaca (...) *Werkbund* bi morao usmeriti svoje delovanje ka kultivaciji upravo takve nadarenosti, kao i ličnog talenta za ručnu izradu, radost i veru u lepotu izuzetno raznolike izvedbe...<sup>46</sup>

*Deutscher Werkbund* je bio kritikovan u posleratnoj Nemačkoj kao produžena ruka politike imperijalističke ekonomije. Ideje *Deutscher Werkbunda* i ideje bauhausa dele iste principe nove objektivnosti (*Sachlichkeit*) ali se nalaze na različitim ideološkim pozicijama.

Valter Gropius (Walter Gropius, 1883–1969)<sup>47</sup> najznačajniji je ideolog i predstavnik pionirskog modernizma. Analizom Gropiusovog delovanja, posebno u periodu 1919. do 1945. godine, a u kontekstu političkih stavova koje ugrađuje u svoju doktrinu, može se zaključiti da je Gropius pokušavao da pronade put do društvene integracije rada, umetnosti i života u novoj fazi industrijske civilizacije. Njegova ideologija u potpunosti je bila zasnovana na logici mašine i pronalaženju načina praktične upotrebe industrijskih sredstava u socijalne svrhe. Preuzimajući položaj direktora Bauhausa, Gropius je verovao da će školovanjem i obrazovanjem kreativnih pojedinaca proširiti svoje ideje na čitavo društvo.<sup>48</sup> *Izgradnja* je za Gropiusa bila izuzetno važan termin. Prema tome svi učenici Bauhausa bili su obučavani kao šegrti, na kraju obuke dobijali bi

---

<sup>45</sup> Hermann Muthesius, Aims of the Werkbund (1912), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 82–84.

<sup>46</sup> Hermann Muthesius and Henry van de Velde, Statements from the Werkbund Conference of 1914 (1914), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 84.

<sup>47</sup> Walter Gropius, (1883–1969), nemački arhitekta, dizajner, i profesor. Pre Prvog svetskog rata projektovao je fabrike i stambena naselja. Od 1910. godine bio je član *Deutscher Werkbunda* u kome je zajedno sa Van de Veldeom predstavljao suprotni tabor Mutesijusu. Pitanja suprotstavljanja svodila su se na pitanja standardizacije sa jedne strane i pitanja individualne kreativnosti sa druge. 1919. godine u Vajmaru pokrenuo je školu za dizajn Bauhaus. Po dolasku nacista na vlast, 1934. godine emigrira za London, a 1937. godine za SAD. Radio je kao profesor na Harvardu, a u Čikagu je osnovao Novi Bauhaus. U Americi uradio je veliki broj projekata.

<sup>48</sup> Walter Gropius, Program of the Staatliche Bauhaus in Weimar (1919), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 97–101.

licencu za preduzetnički rad i tek onda su mogli raditi na građevinskim lokacijama i studiju za eksperimentalni dizajn.

Možda je jasnije i razlošnije ideale i školu mišljenja Bauhauusa opisao Herbert Rid. Rid je uporno razvijao kritičku svest u Velikoj Britaniji između dva rata. Raščlanjivao je ideje i društvene predrasude, sagledavao prepreke ostvarenje velike ideje dizajna – pristojnog života u razmerama zajednice. Rid ističe ideale koje je propagirao Gropius:

*(...) nisu ograničeni na pisanu reč, već sprovedeni u delo, koji su svoj cilj postavili u industrijskom svetu i tamo dokazali svoju istinitost i izvodljivost (...) Naša je potreba šire priznavanje umetnosti kao biološke funkcije, i konstruktivno planiranje naših načina života u potpunosti uzimajući tu funkciju u obzir.*<sup>49</sup>

Izražena želja za *planiranjem života* nije ništa drugo do krajnji politički cilj Bauhauusa. Rid je smatrao da umetnik, odnosno dizajner, mora planirati raspored gradova, raspored zgrada u gradu, planirati i oblikovati svaku kuću pojedinačno, dvorane, fabričke komplekse, enterijere tih objekata, izgled soba, osvetljenje, boju, sve do najsitnijih pojedinosti. Dizajner treba da planira oblik nameštaja, noževe, viljuške, čaše, tanjire, kvake na vratima. Rid je smatrao da je na svim poljima potreban apstraktni umetnik koji materijale slaže sve dok oni ne ujedine najveći stupanj praktične ekonomičnosti s najvećom merom duhovne slobode. Drugim rečima, Rid definiše taj *Gesamtkunstwerk* (ukupno umetničko delo) kao nešto više od kombinacije arhitekture, dizajna, umetnosti i zanata – on povezuje subjekat i objekat.

Bauhaus je nastao u kontekstu krhke demokratije Vajmarske republike kao svojevrsna laboratorija oblikovanja predmeta. Bauhaus je uspeo da izgradi jasna politička načela. U okviru ove škole asimilirani su doprinosi značajnih likovnih pokreta, poput konstruktivizma i suprematizma. Ispitivani su i primenjeni novi materijali i tehnike, te utvrđene osnovne metodologije dizajna i građevine u neposrednoj saradnji sa industrijom. Sam termin *dizajn* u ovom periodu dobio svoju definiciju. Dizajn (skica, nacrt, projekat) shvaćen je kao široko obuhvaćeno područje delovanja dizajnera, te se odnosio na čitavu vidljivu okolinu, od osnovne svakodnevne robe do kompleksne gradske celine. Ovo prošireno shvatanje termina Gropius je temeljio na shvatanju problema civilizacijske krize koja je permanentna:

---

<sup>49</sup> Herbert Read, *Art and Industry – The Principles of Industrial Design*, Horizon Press, New York, 1961.

*Na nižem je društvenom stupnju čovek sveden na industrijski alat. Tu leži pravi razlog borbe između kapitala i radništva, te pogoršanja odnosa u zajednici (...) Postalo nam je jasno da je socijalna komponenta važnija nego svi tehnički, ekonomski i estetski problemi zajedno. Najveći zadatak arhitekture – ključ za uspešnu obnovu naše životne sredine – biće nastojanje da pribavimo dominaciju ljudskom elementu.<sup>50</sup>*

Gropius je, zalažući se za potpunu demokratizaciju dizajna okrenutog jakom socijalnom faktoru, smatrao da dizajn pretpostavlja učešće svih učesnika društvenog sistema. Potrebe vizuelnog oblikovanja nastaju odozdo, a ne silom odozgo, ideje treba da nadahnu rad individualnom inicijativom a ne birokratskom etikom. Meštrović navodi da je Gropius bio jedan od onih intelektualaca koji se trudio da klasne konflikte reše racionalno, što je kod njega konačno dovelo do toga da svaki revolucionarni zanos bude sprečen.<sup>51</sup> Gropius je verovao da će doći do evolucije vladajuće klase čija posledica će biti bolji položaj masa, pod uslovom da se umetničko iskustvo uključi u proces društvenog preobražaja. Gropius je bio upućen pre na vladajuću klasu i od nje tražio da tehnički unapredi proizvodnju. Idealistički je očekivao od dizajna da se osloni na sopstvene sposobnosti kvalitetnije i bolje proizvodnje i time da osigura uslove društvenog napretka, ne da kapitalu omogući dalji napredak podsticanjem potrošnje i proizvodnje. Ovakvi stavovi su ga u očima buržoazije i nacionalista svrstali među socijaliste, čime će kasnije od nacista dobiti i konačnu osudu. Stavovi Gropiusa odražavaju uverenje da dizajn može poboljšati društvo transformacijom masovne svesti. Politike vizuelnog oblikovanja pionira modernizma predstavljene su u želji da se desi transformacija postojeće političko-ekonomske strukture koja bi vremenom modernistima omogućila realizaciju njihovih zamisli. Rani modernizam se gotovo u potpunosti bavio sredstvima za proizvodnju a ne konzumacijom. Međutim ostvarenje ovih ideala zahtevalo je žrtvu u vidu odbacivanja jednog dela ideologije čime je modernizam u dizajnu ušao u svoju finalnu fazu – internacionalni stil.

### *1.2.3. Internacionalni stil*

Internationalni stil je širom planete oblikovao gradove, solitere, zgrade, kuće, enterijere, upotrebne predmete i slike. U pogledu kvantiteta, internacionalni stil je najuspešniji izgled koji je

---

<sup>50</sup> Walter Gropius, *Sinteza u arhitekturi*, Tehnička knjiga, Zagreb, 1961, 80.

<sup>51</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 40.



ikad izmišljen i sproveden u delo uz podršku politike, industrije i država. Prelazak iz pionirske u poslednju fazu modernizam je doživeo početkom tridesetih godina kada je dobio i institucionalno priznanje, međutim kao *žrtvu* ponudio je povlačenje sopstvenih ideala. Međunarodne izložbe održane u Stokholmu 1930. godine, Antverpenu 1930. godine, Čikagu 1933. i 1934. godine, Parizu 1937. godine, te u Glazgovu 1938. godine, pokazale izvesni entuzijizam koji se javio u vidu prihvatanja estetike i ideologije ovog pokreta.<sup>52</sup> Ugledna udruženja širom Evrope i Sjedinjenih Država počela su prihvatati politike visokog modernizma, kao pokreta koji je najprimereniji dvadesetom veku. Najviši nivo prihvatanja desio se šezdesetih godina XX veka, kada su čitave urbane celine preoblikovane, a upotrebnii proizvodi i slike podvrgnuti potpunom novom dizajnu. Internacionalni stil jeste postao međunarodni stil čime je opravdao svoje ime.

Fundamentalne ideje modernizma oslikavale su se u tezi da dizajn može poboljšati društvo transformacijom masovne svesti. Tri ideje koje su netaknute preživele u internacionalnoj fazi modernizma bile su apstrakcija, internacionalizam i tehnologija. Grinhaldž smatra da su sve tri ideje najkontroverznije u modernom pokretu jer je tehnologija propitkivala istinitost preostale dve ideje, bacajući senku i važnost ideje o dizajnu kao moralnom diskursu. Internacionalni stil nije ostavljao mesta pojedincu da se identifikuje i pronade svoj položaj u jednom društvu, ma kog uređenja ono bilo. Ovaj stil je primeren masovnoj potrošnji, međutim beskoristan je onima koji nisu mogli da se prostorno pomere. Moderni pokret je u svom središtu imao viziju dizajnera pojedinca koji je analizirao potrebe, pronalazio rešenja i sprovodio ih u korist boljitka društva. Model dizajnera kao nepriznatog genija koji se teškom borbom muči, požrtvovanog estete u internacionalnoj fazi postao je neopravdan.

Kvantitet internacionalnog stila sve su više hvatali maha. Internacionalni stil, koji je odavao počast pionirima modernizma, jer su neki od pripadnika stila prešli iz jedne u drugu fazu, polako je napuštao teorijske aspekte kako bi se sam stil mogao ostvariti u praksi. Pedesetih godina internacionalni stil je poneo značenje partikularnog raspona formalnih/ekonomskih rešenja, koja su u određenom kontekstu imala socijalistički i moralni značaj.<sup>53</sup> Mnogi od predstavnika internacionalnog stila i faktički jesu bili socijalisti, pa čak i komunisti. Iako su pioniri modernizma bili izuzetno bliski idejama socijalizma, i svoju politiku vizuelnog oblikovanja postavljali u taj

---

<sup>52</sup> Paul Greenhalgh, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990, 2.

<sup>53</sup> Ibid, 14.

kontekst, u internacionalnoj fazi izvršili su obrt. Analiza istorijskih činjenica i zapisa samih predstavnika ukazuje da je internacionalni stil u prvi mah ekstremno prišao komunizmu, da bi se zatim u cilju ostvarenja svojih ciljeva premestio u centar. Drugim rečima, dizajnerska ideja izvršila je pomak od idealizma<sup>54</sup> ka pragmatizmu.<sup>55</sup> U pragmatizmu internacionalnog stila našli su se dizajneri i sa leve i sa desne strane političke orijentacije. Prikazujući dizajn na onaj način kako su ga oni izvodili, pri tom čistoća samog stila nije odražavala čistoću ideja, već naprotiv predstavljajući jedan skup različitih ideologija. Ovaj eklekticizam ideja verovatno je posledica prilagođavanja dizajna društvima u okviru kojih je delovao.

Tezu da su se ideološki stavovi sa leve pozicije pomerili ka centru najbolje dokazuje primer dvojice švajcarskih arhitekata i dizajnera: Hansa Majera i Le Korbizjea. Hans Majer (Hannes Meyer, 1889–1954)<sup>56</sup> prvi je izvršio kritičku reviziju idejnih i teorijskih pristupa internacionalnog pokreta u pogledu društvenih determinanti dizajnerske i arhitektonske prakse. Njemu je bilo jasno da ni dizajneri sami ne mogu sprovesti u delo ideje koje su sami pred sebe postavljali. Po postavljenju za direktora Bauhausa 1928. godine odmah je izvršio reviziju i reorganizaciju nastavnog programa. Mnogo je veći deo programa posvetio egzaktnim naukama suprotno Gropiusovoj artističkoj orijentaciji. Podstakao je prisniju saradnju radionica Bauhausa sa industrijom zasnivajući obrazovni proces na stvarnom radu i razvijajući standarde artikala za masovnu proizvodnju i potrošnju. Meštović navodi da je Majer smatrao da zadatak dizajnera nije da predmetima prvenstveno daje oblik, već da stane čvrsto ispred realnih potreba stanovništva i opštu koncepciju proizvoda poveže sa kompleksnim društvenim kontekstima.<sup>57</sup>

Svestan da je ove ideje nemoguće ostvariti bez političkog zauzimanja, Majer je uspostavio veze sa socijalističkim partijama, radničkim pokretom i sindikatima. U svetlu političke klime ranih tridesetih godina, odnosno narastanju nacističke pretnje i nastanak opšte krize u okviru

---

<sup>54</sup> Idealizam predstavlja filozofsko stanovište o prioritetu ideje u odnosu na materijalni svet.

<sup>55</sup> Pragmatizam je filozofski pravac koji izražava veru u modernu tehnologiju, i on je izraz industrijske civilizacije savremenog sveta. Pragmatizam uči da cilj mora biti praktična korist. Ideje su dobre samo kao plan delovanja i imaju vrednost samo prema učinku – dobiti.

<sup>56</sup> Hannes Meyer (1889–1954), švajcarski urbanista, arhitekta, i dizajner, bio je drugi direktor škole za dizajn Bauhaus. Školi je doneo najunosnije projekte, to su; pet stambenih zgrada u Desau, i upravna zgrada Savezne škole za nemačke sindikate (ADGB) u Berlinu. Bauhaus je pod njegovom upravom prvi put ostvario profit 1929, ali je Meyer bio i uzrok velikih sukoba na školi. Kao radikalni funkcionalista nije imao previše razumevanja za programe estetike. 1930. godine uručen mu je otkaz posle čega odlazi u SSSR kako bi svoje ideje provodio u delo. Posle neuspelog sprovođenja programa u Sovjetskom savezu odlazi u Meksiko posle čega se vraća za Švajcarsku gde umire 1954. godine.

<sup>57</sup> Matko Meštović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 49.

ekonomskog sistema kapitalističkog sveta, Majer je označen kao boljševik te je morao da okonča svoj boravak u Bauhausu. Godine 1930. odlazi za Sovjetski Savez gde je smatrao da se uspostavlja proleterska kultura i gde nastaje istinski socijalizam.<sup>58</sup> U to vreme vlade Sovjetskog Saveza nastojale su da razviju industrijski sektor, međutim to je pogađalo poljoprivredni sektor koji je povratno pogađao industriju, jer nije mogao da apsorbuje njenu proizvodnju. Izlaz je pronađen u totalnom preuzimanju moći upravljanja centralne vlasti. Sa prvim petogodišnjim planom i kolektivizacijom afirmisana je Staljinova moć.<sup>59</sup> Kada je Majer, zajedno sa grupom dizajnera i arhitekata stigao u SSSR, pozvan je da izradi projekte za nove gradove u Rusiji i Sibiru.

Za Majera dizajn nije predstavljao estetski stimulus već oštro oružje klasne borbe. Ovakvo ideološko usmerenje dizajna je u prvi mah bilo prihvatljivo vladajućim krugovima, ali je kasnije politička kontrola birokratizovanog državno-društvenog aparata neutralizovala svaku mogućnost sprovođenja takvih ideja. Dok je Lenjin gledao na sovjetsku vlast kao oblik diktature proleterijata, Staljin je diktaturu proleterijata pretvorio u diktaturu birokratije. Ovakvi uslovi naterali su Majera da napusti SSSR 1936. godine i ode u Meksiko, i to u vreme reformi predsednika Lazara Kardenasa koje su stvorile povoljnu političku klimu za razvoj Majerovog dizajna. Uticaj Sjedinjenih Država i Velike Britanije na to da Meksiko odustane od smelih zamisli, Majera je naterao da napusti i Meksiko.<sup>60</sup> Majer predstavlja interesantnu figuru internacionalnog pokreta koja je politike vizuelnog oblikovanja do kraja pomerila ka levom krilu političkog spektra. U različitim istorijskim okolnostima, Majer je konstruisao misaonu građu internacionalnog pokreta u kome se teorijski iskazi imali izraženo levičarsko programsko obeležje.

Najbolji primer tumanaranja politika modernizma ogleda se u radu Le Korbizja (Charles Eduard Jeanner, 1887–1965).<sup>61</sup> Le Korbizje je najzaslužniji za propagandno formulisanje ideja internacionalnog pokreta i za njihovo uspešno sprovođenje. Esejima i predavanjima podstakao je

---

<sup>58</sup> Claude Schnaidt, *Hannes Meyer: Buildings, projects, and writings*, Architecture Book Publishing, New York, 1965.

<sup>59</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 50.

<sup>60</sup> Claude Schnaidt, *Hannes Meyer: Buildings, projects, and writings*, Architecture Book Publishing, New York, 1965.

<sup>61</sup> Charles Eduard Jeanner, (1887–1965) švajcarski arhitekta. Zauzima istaknuto mesto u modernoj umetnosti kao arhitekta, slikar i teoretičar koji je presudno uticao na savremenu svetsku arhitekturu. U arhitekturi je uvođenjem novih materijala radikalno prekinuo sa tradicionalnim građevinskim formama. 1927. godine dobio je prvu nagradu za građevinu Lige Naroda u Ženevi. Od 1945. godine usredsredio se na probleme građena stambenih jedinica u skladu sa postulatima savremenog stanovanja koje je i sam formulisao. U brojnim raspravama, esejima i knjigama obrazlagao je ideologiju modernizma u arhitekturi i industrijskom dizajnu.

međunarodnu saradnju arhitekata i dizajnera, posebno sazivanjem redovnih konferencija CIAM-a<sup>62</sup>, a od kojih je prvi održan u Švajcarskoj 1928. godine. Veoma rano Le Korbizje je imao izgrađen odnos prema ornamentu:

*Klase takođe imaju svoju klasifikaciju: postoje one koje se bore za mrvicu hleba, čiji je ideal pristojan smeštaj (a oni obožavaju da gledaju najluksuzniji nameštaj iz doba Luja XV ili Henrija II koji im pruža osećaj bogatstva – osnovnog ideala). I oni koji su dovoljno situirani kako bi imali sposobnost i zadatak da misle (a teže ka Diogenovoj mudrosti) (...) dekoracije je maska. (...) Smeće se uvek obilato ukrašava, luksuzni predmet kvalitetno je izrađen, jednostavan i skladan, čist i zdrav, a njegova jednostavnost otkriva kvalitet njegove izrade.<sup>63</sup>*

Le Korbizje je pre Majera upoznao nefleksibilnost sovjetskih vlasti. Frederik Star navodi da je Le Korbizje kratko ostao u vezi sa Sovjetskim Savezom, u periodu između 1928. i 1932. godine. Godine 1928. prišao je političkim sovjetskim krugovima u vezi sa projektom koji je izradio za Udruženje sovjetskih sindikata.<sup>64</sup> Nakon toga pozvan je da izradi projekat za Palatu Sovjeta u Moskvi, međutim njegov projekat nije pobedio. Od tada dolazi do zahlađenja odnosa, što je Le Korbizjea nateralo da se okrene drugim svetskim projektima i da svoje simpatije prema Sovjetskom Savezu preispita. To će ga kasnije pomeriti od ideja dizajna koji se oslanja na socijalizam. Le Korbizje će postati pragmatičan, što će se kasnije odraziti u politikama internacionalnog stila.

Pomeranje Le Korbizjeovih politika oblikovanja ka centru ogleda se u njihovom postavljanju izvan konteksta društvenih odnosa. Dok je Majer svoju ideologiju zasnivao na idejama dizajna koje se rađaju upravo u društvenom kontekstu, Le Korbizje je gledao na društvo kao na apstraktni entitet u kome ne postoje klasne podele a čija je sudbina napredak. Le Korbizje je prihvatao prednosti i kapitalizma i socijalizma, i gotovo ih mirio. Kako Meštrović navodi, Le

---

<sup>62</sup> CIAM (*Congres internationaux d'architecture moderne* — Međunarodni kongres moderne arhitekture) bio je organizacija osnovana 1928. godine i rasformirana 1959. godine. Ona je zaslužna za seriju kongresa i događaja širom sveta, na kojima su učestvovali najeminentniji savremeni arhitekti. Cilj je bila popularizacija ideja modernog pokreta u arhitekturi u svim njenim domenima (pejzažna arhitektura, urbanizam, industrijski dizajn).

<sup>63</sup> Le Corbusier, *The Decorative Art of Today* (1925), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 214.

<sup>64</sup> Frederick Starr, *Le Corbusier and the USSR*, New documentation, *Cahiers du monde russe et soviétique*, Vol 21, 1980, 209–221.

Korbizje je bio impresioniran impresivnom moći lančane proizvodnje Fordove fabrike automobila. Za njega:

*U Fordu razmišljam o arhitekturi, što je ona? Konstruiranje skrovišta. Za koga? Za ljude. Eto programa! Kako izraziti taj program u dostupnoj realnosti? Uz pomoć tehnike.<sup>65</sup>*

Simbioza fluidnih stavova konačno je sazrela u vidu Atinske povelje<sup>66</sup> (*La Charte d'Athenes*) koju je Le Korbizje napisao u Parizu za vreme nacističke okupacije. Ona je postala moralni i stručni kodeks urbanističke profesije. Odjek povelje je bio toliko jak da je prihvaćen od strane celog internacionalnog stila kako u arhitekturi tako i u dizajnu. Ona je odredila jasno i glasno ciljeve internacionalnog pokreta, odnosno definisala je politike vizuelnog oblikovanja poslednje faze modernizma. Treba istaći da su za dizajn bitne ekonomske, društvene i političke postavke Atinske povelje. Takođe se ističe značaj psihološke i fiziološke vrednosti jer one utiču na preokupaciju čovekove individualnosti i kolektivnoj prirodi bez čijeg se pomirenja nema uspeha. Ideje Atinske povelje je moguće sprovesti bez obzira na društveni sistem. Ideje koje je promovisala povelja označavale su proširenje prostora delovanja dizajna u novim reformisanim okvirima koji su upućivali na razvoj svesti prema životnoj okolini.

Modernizam u dizajnu nije bio osakaćen internacionalnim stilom već se pokazalo da velike ideje dizajna mogu biti praktično sprovedene samo odbacivanjem idealizma i pomeranjem ka pragmatizmu. Originalno trojstvo morala, tehnike i estetike internacionalnim stilom bilo je razbijeno na dva dela. Aspekt moralnosti je odbačen, ostala je samo tehnika i estetika. Modernizam u dizajnu ipak je operisao simplifikovanim simboličkim pojmovima – moderno društvo, mašina, civilizacija, nova vremena. Takva terminologija postala je sastavni deo prosvetiteljskog žargona dizajnera internacionalnog pokreta. Politika internacionalnog stila zapravo je prikrivala društvene činjenice: da rad radnika i kapitalističkog preduzetnika nije isto, da moderno društvo nije apstraktna kategorija, da mašina i kapital nisu odvojeni. U internacionalnom stilu zanemarena je činjenica da internacionalni kapitalistički ekonomski sistem jeste sistem sile.

---

<sup>65</sup> Le Corbusier u: Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 43.

<sup>66</sup> Le Corbusier, *Atinska povelja*, Klub mladih arhitekata, Beograd, 1965.

### 1.3. Trijumf i institucionalizacija *stajlinga*

Politike savremenog oblikovanja započinju redukcijom idejnih ciljeva još u američkom *stajlingu*, u jeku ekonomske krize tridesetih godina dvadesetog veka. Visoki ciljevi dizajna koje su promovisali dizajneri od Morisa, preko Gropiusa do Le Korbizjea iskrivljeni su i redukovani, ali su i potvrđivali značajnu ulogu dizajna u industrijskoj produkciji i tržišnoj privredi. Razvoj *mainstream* dizajna biće neodvojivo vezan za privredni imperativ. Monopol izrasta iz koncentracije proizvodnje na veoma visokom stupnju i dovodi do pojačanog grabljenja najvažnijih sirovina, te je povezan sa stvaranjem finansijskog kapitala i kolonijalnom politikom. Odlučnu ulogu u razvitku monopolističkog kapitalizma imale su tehnološke promene sa posledicama na prirodu rada i radnika. Gigantska korporacija nije samo verzija klasičnog kapitalističkog preduzetnika; u njoj se kontrola nalazi u rukama menadžmenta, odnosno uprave, koja sama određuje politiku korporacije i finansijski je nezavisna. U tom kontekstu korporacije se mogu sagledati kao postojanije i otpornije kako na vreme tako i na mesto. Korporacije sistematski izbegavaju rizike i liberalnije se odnose pre svim ostalim članovima svog sistema. Meštrović u Sjedinjenim Državama vidi najbolji primer razvoja kapitalizma u XX veku, isto kao što je to bila Velika Britanija u XIX veku. Podsticanje potrošnje i stvaranje novih tržišta postao je glavni motiv privredne i državne politike u kapitalizmu. Čitav sistem postao je podređen pažnji na aparate kojima se podstiču proizvodnja i prodaja. U kontekstu takvih društveno-ekonomsko-političkih okolnosti dizajn je u Sjedinjenim Državama postao deo reklamne strategije čija je osnovna funkcija bila da u okviru odnosa proizvođač–poslodavac vodi prikrivenu političku borbu za povećanje potrošnje. Drugim rečima, dizajn se u kontekstu američkog kapitalizma našao na desnoj strani političkog korpusa.

Ovakve težnje najbolje ilustruje Harold Van Doren (Harold Van Doren, 1895–1957)<sup>67</sup> koji je dizajn definisao kao praksu analize, kreiranja i razvoja proizvoda za masovnu proizvodnju. Cilj je bio kreirati proizvode koji će biti prihvaćeni pre nego što proizvođač preduzme velike investicije

---

<sup>67</sup> Harold Van Doren (1895–1957), jedan od pionira američkog industrijskog dizajna. 1931. godine osniva preduzeće koje se bavi industrijskim oblikovanjem. 1944. godine postao je jedan od suosnivača Društva industrijskih dizajnera (*Society of Industrial Design – SID*), nekoliko godina kasnije postaje i njegov predsednik. Smatra se jednim od ideologa *stajlinga*.

i koji se mogu proizvesti uz cenu koja dopušta široku distribuciju i razmenu profita. On je dizajneru definisao mesto u industriji na sledeći način:

*Po pravilu, umetnik jeste, i treba bi biti, samo zupčanik u upravljačkoj mašineriji koji se sastoji od uprave, odseka za unapređenje prodaje, reklamnog i tehničkog sektora, sektora istraživanja – svi su ti sektori sastavni deo složenog mehanizma savremene trgovine (...) Dizajner koji ne precenjuje niti potcenjuje svoju važnost – čovek koji će najbolje služiti industriji. A poslovni čovek koji uviđa važnost dizajna i zna kako može izvući najveću vrednost iz troškova namenjenog dizajnu, ako stvari ostanu kakve jesu, je onaj čovek koji prodaje najviše proizvoda.<sup>68</sup>*

Dorfles pojam *stajling*, odnosno *stil*, definiše kao pežorativan. Kao pojam obrazovao se u periodu velike ekonomske krize tridesetih godina. Dorfles smatra da su se u Sjedinjenim Državama pojavile jake profesionalne istraživačke organizacije na čijem čelu su stajali američki dizajneri Valter Dorvin Tig, Henri Drajfus, Rajmond Loui, Harli Erl. Oni su tražili najbolje načine kojim bi se proizvodi, već potrošeni upotrebom, učinili ponovo primamljivi. Dorfles definiše *stajling* kao *celishodnu i obazrivu kozmetiku proizvoda koja će predmetu pružiti novu draž i novu eleganciju, nezavisno od bilo kakvog istinskog tehničkog i funkcionalnog razloga.<sup>69</sup>*

Dorfles kaže da se *stajlingu* mogu pripisati značajne stilske transformacije mnogih upotrebnih predmeta. Navodi primer prelaska sa linearnog stila racionalizma na aerodinamički sinusoidni stil iz perioda tridesetih i četrdesetih godina XX veka. Treba istaći i da se ove stilske transformacije često odvijaju uporedo sa simbolističkim, te da nove forme ističu ulogu i funkciju proizvoda u simboličkom kontekstu. Dorfles smatra da se *stajling* može shvatiti i kao forma popularne kulture. Prema Stjuartu Holu i Džimu Mekguiganu, popularna kultura je polje političke borbe. Hol iznosi tezu da je popularna kultura jedno od područja na kome se odvija politička borba za i protiv kulture moćnih. To je mesto pristajanja i otpora, mesto gde nastaje hegemonija i gde se ukorenjuje.<sup>70</sup> O političkom karakteru popularne kulture govori i Mekguigan kada napominje da je se tu zapravo radi o aktu služenja zahtevima kapitalizma čime se potpuno otupljuje kritička i politička oštrica delovanja te dolazi do utapanja u popularizam, koji levičarsku kritiku dominantne

---

<sup>68</sup> Harold Van Doren, *The Designers' Place in Industry*, in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 144.

<sup>69</sup> Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 50.

<sup>70</sup> Stjuart Hol, *Beleške o dekonstruisanju „Popularnog“*, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik, JP Službeni glasnik*, Beograd, 2012, 317–328.

ideologije kapitalizma pretvara u desničarsko veličanje tržišne ekonomije.<sup>71</sup> Takve pojave uočavaju se u izvođenju stajlinga. Stajling treba shvatiti kao *mainstream design*, dizajn koji će od tridesetih pa na dalje predstavljati prototip i odrednicu razvoja savremenog dizajna. Utapanjem dizajna u tržišnu ekonomiju svi aspekti dizajna kao političkog aparata se gube, ideologija nestaje a ostaje samo funkcija estetskog oblikovanja. Ili u najgorem slučaju, može se shvatiti da se dizajn izmestio na desnu stranu političkog konteksta.

Sa druge strane, Argan stajling vidi kao manifestaciju osuđujuće konfuzije u društvenom okruženju koja ukazuje na krizu umetničkog senzibiliteta i ukusa. Argan stajling poredi sa kičem. Prema njemu stajling naglašava funkcionalni aspekt predmeta i pokušava da industrijski proizvod predstavi kao umetnički. Negativna estetika u oba slučaja uzrokovana je viškom umetničkog, to jest, gomilanjem konvencionalnih umetničkih asocijacija.

*Kič i stajling nisu simptomi degeneracije industrijskog dizajna; u skladu s njenim sadašnjim načinom upravljanja industrijska proizvodnja ispoljava spontanu težnju ka ovim dekadentnim formama, tj. falsifikovanju okruženja kao proizvoda potrošnje.*<sup>72</sup>

Argan dodaje da stajling predstavlja obmanu, jer su simboličke poruke koje on šalje često svedene, konfuzne, tako smišljene da navode na pogrešne zaključke. Prema tome, stajling je doveo dizajn do toga da je moguće ublažavanje i korigovanje spontane distorzije sistema, te nastoji da koristi industrijski aparat kao sredstvo za prenošenje konkretnih informacija i sredstvo za oblikovanja masa.

Američki pioniri dizajna započeli su sa daleko siromašnije teorijske osnove nego što je bila osnova Werkbunda ili Bauhauusa. Oni nisu imali svest o teoriji, već se pre može govoriti o naslućivanju da se proizvodi mogu bolje prodavati ako budu bolje izgledali. Uslovno rečeno, odstranjeni od političkih ideala, jasno konstruisane socijalno-društvene svesti oni su stvarali i razvijali zajednički skup principa. S obzirom na to da u Americi nije bilo teoretičara ni kritičara koji su se bavili dizajnom kao temom, nije ni čudo što su principi podešeni prema potrebama američke industrije. Amerikanci nisu imali teoriju ali su imali jaku industriju kojoj su dizajneri bili potrebni. Dizajn je pokazao svoj podređeni karakter koji je doveo do pasivizacije, forsiranjem

---

<sup>71</sup> Džim Mekguigan, Putevi kulturnog populizma, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 347–358.

<sup>72</sup> Đulio Karlo Argan, *Projekat i sudbina: Ogledi o modernoj i postmodernoj umetnosti i arhitekturi, industrijskom dizajnu, istoriji umetnosti i umetničkoj kritici*, Jerko Denegri (ured.), Orion art, Beograd, 2011, 179.



eskapizma, a sve u cilju održanja kapitalističkog poretka. To se najbolje može videti na primeru Harli Erla (Harley Earl, 1893–1969)<sup>73</sup> i slučaja Sektora za umetnost i boje Dženeral Motors (*General Motors*).

Sredinom dvadesetih godina odigrala se korporativna borba između Dženeral Motorsa i Forda. Ova borba je označila prekretnicu u američkom dizajnu i institucionalno uspostavljanje stajlinga. Alfred Sloun (Alfred Sloan), predsednik i izvršni direktor Dženeral Motorsa, je odlučio da, umesto suprotstavljanja Fordu, udovolji potrošačkim zahtevima za stilom. Njegova borba se može posmatrati kao deo šire društvene borbe za stil koja se javila sredinom dvadesetih godina. Američko društvo se u celini, boreći se kroz izgled upotrebnih predmeta, zapravo borilo za novo samoodređivanje. Porast masovne proizvodnje, što je bila zasluga Henrija Forda (Henry Ford) i kompanije, doveo je u pitanje američki nacionalni identitet. Potrošačima, američkim radnicima, nije bilo dovoljno da bilo kakvi proizvodi nadoknade značaj i identitet koji su izgubili u fabrikama. Zahtevali su upotrebne predmete koji nude individualnost i raznolikost.<sup>74</sup> Rešenje ovog problema stiglo je sa pojavom industrijskog dizajna. Kada su zasićena tržišta počela da daju prioritet prodaji nad proizvodnjom, pojavili su se industrijski dizajneri – stilisti. Ideja je bila da se masovnim proizvođačima pokaže kako se proizvodima može dati površinski izgled individualnosti, jedinstvenosti, napretka i otmenosti bez menjanja proizvodnog postupka.

Automobilske industrije bile su pioniri masovne proizvodnje te su prve osetile problem nedovoljne potrošnje. Razvile su se dve strategije kako bi se potrošnja podstakla i odnela nadmoć na konkurentnom američkom tržištu. Prva strategija, koju je formulisao Ford, predstavljala je proširenje njegovog dotadašnjeg načela *koristi sa smanjenjem troškova*. Ford je u prvi mah osvojio tržište nudeći vozila po niskim cenama. Drugu, pobedničku strategiju za podsticanje potrošnje formulisao je Alfred Sloun, Fordov konkurent. Sloun je 1923. godine krenuo u implementaciju strategije da ponuda automobila boljeg kvaliteta podrazumeva proizvodnju automobila koji su bolje izgledali, određujući se prema silu a ne prema tehnici. Njegova politika je, osim boljih

---

<sup>73</sup> Harley Earl, (1893–1969), vodeći američki industrijski stilista, rođen u Holivudu, Kalifornija. Karijeru je započeo kao stilista u očevoj radionici za izradu kočija. Radio za filmske radnike poput režisera Sesila De Mila, glumca Tom Miksa i druge. 1927. godine postao je vođa dizajnerskog Sektora za umetnost i boje fabrike automobile GM (General Motors). Uspostavio je principe i standard vizuelnog oblikovanja automobile koji se i danas koriste u praksi dizajniranja u auto industriji.

<sup>74</sup> David Gartman, Harley Earl and the Arts and Colors Section: The Birth of Styling at the General Motors (1994), in Denis P. Doordan (ed.), *Design History: An Anthology, A Design Issues Reader*, MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1995, 125.

modela automobila, zahtevala i neprestanu promenu njihovog izgleda. Treba naglasiti da je upravo ovakva strategija i politika velikih korporacija dovela do toga da se ponuda predmeta, koji se neprestano poboljšavaju novim izgledom, proširi na celu industriju.

Slounova strategija odnela je pobedu. Do pobeđe ne bi došlo da se nije uključio Harli Erl koji je još u ranoj mladosti naučio da doživljava automobile kao zabavu za mase, način mentalnog premeštanja daleko od životnih problema. Erl je priznao da je svesno primenio svoja saznanja holivudskog sistema vrednosti na dizajniranje ili stilizovanje automobila.

*Ljudi kod automobila vole ono nešto novo i uzbudljivo, kao i u brodvejskoj predstavi – vole vizuelnu zabavu, i to je ono što im mi stilisti pružamo.*<sup>75</sup>

Erl je 1925. godine počeo da radi u Dženeral Motorsu, a već 1927. godine postigao je neverovatan uspeh sa modelom *La Salle* koji je bio duži i niži od većine ostalih automobila sa proizvodne trake. Ovaj model je definitivno značio sumrak za Fordov *T model*. To je bio dokaz opravdanosti Slounove politike stilizacije koja je važnost davala površinskom izgledu. Kao posledicu konstantnih uspeha u sektoru prodaje Erl je stekao poverenje kako menadžmenta kompanije tako i inženjera. Osnovan je Sektor za umetnost i boje, koji je direktno odgovarao Slounu. Gartman navodi da zapravo pravi Erlov talenat nije bio u poznavanju dizajnerskih metoda i tehnika, već u njegovom kritičkom oku za dizajn. On je dobro osećao i merio puls američkog tržišta – dobro je prepoznavao trendove i modu. Erlov stvaran talenat je bila sposobnost pronicanja u psihu potrošača i pretvaranja njihovih potisnutih želja u uspešne vizuelne stilove. Institucionalizacija politika stajlinga dolazi nedugo po prvim uspesima. Erl je krajem dvadesetih napravio prvi trogodišnji plan stilskog oblikovanja vozila. Desetak godina kasnije Erlova organizacija je dobila veliku moć i unutar korporacije stekla jednostranu kontrolu nad dizajnom svih proizvoda Dženeral Motorsa. Godine 1937. njegov sektor promenio je ime u *Styling Staff*, a Sloun je ozakonio moć stilskog oblikovanja, uključivši Erla u Odbor za tehničku politiku, organ korporacije zadužen za pokretanje programa novih proizvoda. Kao zalog za budućnost Erl je postavio pisana pravila u vidu principa stilskog oblikovanja.

---

<sup>75</sup> Erlov citat iz David Gartman, Harley Earl and the Arts and Colors Section: The Birth of Styling at the General Motors (1994), in Denis P. Doordan (ed.), *Design History: An Anthology, A Design Issues Reader*, MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1995, 126.

Ideje i ideologije američkih dizajnera uglavnom su se svodile na premisu da je bolje biti ispravan nego originalan. Ako se roba ne prodaje, dizajner nije postigao svoj uspeh. Istina da je ovakav dizajnerski pragmatizam nastao i razvijao se u Sjedinjenim Državama. Pored Erla i dugi stilisti–dizajneri svoj zadatak su videli u procesu poznatijim pod imenom *consumer engineering*. Potrošačko inženjerstvo još je Kalkins definisao kao proces što boljeg oblikovanja proizvoda prema potrebama ili željama potrošača; a u širem smislu, ono obuhvata svaki plan kojim se potiče potrošnja robnih dobara.<sup>76</sup> U ovom gotovo političkom procesu otupljivanja masa učestvovali su i Edgar Kafuman Jr. (Edgar Kaufmann Jr., 1910–1989)<sup>77</sup> i Rejmond Loui (Raymond Loewy, 1893–1986)<sup>78</sup>. Kafuman je na dizajn gledao kao deo demokratskog života. Tvrdio je da:

*(...) najveći problem modernog života leži u zadovoljavanju želja nove vrste publike. Prosečna osoba današnjice ima želje i ukus koje je oblikovao njen status slobodnog pojedinca u industrijalizovanom svetu. Uprkos složenoj specijalizaciji, naše tehnologije idu u uniformnom smeru: naše delatnosti se usredsređuju sve više na pojedince i njihovu svakodnevicu.*<sup>79</sup>

Loui je doprineo praksi definišući stadijum MAYA (*Most Advanced Yet Acceptable*). Prema njemu stadijum koji dizajn treba da postigne je to da bude najuspešniji a još prihvatljiv, za publiku i za potrošača. Kao najveću vrlinu dizajnera Loui istakao je razumevanje ukusa američkih potrošača, smatrajući da su dizajneri realisti koji vole baratati činjenicama.<sup>80</sup>

---

<sup>76</sup> Ernest Eelmo Calkins, *What Consumer Engineering Really is?* (1932), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 129.

<sup>77</sup> Edgar Kaufmann Jr., (1910–1989), američki arhitekta, predavač i autor. Sin imućnog industrijalca. Pohađao je škole za umetnost i zanatstvo u Beču, a u Italiji je studirao slikarstvo. Radio je u studiju Frenka Lojda Rajta od 1933. do 1934. godine. Služio u američkoj vojsci tokom Drugom svetskog rata, nakon čega je postao direktor odeljenja za industrijski dizajn u Muzeju za modernu umetnost (MoMA) u Nju Jorku. Autor je nekoliko knjiga o arhitekturi i dizajnu, a bio je i saradnik časopisa *Arts + Architecture*, kao i *Encyclopedia Britannica*.

<sup>78</sup> Raymond Loewy, (1893–1986) američki industrijski dizajner. Rođen u Francuskoj, najveći deo svog profesionalnog života proveo u Americi. Služio u Francuskoj vojsci tokom Prvog svetskog rata. Nakon karijere modnog ilustratora i uređivača izloga na Petoj aveniji, kasnijih dvadesetih godina Loui je počeo da se bavi projektovanjem za masovnu industrijsku proizvodnju i postao jedna od ključnih figura američkog marketinški orjentisanog stajlinga. Osmislio je brojne identitete za brendove kao što su Shell, autobusi Greyhound, S1 lokomotive, ambalažu za Lucky Strike, razne kućne proizvode, automobile, kao i likovno rešenje predsedničkog aviona Air Force One.

<sup>79</sup> Edgar Kaufmann Jr., *What is Modern Design?* (1950), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 153.

<sup>80</sup> Raymond Loewy, *The MAYA Stage* (1951), in in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 155–159.

Američki stajling je dao odgovor na zahteve mase. Stajling je mogao ponekad pored svog hedonističkog izgleda i samoreklamnog karaktera proizvesti i po neki formalni kvalitet. Stajling, rođen u Sjedinjenim Državama, vrlo brzo se proširio i načinio svoj proboj u Evropu čim se zbog ekonomsko-socijalne situacije ukazala potreba za njim.<sup>81</sup> Primer stajlinga se video svuda po Evropi, međutim u Italiji razvila posebna vrsta stajlinga –*italijanski stil*. Argan u eseju *Ideološki razvoj mišljenja i likovnosti italijanskog dizajna* razmatra kontekst i posledice italijanskog stila u dizajnu.<sup>82</sup> Italijanski stil, nastao u izvesnim granama industrije (nameštaj, mehanička oprema, oprema za domaćinstva, vozila, odeća), se uspostavio u periodu posle Drugog svetskog rata i stekao visoku reputaciju na internacionalnom tržištu. Takav uspeh bila je posledica visokog kvaliteta proizvoda, adekvatne ponude i funkcionalnosti, preciznosti izrade i pristupačnim cenama. Italijanski proizvodi su delovali kao dobro dizajnirani predmeti u vreme kada je u celom svetu vladala kriza dizajna. Politička situacija je dozvolila da se ovakva vrsta estetike razvije. Tada italijanski stil nije samo predstavljao obeležje statusa nego i želje italijanskog društva da dostigne nivo internacionalnog stila kulture življenja. Takođe, u italijanskom stilu se prikazivala i ideologija raskida sa prethodnom fašističkom istorijom koja je dizajn držala u nacionalnim stegama.

Dizajn se sveo na servis koji je masovna proizvodnja i industrija bila spremna da prihvati utoliko koliko je estetski faktor činio proizvod privlačnijim za potrošače i time podsticao prodaju. Argan ističe da masovna proizvodnja lišava objekat predodređenosti u prostoru, eliminišući svaki odnos proporcije ili perspektive između objekta i prostora, dela i celine. Italijanski stil svoje korene nalazi takođe u dvadesetim godinama kada je široko bio rasprostranjen pokret za obnovu primenjenih umetnosti. Središte pokreta bila je Škola dekorativnih umetnosti u Monci, čiji je vođa bio Đo Ponti (Gio Ponti), arhitekta i osnivač i urednik magazina *Domus*. Pokret je težio da utiče na ukus srednjih i viših slojeva srednje klase i ubrza prirodnu evoluciju proizvodnje male industrije. Najbolje primere italijanskog stila proizvodila je fabrika *Olivetti* u Ivrei, nudeći tržištu pisaaće mašine i kalkulatora. Bila je prva kompanija koja je usvojila sistematski planirani dizajn kao strategiju poslovne i marketinške aktivnosti. Vlasnik fabrike Adrijano Olivetti (Adriano Olivetti) za Argana je najprosvećeniji industrijalac koji je osmislio svoju kompaniju kao integrisanu, funkcionalnu demokratsku zajednicu.<sup>83</sup> Glavni Olivetijev dizajner je bio slikar, Nicoli.

---

<sup>81</sup> Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 52.

<sup>82</sup> Đulio Karlo Argan, *Projekat i sudbina: Ogledi o modernoj i postmodernoj umetnosti i arhitekturi, industrijskom dizajnu, istoriji umetnosti i umetničkoj kritici*, Jerko Denegri (ured.), Orion art, Beograd, 2011, 176–186.

<sup>83</sup> Ibid, 182.

Nicoli,, iako slikar, radio je kao tehničar za formu, povezavši se s tehničarima specijalizovanim za mehaniku koji prate sve faze proizvodnje. Argan navodi da je Nikolijev stil bio do izvesne mere suprotstavljen stajlingu.

Italijanski dizajn automobila ostvarivao je psihološki umirujući efekat na korisnike i uspostavio je koegzistenciju između ljudi i automobila. Pionir dizajna automobila u Italiji bio je Pini Farina, koji je dizajnirao automobil kao statusni simbol. Njegove tendencije su tipične za svaku industrijsku proizvodnju i teže tipičnom stajlingu. Karakteristike dizajna italijanskog stila u auto-industriji ništa se nije razlikovala od one u Sjedinjenim Državama; uključivala je i potrošački inženjering, i veštačko zastarevanje, kao i jednogodišnje promene u modi. Postoji i veliki broj drugih država u kojima se stajling proširio, međutim najvažnije je istaći koliko je stajling lako i brzo zavladao industrijskim svetom, što će u narednim godinama izuzetno uticati na formiranje politika vizuelnog oblikovanja u celom svetu.

## 2. IDEOLGIJE OTUĐENOG DIZAJNA I NOVA DUHOVNA KLIMA

„*Novi Babilon*“, prema autoru, bit će grad  
*homo ludensa: grad za igranje, a ne za život*<sup>84</sup>

Tomás Maldonado

Dok su najbolji dizajneri posleratne generacije prihvatili prevladavajuću koncepciju dizajna u formi stajlinga, ne dovodeći u pitanje samu filozofiju načina života, pojavili su se njihovi savremenici koji si bili spremni da okvir promišljanja o dizajnu prošire. Uspon semiotike i kritičke teorije, kao aparata za analizu dizajna i kulturne proizvodnje, otvorio je pitanja održivosti modernističke apstrakcije i formalnog stilizovanja proizvoda. Posleratni dizajneri novog talasa postali su svesni da unapred zamišljena uloga predmeta ne određuje nužno i ulogu koju će tom predmetu dodeliti potrošači. Drugim rečima, dizajner ne kontroliše auru reprezentacije predmeta koji je dizajniran. U Sjedinjenim Državama dizajneri su počeli da unose stanovitu intelektualnu distancu naspram dotadašnjih metoda stilista, te su dizajnu pristupili kao sistemu vizuelne komunikacije. Ovakve tendencije pojavile su se u evropskom dizajnerskom okviru, tačnije u zapadnoj Nemačkoj, u Visokoj školi za oblikovanje u Ulmu (*Hochschule für Gestaltung – HfG*), uključujući u promišljanje o dizajnu i elemente kritičke teorije. Međutim u Sjedinjenim Državama i Evropi korporativni sistem je, poistovećen sa ciljevima društva, asimilovao novi metodološki pristup svojim potrebama marketinga i široke potrošnje. Otuđenost ljudskog bića, haotičnost i depresija poprimila je široke razmere u kvaziideologiji američke globalno prihvaćene kulture. Kao reakcija na ovakvo stanje rodila se nova duhovna klima koja je imala odjeka među dizajnerima širom sveta. Taj pokret u literaturi je označen kao *sveobuhvatni dizajn*.

---

<sup>84</sup> Tomás Maldonado, Prema projektiranju okoline (1966), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 272.

## 2.1. Dizajn po meri tržišta

U Sjedinjenim Državama, mestu porekla stajlinga, nizali su se hvalospevi samoj stilizaciji i zagovarale njene vrednosti, sistem i ideologija. Vrtoglavi rast američkih korporacija karakterisao je uvođenje planiranja kao uslov da se korporacije prilagode uvođenju naprednih tehnologija. Pored toga, planiranje je postalo neophodno kako bi se kontrolisali i potražnja i ponuda. Bilo je neophodno godinama unapred osigurati kupce, a efikasnost ovog delanja zavisila je i od primene organizovanog funkcionalnog znanja koja su pružali različiti stručnjaci, pa među njima i stilisti. Kako Meštrović navodi, cilj je bio da se svaki rizik investiranja i kapitala svede na najmanju moguću meru.<sup>85</sup> Valja napomenuti da su se odluke donosile nezavisno od bilo kog pojedinca, pa je sva moć u korporacijama prešla na grupu koja je organizovano raspolagala kapitalom i tehnologijama razvijenog industrijskog sistema. To je objasnilo činjenicu da je korporacijsko planiranje nadmašilo samo delovanje tržišta. Imperativ tehnologije i kapitala ne dopušta korporaciji da bude podložna mehanizmima tržišta, u čemu joj pomaže prisan odnos sa državom. Korporacijski sistemi sebe poistovećuju da ciljevima društva koje podređuju svojim potrebama.

Najveći deo američkih dizajnera prilagodio se takvim uslovima poslovanja i poistovetio se sa ciljevima korporacijskih organizacija. Isti sistemi su se posle Drugog svetskog rata proširili i na druge države u svetu koje su bile pod uticajem Sjedinjenih Država, uglavnom na zapadnu Evropu. U celom tom sistemu dizajneri najvećim delom ostali su samo profesionalni specijalisti u službi kapitala. Najdžel Vajtli, teoretičar i profesor vizuelnih umetnosti, zapazio je da se dizajn bauhausa u modernističkom svetu okretao oko toga kako su arhitekti i dizajneri mislili da ljudi trebaju živeti, dizajn nije proizilazio iz stvarnog načina života ljudi:

*(...) modernistički pristup dizajnu u 1920-im i 1930-im godinama otkriva potpunu odsutnost obzira prema potrošaču, u vezi sa njegovim iskustvom i željama. Modernistički dizajneri odbijali su bilo kakvu mogućnost da dizajnom upravlja tržište jer bi to srozalo standarde (...) Potrošač je sam bio odgovoran za to da poboljša svoj ukus i živi po merilima*

---

<sup>85</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 74.

*progresivnih, bezosećajnih i racionalnih dizajnerskih rešenja i tipiziranih oblika (...) modernistički dizajneri naglasak su uglavnom stavili na vlastitu kreativnost.*<sup>86</sup>

Pristup koji je promenio odnos prema potrošaču razvio se u isto vreme sa rastom američkih korporacija. Uzimajući u obzir američku političku i društvenu ideologiju nije ni čudo da se takav pristup dizajnu upravo u Sjedinjenim Državama razvio. Kako je u ranijim redovima objašnjeno, prelomni istorijski momenat desio se u periodu dvadesetih godina XX veka kada su pravila igre počela da se menjaju u industriji automobila. Politika stalne promene stila radi podsticanja prodaje pokazala je da stajling određenom proizvodu može dati dodatnu vrednost. Drugim rečima, stilisti su proizvode činili daleko privlačnijim i poželjnijim, čime su mu povećavali šanse da bude prodat. Te godine su, kako navodi Vajtli, označile razvoj ideologije tržišne ekonomije, a ta ideologija je oblikovala samu osnovu iz koje nastaje dizajn.<sup>87</sup> Aktivni učesnici ove ideologije bili su dizajneri kao što su Norman Bel Geddes, Henri Drajfus, Valter Dorvin Tig ili Rejmond Loui. Za njih se dizajniranje vrtelo oko prodaje i profita.

U posleratnom razdoblju američka privreda je prešla u ono što Vajtli naziva *faza visoke masovne potrošnje*, odnosno era naprednog potrošačkog društva. Stajling je od Drugog svetskog rata ušao u novu fazu, fazu koja se u literaturi označava kao *konzumeristički dizajn*. Dizajn je postao je ne samo ekonomski nego i kulturni sistem koji se zasnivao na *masovnoj kulturi*. Dvajt Mekdonald, filozof, pisac, kritičar i jedan od ključnih učesnika u debati vođenoj u posleratnom periodu u Sjedinjenim Državama o prirodi masovne kulture, smatrao je da je masovna kultura sredstvo homogenizacije na najnižim razinama neznanja, bestijalnosti, primitivizma.<sup>88</sup> Masovna kultura se ulaguje i daje na volju masi i gomili neukih, upravo kakvu je strategiju koristio konzumeristički dizajn. Sve ono što se dešavalo u Sjedinjenim Državama samo je predstavljalo model za ostala društva.

Do tada dominantno društvo potrošača zamenjeno je konzumerističkim društvom. Potrošačko društvo se zasnivalo na tržišnoj privredi i postojao nekoliko stotina godina, a konzumerističko društvo predstavilo je novo napredno stanje društva potrošača i tržišne privrede u kome su privatna bogatstva u najvećoj meri postala prevladavajuća sila na tržištu. Svakako

---

<sup>86</sup> Nigel Whiteley, Dizajn po mjeri potrošača (1993), u Feda Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Krićka antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 426.

<sup>87</sup> Ibid, 428.

<sup>88</sup> Dvajt Mekdonald, Teorija masovne kulture (1957), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 51–65.



konzumeristički dizajn obrtao se oko velike potrošnje. Ove promene za dizajn imale su duboke implikacije. Tu činjenicu je potvrdio i sam Harli Erl:

*Naš je posao požuriti zastarevanje. Godine 1934. prosečno vlasništvo automobila trajalo je pet godina, sada traje dve godine. Kada to bude jedna godina, naš će rezultat biti savršen.*<sup>89</sup>

Od tada pa na dalje, dizajner počinje da blisko saraduje sa istraživačima i stručnjacima iz marketinga na ostvarenju tog zajedničkog cilja, slamanja otpora prema potrošnji kako bi se ostvario ubrzani protok roba i povećao profit.

Uspon semiotike i javljanje konzumerističkog dizajna sa svim svojim karakteristikama, pedesetih i šezdesetih godina u Americi i u Evropi, omogućili su interpretaciju dizajna kao društvenog jezika i životnog stila. Svaki proizvod počeo preuzimati određen identitet i značenje, a da je dizajn kao životni stil doveo do toga da su ljudi prestali da imaju *potrebe*, a potrebe su se pretvorile u *želje*. Dizajneri su počeli dizajnirati proizvode želja a ne proizvode potreba. Dizajn je tako evoluirao pod uticajem politika velikih korporacija i tržišta, te je postao deo poslovnog plana kompanije. U tom sistemu životni stil potrošača postaje ključni sastojak velike mreže koju stvaraju korporacije, dizajn i marketing. Međutim, nisu svi dizajneri delili ovaj entuzijazam. Odbojnost prema konzumerističkom dizajnu imali su pojedini evropski dizajneri. Oni su smatrali da je profit legitiman cilj, ali nikako se ne sme ostvariti na štetu opšteg dobra. Imajući u vidu opštu klimu, ideološku i političku kompleksnost društava u posleratnom periodu bilo je jasno da će *reakcionari* i *reformatori* dizajna biti savladani, ili u najmanju ruku asimilirani u postojeći korporacijski sistem liberalnog tržišta.

---

<sup>89</sup> Harli Erlov citat u: Nigel Whiteley, Dizajn po mjeri potrošača (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 429.

## 2.2. Uspion semiotike i kritičke teorije

Moderna je u dizajnerski jezik uvela apstrakciju za koju se smatralo da ima dve velike prednosti. Prvo dizajneru je omogućavala da dođe do istinitih, univerzalnih formi, te da prevaziđe lokalne, nacionalne specifičnosti i pristupi polju internacionalnog delovanja. Usponom semiotike kao sredstvom analize kulturne proizvodnje pojavila su se pitanja održivosti apstrakcije. Teoriju komunikacija, a zatim i semiotiku, prvi su percipirali američki dizajneri. Jedan dizajnirani predmet nije samo sistem oblika, odnosno stila, nego je dizajnirani predmet i svojevrsni nosilac poruke. Za novu generaciju dizajnera nije bilo bitno da predmet samo bude privlačan proizvod, koji su stilisti videli kao ideal, već da predmet ima svoju semiotičku funkciju u ukupnom sistemu proizvodnje i potrošnje. Drugim rečima, unapred zamišljena uloga predmeta ne mora nužno odrediti ono što će on značiti potrošačima.

Pomak koji je napravljen na polju teorije svakako je načinio Umberto Eko. Eko predstavlja jednu od ključnih figura koja je postavila teoriju onoga što zovemo *vizuelna kultura*. Eko je razvio *teoriju komunikacije* koja će imati izuzetno bitan uticaj na razvoj dizajnerske teorije i metodologije dizajnerske prakse. Ekova teorija objašnjava kako su poruke sazdane od znakova, a samo razumevanje tih znakova zavisi od kulturnog nivoa publike u kontekstu masovne potrošačke kulture.<sup>90</sup> Eko je napravio pravi radikalni korak kada prelazi u polje semiotičke teorije. U tekstu pod nazivom *U retrospektivi italijanskog dizajna*, Eko obrazlaže motivacije dizajnera i svrsta ih u tri grupe. Prvo, samom željom da predmet služi svojoj svrsi. Drugo, nužnošću da predmet označava ono čemu služi i način na koji predmet treba da bude upotrebljen. On je utvrdio da postoji komunikativni aspekt predmeta koji čini sastavni deo dizajna – ovaj aspekt vidi kao suštinski. I treće, dizajner je pokrenut i simboličkim funkcijama dizajna. Ne podrazumevajući primarne funkcije predmeta, nego niz drugorazrednih komunikativnih funkcija koje omogućavaju da se predmet koristi kao znak društvenog prestiža, moći i tako dalje. Predmet ispunjava društvenu funkciju koja je isto značajna kao i mehanička funkcija.<sup>91</sup> Drugim rečima, on je postavio tezu da je svaki predmet poredak znakova i da taj poredak obrazuje kôd. A kôd je poredak znakova koji otkriva princip strukturiranja u stvaranju i prenošenju poruke. Time je celo polje tumačenja i

---

<sup>90</sup> Videti: Umberto Eko, *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd, 1973.

<sup>91</sup> Umberto Eko, U retrospektivi italijanskog dizajna, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 157–166.

praktikovanja dizajna pomerenom u polje semiotike. U takvom sistemu pokazalo se da proizvodnja i potrošnja nisu samo obična razmena predmeta, već se radi o načinu komunikacije kojim se uspostavlja identitet, klasna pripadnost, nacionalna pripadnost, nivo društvenosti, i tako dalje. Odnos dizajna i politike Eko opisuje rečima:

*(...) dizajner je imao ambiciju da bude intelektualac potkovan politikom, umetnošću, književnošću, filozofijom, sociologijom. Želeo je preko predmeta (...) da stvori nov način života, nastojeći da ovi predmeti reflektuju sve ideje i sve ideale koji su se stvarali u domenu književnosti, umetnosti, politike i filozofije (...) Baviti se dizajnom značilo je baviti se politikom, pomagati u rešavanju društvenih pitanja.<sup>92</sup>*

Potrebno je podvući da prema navedenim rečima dizajn predstavlja svojevrsnu političku praksu, jer fundamentalno oblikuje svakodnevni život pojedinaca nekog društva. Eko završava zaključkom da je san pedesetih godina sveden na realne osnove i da je stav dizajnera doveden do cinizma na način da je dizajner krenuo da proizvodi ono što su od njega kapital i tržište tražili, ili je, sa druge strane, na ovu krizu reagovao stvarajući provokatorske programe.

Uspom semiotike je znatno proširio referentni okvir promišljanja o dizajnu i uneo svojevrsnu intelektualnu distancu naspram rutinske prakse onih koji su praktikovali konzumeristički dizajn. Džordž Nelson (George Nelson 1908–1986)<sup>93</sup> bio je jedan od prvih američkih dizajnera druge generacije koji je usvojio sa jedne strane novi model promišljanja, a sa druge sproveo kritičko promišljanje dizajna. Nelson kaže:

*(...) uprkos činjenici da se dizajnu može pristupiti na različite načine, ja sam uzeo da diskutujem o dizajnu kao komunikaciji, jer ovaj pristup stavlja maksimalnu odgovornost na dizajnera.<sup>94</sup>*

Nelson je verovao da odgovornost dizajnera leži u tome da razvija svest umetnika o modernom svetu, a pod tim je mislio na svesnost koja integriše naučnika koji deluje kreativno. U

---

<sup>92</sup> Ibid, 159.

<sup>93</sup> George Nelson (1908–1986), američki industrijski dizajner, direktor sektora za dizajn u kompaniji za proizvodnju nameštaja *Herman Miller*, i osnivač dizajnerskog studija *George Nelson Associates*, dizajnirao najbolje primerke dizajna američkog modernizma. Nelson je dizajniranju pristupao na interdisciplinarni način što ga je dovelo do progresivnog promišljanja i zabrinutosti zbog kapitalističkog odnosa proizvođača i proizvoda. On je bio nekonvencionalni dizajner, koji je zamišljao sobu bez nameštaja, urbanizam bez grada, dovodio je u pitanje postojanje industrijskih proizvoda i prezirao je opsesije potrošačkog društva.

<sup>94</sup> Nelsonov citat u: Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 68.

kontekstu kritike savremenog dizajna iz ugla kritičnog modernizma,<sup>95</sup> Nelson je tražio razumevanje savremenog sveta izvan konteksta postojećih društvenih odnosa, ali ograđujući se od bilo kog ideološko-političkog gledišta:

*Dizajn je amoralan i nelogičan, i svaki pokušaj da mu se da značenje koje on ne može sadržati, naprosto pomračenju komunikaciju koju on može izvršiti (...) predmeti nemaju politike; o njima kao dizajnu može se suditi jedino bezvremenski kriterijumima, univerzalnim i ne ideološkim.*<sup>96</sup>

I pored ovakvih politički neutralnih stavova Nelson do izvesne mere jeste ušao u kritičku analizu tipičnih američkih mitova, kao što je mit masovne produkcije, masovne kulture i velikih korporacija. Međutim, sistem u kome je živeo sam po sebi ga je asimilovao kao dizajnera i osim velikih reči i kriticizma sistema nije daleko otišao. Nelson je pored umerene kritike bez političkog obeležja ipak uspeo da zauzme visoke pozicije unutar samog korporacijskog sistema i da odigra bitnu ulogu. Istom periodu sa druge strane Atlantika, kritička svest o dizajnu kao i uspostavljanje semiotike kao centru dizajnerske metodologije uspostavljena je u školi dizajnerskog oblikovanja Hochschule für Gestaltung (HfG) u Ulmu, ideološkom nasledniku Bauhauusa.

---

<sup>95</sup> Kritički modernizam se odnosi na teorije koje su uspostavljene i razvijene na teorijama levičarske estetike, filozofije i teorije umetnosti, kulture i društva preusmeravane univerzalistički orjentisane metafizike ka kritičkim teoretizacijama aktuelnosti umetnosti, dizajna, kulture i društva.

<sup>96</sup> Nelsonov citat u: Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 69.

### 2.3. Visoka škola za oblikovanje u Ulmu

U jeku fetišizacije proizvoda, pojavili su se pojedinci koji su osetili da dizajn mora da se otrgne od povezanosti samo za jedan proizvod, ne samo da bi očuvao integritet profesije, nego i da bi shvatio i osmislio ideološku logiku proizvodno-tehničke racionalizacije. Četrdesetih godina, nakon Drugog svetskog rata, u Nemačkoj se razvila koncepcija *Gute Form*<sup>97</sup> koja je nastojala postati evropski ekvivalent američkom stajlingu. Dolazak stajlinga u Evropu radikalno je promenio problematiku dizajna, te je uticao na vrednovanje formalizma. *Gute Form* se javlja kao jedini formalni koncept koji se posle Drugog svetskog rata apsolutno suprotstavlja stajlingu.<sup>98</sup>

Dizajn je izrastao iz prakse koja je daleko zaostajala za njegovim ideološkim formulacijama što je pobuđivalo kritičku i reakcionu svest onih pojedinaca koji su ostali na razini takvih ideologija. Smatralo se da se treba sistematski posvetiti teorijskoj razradi koja će naučno unaprediti i praksu i obrazovne politike oblikovanja. Dizajn nije fenomen sam za sebe, niti fenomen koji se može izolovano posmatrati izvan celine proizvodnje i potrošnje u okvirima društvene prakse i njene naučno-tehnološke osnove. Teorijski gledano, to znači da dizajn treba da ide ispred realnosti da bi stvorio modele celovitosti u okviru kojih bi se mogla povratiti partikularna svest. Meštrović smatra da je posleratno vreme odavalo sliku edukacije dizajna koja je opterećena:

*(...) pedagoškim sistemom koji potječe iz viktorijanske epohe. Ni dva značajna eksperimenta dvadesetih godina, Bauhaus u Nemačkoj i Vhutemas u SSSR-u, nisu ga uspeli transformirati, zahvaljujući upornosti akademskih struktura.*<sup>99</sup>

Dorfles navodi da je Bauhaus prva velika škola koja se suočila sa problemima projektovanja uz ozbiljnost i ideološku dubinu s kojom se do tada pristupalo sa razine naučnih

---

<sup>97</sup> U prevodu *dobra forma* – nije isključivo bila nemačka zamisao, u Švajcarskoj kao i u skandinavskim zemljama zamišljeni su slični koncepti dizajna. Glavni predstavnik u Nemačkoj bio je Max Bill (1908–1994), učenik Bauhauusa od 1927. do 1929. godine, u prelazu direktora Gropiusa i Mayera. Bill je snažno pao pod uticaj estetsko-formalne, a ne produktivno-formalističke struje. Bill je bio ličnost koja je umela da sa teorijskog i praktičnog stanovišta dovede ovu orijentaciju do krajnjih konsekvenci. Bill je imao jasan stav prema stajlingu, držao je da nasuprot proizvedenim dobrima, potrošačka društva jesu više pod uticajem mode, odnosno stajlinga. On se zalagao da forma mora biti dobra – prava – a ne izmišljena radi povećanja prodaje proizvoda.

<sup>98</sup> Tomás Maldonado, Uticaj Bauhauusa, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 37–54.

<sup>99</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 118.

studija.<sup>100</sup> Stavovi pripadnika *Gute Form*-e koji su kružili kod posleratnih dizajnera su bili takvi da su izražavali mišljenje da na izučavanje dizajna treba gledati kao na izučavanje ma koje druge važne naučne ili umetničke discipline. Sa idejom koja je sem formalnih svojstava uključivala i socijalno odgovorne ideologije, osnovana je Visoka škola za oblikovanje u Ulmu (Hochschule für Gestaltung - HfG). Škola je postojala od 1953. godine do 1968. godine. Po tvrdnjama Maldonada ova škola je nastojala da ponovo uspostavi tradiciju Bauhauusa koja je prekinuta nacizmom 1933. godine.<sup>101</sup>

HfG je najznačajnija dizajnerska škola nastala u periodu posle Drugog svetskog rata, ne samo zbog onoga što je postigla u domenu stvarne eksperimentalne proizvodnje i oblikovanja nego i zbog visoke razine kritičke svesti. Kenet Frampton, britanski arhitekta i teoretičar, povezoao je nastanak škole sa stavom prema prošlom nacističkom režimu. Osnivanje HfG počiva na inicijativi američkog visokog poverenika za Nemačku, Džona Dž. Mekloja, koji je uz američku finansijsku pomoć želeo da sponzoriše osnivanje škole političkih nauka. Tu inicijativu zvanično je sprovela fondacija *Geschwister-Scholl*. Ova fondacija osnovana je u spomen dva pripadnika jevrejske porodice Scholl, Hansa i Sophie Scholl, koje su pogubili nacisti. Maksu Bilu bilo je poveren zadatak da dizajnira zgradu škole. Frampton veruje je da je upravo Bil ubedio Inge Aicher-Scholl, da umesto škole političkih nauka bude osnovana škola za dizajn.<sup>102</sup> U svakom slučaju, ostaci početne političke ideje ugrađeni su i u sam nastavni program škole.

Školu je 1955. godine zvanično otvorio Valter Gropius. Ne treba ispustiti iz vida i činjenicu da sam naziv škole Hochschule für Gestaltung jeste izveden iz imena Bauhaus, i to iz njegovog podnaslova iz vremena kada je Bauhaus bio smešten u Desau. HfG je uspela da okupi najprogresivnije stručnjake i pedagoge iz čitavog sveta i odškoluje nekoliko generacija studenata iz 25 zemalja sveta. Dizajneri školovani u Ulmu doprineli su kvalitetu dizajnerskih proizvoda najnaprednijih nemačkih kompanija, od Brauna do Poršea.<sup>103</sup> Prvih par godina škole HfG otkrila se jedna paradoksalna situacija, a to je da želja nastavljanja ideologije Bauhauusa isključuje i

---

<sup>100</sup> Đilo Dorfler, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 88.

<sup>101</sup> Tomás Maldonado, Uticaj Bauhauusa, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 50.

<sup>102</sup> Kenneth Frampton, *The Ideology of Curriculum/The Development of Critical Theory* (1974), in Herbert Lindinger (ed.), *Ulm Design, the Morality of Objects*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1991, 130.

<sup>103</sup> Goroslav Keller, *Dizajn*, Vjesnik agencija za marketing, Odjel publiciteta, Zagreb, 1975, 67.

socijalno težište koje je Bauhaus tako temeljno gajio.<sup>104</sup> Oni koji su se suočavali s istinskim problemima dizajna, ne samo u okviru profesionalnih pitanja obrazovanja dizajnera, nego i sa fundamentalnim pitanjem značenja i smisla, te same uloge dizajna u suvremenom društvu nisu mogli mimoći Ulm. Upravo je u Ulmu nastala ideja široko rasprostranjena u svetu o potrebi naučnog pristupa dizajnu, kao i spoznaja o potrebi jačanja i radikalizovanja društveno-političke svesti dizajnerskih stavova. Takav stav određenih pripadnika profesora će zaobići i političke implikacije samog opstanka škole.<sup>105</sup>

Dolazak Tomása Maldonada (1922)<sup>106</sup> u HfG u temelju je promenio osnovna načela za koja se Bil zalagao. Suprotnost između dva bloka, prema Maldonadovom svedočenju, javila se između Bila i njegovih mlađih kolega. Maks Bil je 1956. godine napustio mesto direktora, te je došlo do suštinske promene plana studija. Iz programa HfG, iz 1958. godine, izdvajaju se dva zadatka koja škola postavlja: projektovanje industrijskih proizvoda i projektovanje vizuelnih i verbalnih sistema komunikacije. Na taj način škola je počela da obrazuje dizajnere robe široke potrošnje, kao i dizajnere sredstava komunikacije: novine, radio, TV i oglašavanje.<sup>107</sup> U samom programu se može zapaziti ne samo veće odstupanje od didaktičkih formalnih modela Bauhauasa, već i u uvođenju novih kurseva. Prema tome HfG je težila da pored tehničko-naučnog aspekta i njegove praktične primene, razvije i teorijske osnove dizajna i istraživanja u polju širokog spektra društvenih, statističkih i lingvističkih disciplina. U ovom svetlu odbacivanja originalnog izvorišta i nastavka Bauhauasa, HfG nije imala mnogo izbora nego da potraži jednu svojevrsnu posredničku ideologiju iz koje će razviti ne samo novu didaktičku metodu, nego i teoriju dizajna. Teorijsku

---

<sup>104</sup> Tomás Maldonado, Uticaj Bauhauasa, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 51.

<sup>105</sup> Goroslav Keller, *Dizajn*, Vjesnik agencija za marketing, Odjel publiciteta, Zagreb, 1975, 66.

<sup>106</sup> Tomás Maldonado (1922) argentinski slikar, dizajner i teoretičar, smatra se jednim od glavnih teoretičara *ulmskog modela*, filozofije o dizajnu koji je razvijao od svog dolaska u HfG 1954. go njenog raspuštanja. Jedan je od ključnih teoretičara reakcionog dizajna nakon Drugog svetskog rata, tvorac teorijske koncepcije o dizajnu okoline i autor definicije industrijskog dizajna iz 1957. godine sa ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*) seminaru prema kome je industrijski dizajn definisan kao *stvaralačka aktivnost čiji je cilj određivanje formalnih kvaliteta industrijski proizvedenih predmeta; te formalne kvalitete obuhvataju i spoljašnji kvaliteti, ali pre svega one strukturalne i funkcionalne odnose koji pretvaraju sistem u koherentnu celinu, kako sa gledišta proizvođača, tako i korisnika; industrijski dizajn obuhvata sve aspekte ljudske okoline koji su uslovljeni industrijskom proizvodnjom*. Po raspuštanju škole sarađivao je sa svojim kolegom Gui Bonsiepeom na kreiranju sistema kodova za dizajn programa italijanske kompanije Olivetti i robne kuće La Rinascente. Od 1967. godine živi u Milanu gde predaje na Filozofskom fakultetu; predavao je i na Fakultetu za književnost u Bolonji, gde se u potpunosti posvetio filozofiji i kritici pod velikim uticajem semiotike.

<sup>107</sup> Program of the Hochschule fur Gestaltung Ulm (1958), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 169–172.

osnovu pre svega pronašla je u komunikološkom pristupu u određenju estetike u Maks Bensonovom (Max Bensen) delu *Estetika (Aesthetica)*, a zatim i u prvim semiotičkim radovima Čarlsa Morisa (Charles Morris) objavljenim tridesetih godina. Ubuduće, komunikacija i operacija će biti dva glavna stuba u evoluciji HfG-a. To će se, zajedno sa kritičkim teorijama, kasnije preslikati na ideologiji HfG-a, u smislu da se škola okrenula problemima socijalne okoline, što ju je svakako uvuklo u domen političkog promišljanja sveta u kome nastaje.

Oštar stav prema novim formalistima pokazivao je Maldonado:

*(...) odgovornost za aktuelnu kritiku industrijskog dizajna nije samo na onima koje naziva akademskim formalistima nego i na stilistima. On ne želi priznati da su formalizam i stajling samo dva oblika istog načina gledanja: onog po kojem je estetski činilac najvažniji u stvaranju nekog proizvoda.<sup>108</sup>*

Unutar same škole nastale su državice između takozvanog levog i desnog krila. Iza kritika levog krila škole koje su predvodili Tomás Maldonado i Džui Bonsjepe<sup>109</sup> krila se zapravo kritika neokapitalističkog uređenja i pristupa dizajna tržišnoj ekonomiji. Kada je netrpeljivost između levog i desnog krila škole dostizala svoj vrhunac direktor HfG-a Otl Ajher<sup>110</sup> u tekstu *Planning All Awery? (Zar smo sve pogrešno isplanirali?)* pokušao je da se obračuna sa opozicijom:

*Specifične veštine kojima moraju vladati arhitekti danas upravo su dovoljne kako bi im omogućile da iz rastuće gomile novih naučnih podataka izvuku shvatljiv plan skrojen*

---

<sup>108</sup> Tomás Maldonado, Dizajn i nove industrijske perspektive (1958), in Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: Kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 237.

<sup>109</sup> Gui Bonsiepe (1934) nemački dizajner, teoretičar i profesor; njegove teorije smatraju se za osnovnim štivom teorije dizajna, posebno u Južnoj Americi i Nemačkoj. Jedan je od pripadnika prve generacije studenata HfG, posle čega postaje nastavnik u samoj školi i na tom mestu radi do 1968. godine. Po zatvaranju škole Bonsiepe odlazi za Južnu Ameriku gde je radio kao dizajnerski konsultant. Od 1970. godine do 1973. godine vodio je projekat *Cybercyn* koji je finansirala Čileanska vlada; osamdesetih godina Bonsiepe je radio kao dizajner interfejsa softverskih kompanija u SAD. Od 1993. godine predaje na Internacionalnoj školi za dizajn u Kelnu, zatim u dizajnerskim školama u Brazilu i Italiji. Autor je dizajnerskog teorijskog koncepta *interfejsa*.

<sup>110</sup> Otl Aicher (1922–1991) nemački grafički dizajner i tipograf, autor vizuelnog identiteta dvadesetih Olimpijskih igara u Minhenu 1972, jedan od osnivača HfG-a u Ulmu; autor je sistematičnog jezika znakova. Kompleksne i sveobuhvatne serije simbola koje su pomogle minhenskim internacionalnim gostima, koji su govorili bezbroj različitih jezika, u orijentaciji kroz različite olimpijske lokacije i obezbedili im potrebne informacije. Nakon pozitivnog iskustva koje je pružila primena simbola, nazvanih piktogrami, na Olimpijskim igrama u Minhenu i na Frankfurtskom aerodromu, Aicher je razvio veliki broj simbola koji se i danas koriste.



*prema političkim ciljevima, i onda opet moraju političarima prepustiti konačnu odluku o sprovođenju tog plana.<sup>111</sup>*

Aicher očigledno nije shvatao da posledice u kojima se kontradikcije društva sudaraju s dizajnom nemaju mogućnost razrešenja putem ukidanja *moći dizajnera*. Drugim rečima, on je predao vlasti i moći u ruke političkih moćnih struktura.

Sa druge strane, opozicioni levi blok škole je smatrao da buržoaska kultura nije neutralna i apolitična, a ona kultura koja okolinu smatra područjem svog bavljenja ne može biti neutralna prema društvu i okolini u kojoj živi. U tom smislu Maldonadovi stavovi počeli su uključivati i razmišljanja o dizajnu iz perspektive politike:

*Verovati da je impresivno blagostanje koje su postigle neke najrazvijenije zapadne zemlje na dohvatao svim narodima, pokazuje ne samo neodgovornost nego i bezobzirnost, i znači istu grešku koju je počinio August Cezar kad je čitav svet poistovetio sa rimskom imperijom.<sup>112</sup>*

Umesto da ova institucija bude škola političkih nauka, postala je škola dizajna, ali ljudi koji su se bavili dizajnom vratili su je u polje politike. Iako je dizajn modernog pokreta potpuno apsorbiran u masovnu kulturu, temeljno nezadovoljstvo njihovim istinskim otvaranjem u svakom području života i dalje svedoči o sputanosti oslobađajuće sile. Bonsiepe u tom smislu navodi:

*(...) estetika je doživela sudbinu koju nije moguće predvideti. Pokazalo se da ju je vrlo lako saterati u službu represiji. Moć je poprimila sublimirane oblike. Tokom te sublimacije, estetiku – koja je bila, i još uvek je, obećanje oslobođenja ljudske vrste – podjarmili su organi moći i naučili putem nje zadobijati i održavati svoju silu.<sup>113</sup>*

Stavovi osvešćenih dizajnera govorili su o tome da u najvišoj fazi razvoja kapitalističko društvo nije bilo spremno da preskoči granice svojih principa i da izvrši promene u vladajućim ekonomskim sistemima. Pedesetih godina HfG daje doprinos postavljanju linije proizvoda firmi

---

<sup>111</sup> Aicherov citat u: Kenneth Frampton, *The Ideology of Curriculum/The Development of Critical Theory* (1974), in Herbert Lindinger (ed.), *Ulm Design, the Morality of Objects*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1991, 130.

<sup>112</sup> Maldonadov citat u: Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 123.

<sup>113</sup> Bonsiepeov citat u: Kenneth Frampton, *The Ideology of Curriculum/The Development of Critical Theory* (1974), in Herbert Lindinger (ed.), *Ulm Design, the Morality of Objects*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1991, 171.

Braun u Frankfurtu. Iz toga će se razviti takozvani *stil Braun*, koji je zapravo drugo ime za *Gute Form*.

Pored unutrašnjih problema, HfG je bila izložena i političkim pritiscima spolja. Kao što je naznačeno HfG je zastupala progresivne ciljeve dizajna, koji su bili izdvojeni od bilo kakvih i bilo čijih partikularnih interesa. Dizajner je trebalo da bude čovek koji rešava ne samo formalističke probleme nego i čovek koji rešava probleme savremenog društva. Pri tom, pod pojmom savremenog društva nije se mislilo samo na evropska ili američko (dakle bogata društva), nego i savremena društva oskudice i neravnopravne podele, društva drugog i trećeg sveta – celo čovečanstvo uopšte. Suočeni sa reakcionarnim društvenim snagama, posebno lokalnim političkim strukturama, HfG se ipak relativno dugo održala. U tome joj je pomogla visoka reputacija koju je stekla u svetu i internacionalni značaj problema koji su u njoj istraživani.<sup>114</sup>

Pored negativnog politički motivisanog raspoloženja, ova institucija se takođe morala boriti sa provincijalnim stavovima i kulturnim konzervativizmom. Društveno-politički faktor koji je povezan racionalizmom nije bio dobrodošao u takvoj sredini, jer nije lako uklopiv u procese produkcije i reprodukcije društva. Gotovo kao usud, HfG je počela ali i završila kao Bauhaus – načinjena je bezopasnom i postavljena kao izložbeni eksponat. Godine 1968. škola je prestala da radi. Nastavnici i studenti su momenat raspuštanja škole okarakterisali kao kulturno-politički skandal i političko ubistvo. Zatvaranje škole, koja je pokrenula i eksperimentalno ustanovila semiološki način čitanja dizajna sa jedne strane, funkcionalizma sa druge, i kritičku teoriju dizajna sa treće strane, odražavalo je krizu društva u smislu da se jedno liberalno otvoreno društvo želelo pretvoriti u integrisano društvo masivne proizvodnje i potrošnje. Postupak zatvaranja Hochschule für Gestaltung iz Ulma može se interpretirati i kao potreba uspostavljanja dizajna koji bi odgovarao izvesnim formacijama i kriterijumima maksimalnog profita koji se nalaze u polju proizvodnje, potrošnje i distribucije.

---

<sup>114</sup> Goroslav Keller, *Dizajn*, Vjesnik agencija za marketing, Odjel publiciteta, Zagreb, 1975, 66.

## 2.4. Prema sveobuhvatnom dizajnu

U posleratnoj epohi, eri zagađivanja životne sredine i velike potrošnje pojavila se frakcija dizajna koja je težila da redefiniše teoriju i praksu, te da politički i ideološki postavi nasuprot tehničke racionalnosti. Prema tome, krajem šezdesetih počinje da se nazire jedan novi teren koji će dizajnu otvoriti potpuno nove perspektive. Dizajn je do sada bio zaokupljen stvaranjem proizvoda, ali ga se nije ticao celokupan proces od stvaranja do uništenja predmeta, dakle celokupni životni vek. U literaturi, taj se novi teren, novo polje političko-ideološkog zauzimanja stava dizajna naziva sveobuhvatni dizajn, ili integrativni, anticipatoran dizajn – interdisciplinarni postupak planiranja i oblikovanja materijalnog sveta ljudi.

Žan Bodrijar (Jean Baudrillard, 1929–2007) kritičkim osvrtom na uzdizanje semiotike u polju dizajna ponudio je novi rakurs u shvatanju dizajna. Bodrijar, spajajući različite filozofske tradicije, ponudio je kritičku analizu društva baziranu na postmarksizmu i lingvistici. U tekstu *Sumrak znakova* Bodrijar je prepoznao nove ideološko-političke pravce i delovanja dizajnerske prakse i omogućio prepoznavanje problematike u koju je dizajn s kraja šezdesetih i početkom sedamdesetih godina XX veka zapao. Polazeći od teze da je *objekat subjekat za drugi subjekt*,<sup>115</sup> Bodrijar definiše problem sveta u kome nema proizvođača niti potrošača ni sa jedne strane, radi se o dva subjekta koji se simbolički razmenjuju posredstvom jednog predmeta.

Bodrijar smatra da se novom metodologijom prakse dizajna, koja je uključivala naučne i semiotičke discipline, ušlo u novu fazu dirigovanog širenja potrošnje sistemom prometne vrednosti koja ulazi u sve domene društvenog života. Od tela, seksualnosti, informacija, kultura, svakodnevnih predmeta, prostora, čak i onih elemenata koji su do tada uzimali političkoj ekonomiji, sve je sada palo pod udar prometne vrednosti. Bodrijar drži da se društvo našlo u svetu koda u kojoj se svi znaci razmenjuju, a da pri tom ne odgovaraju stvarnoj upotrebnoj vrednosti. Oni kruže, komuniciraju, emituju, a da se ne zna ni kome ni zašto.

Bodrijar smatra da je dizajn od svog nastanka sebi postavio društveni i politički cilj da kroz funkcionalno oslobađanje okoline, pospeši veću prozirnost društvenih odnosa, demokratizuje društvo i svakog učini jednakim pred predmetom. Dizajn je sa jedne strane postao sluga

---

<sup>115</sup> Jean Baudrillard, *Sumrak znakova*, (1975), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 167–183.

ekonomskih politika, ali je zadržao nešto od svoje početničke ideologije. U tom smislu naziru se dve dizajnerske struje, jedna koja se *predala* i druga koja izmiče svakodnevnoj dizajnerskoj praksi. U takvom poretku stvari Bodrijar vidi dizajn kao žrtvu dvoglavog sistema tržišta i mode, jer se od dizajna i ne može očekivati da sam menja zakone politike ekonomije znakova. Međutim on ističe da dizajneri jesu odgovorni jer mogu birati način proizvodnje. Po sredi jeste politički izbor.

S obzirom da su Sjedinjene Države postale referenca za civilizaciju, upravo se u njima javila nova duhovna klima koja će imati odjeka među dizajnerima. Tokom šezdesetih godina u američkom, pa i evropskim društvima, odigrali su se duboki društveni potresi koji su ukazali na velike rasepe u samom sistemu. Pokreti za građanska prava, krvavi obračuni, rat u Vijetnamu i Indokini, revolucije 68-e, nemiri i protesti na univerzitetima, samo su bili odraz javne svesti o apsurdnosti stanja u kome se zapadni svet našao. Započeli su procesi preispitivanja privrednih i društvenih ciljeva, obrazaca ponašanja korporacijskih sistema, koje su svojim akcijama uspešno takve tendencije zamagljivale u glavama pojedinaca. Haos i disperzivnost poretka, što se dizajna tiče, pronašla je put u *ekološkom pokretu* krajem šezdesetih godina.

Viktor Margolin<sup>116</sup> u knjizi *The politics of The Artificial* sabira niz tekstova koji objašnjavaju prevrat u dizajnu kao odgovor na svetsku situaciju koja se sama našla u sopstvenim previranjima. U knjizi se navodi da su dizajneri morali odstupiti od dizajnerske dogme koja je zakovana u modernizmu, i da će na dalje biti zaokupljena istraživanjem uloge dizajna u održivom razvoju i integrisanju ljudskih bića u šire ekološko i kulturno okruženje.<sup>117</sup> U tom smislu, Margolin se poziva na studije Rimskog kluba<sup>118</sup> (istraživanje objavljeno pod nazivom *The First Global Revolution: A Report by the Council of the Club of Rome*<sup>119</sup>). Situacija u kojoj se svet našao u post-

---

<sup>116</sup> Victor Margolin, (1941), professor emeritus istorije umetnosti i dizajna na Univerzitetu Illinois u Čikagu. Autor je i urednik više knjiga među kojima su *Struggle for Utopia*, *Discovering Design*, *Design Discourse*. Jedan je od pokretača časopisa *Design Issues*, veoma važnog referentnog časopisa koji je tokom proteklih četrdeset godina uticao na shvatanje i kritički potencijal teorije i istorije dizajna.

<sup>117</sup> Viktor Margolin, *The politics of The Artificial: Essays on Design and Design Studies*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002.

<sup>118</sup> Rimski klub (*Club of Rome*), formiran 1968. godine na inicijativu italijanskog industrijalca Aurelija Peceija. Cilj Kluba je bilo istraživanje složenosti problema koji muče ljude svih nacija: siromaštvo u sred bogatstva, degradacija okoline, gubitak vere u institucije, nekontrolisano širenje gradova, problem zapošljavanja, otuđenost, odbacivanje tradicionalnih vrednosti, inflacija i drugi ekonomski poremećaji. Glavna premisa Kluba je bila posmatrati svet kao jedinstveni sistem i analizirati ga kao celinu.

<sup>119</sup> Alexander King and Bertrand Schneider, *The First Global Revolution: A Report by the Council of the Club of Rome*, Pantheon, New York, 1991. Rimski klub je 1972. godine objavio knjigu *The Limits to Growth*, koja je podigla kontroverze ukazujući na opasnosti koje izaziva nekontrolisani rast materijalnih dobara, posebno na Zapadu. Naglašavali su da je neophodno uspostaviti globalnu ravnotežu na temeljima ograničenja rasta populacije, ekonomskog razvitka država drugog i trećeg sveta i novu osetljivost na probleme životne sredine. U knjizi *The First*

industrijskoj eri oslikava podeljenost na dve stvarnosti i to, kako Margolin naziva, prvi održivi model i drugi ekspanzivni. Pretpostavka prvog modela je svetski sistem ekoloških protivteža koje čine potrošivi resursi. Prvi model dobio je širu podršku kao ideal kome treba težiti, on je podstakao osnivanje velikog broja *zelenih* društvenih i političkih organizacija. Nasuprot ovog modela nalazi se drugi ekspanzivni model, prema kome se svet sastoji od tržišta u kojima proizvodi funkcionišu kao simboli ekonomske razmene. Glavni činioci ovog sveta su kapital, ulaganja, proizvodnja, privatna i korporacijska bogatstva, globalno tržište uglavnom orjentisano ka razvijenim ekonomskim sistemima Severne Amerike, Evrope i Japana. Margolin prepoznaje sudar ova dva modela i trvenje koje ostaje u vakuumu neinstitucionalne komunikacije, te se zalaže za pronalaženje kompromisa, odnosno optimalnog rešenja koje će ova dva modela pomiriti i obezbediti održivi razvoj planete uopšte. Margolin veruje da je potrebno pronaći rešenje u novim oblicima demokratskog građanstva. Potrebno je restrukturirati čitavu svetsku ekonomiju, što bi suštinski značilo promena pretpostavke koja vlada u naprednim ekonomijama, po kojoj je udoban život i visoki standard života svakome dostupan cilj. Cena čišćenja zagađenih reka i vazduha, ako se želi ekološki planeta uravnotežiti, izuzetno je velika.

Kada je dizajnerska ideologija teorije i prakse u pitanju, Margolin smatra da se dizajn mora odmaknuti od one dogme kojoj se podavao do tada i da treba biti zaokupljen istraživanjem uloge dizajnera u održivom razvoju i integraciji ljudskih bića u šire ekološko i kulturno okruženje. Margolin je video dizajn kao mesto spoja i pomirenja dva modela, ako se dizajn ponovo promisli i redefiniše kao disciplina sveobuhvatne koncepcije i planiranja životne sredine.<sup>120</sup> Prema tome, dizajn je snaga, delatnost koja stvara planove, projekte, proizvode, on ima opipljive rezultate. Dobar dizajn poseduje izbrušene veštine promatranja, analize, invencije, oblikovanja ili davanja forme te komunikacije.

U dizajnerskoj praksi dve vrlo važne figure su se istakle kao zagovornici *sveobuhvatnog dizajna*. U Sjedinjenim Državama najglasniji zagovornik, gotovo revolucionarni, bio je to Viktor

---

*Global Revolution* prikazuje se kako su razvoj materijalnih dobara i konzumerizam postali globalni problem. Zagađenje, porast populacije, hrane, energetska potrošnja, geopolitička situacija čine budućnost neizvesnom. U knjizi se napominje da se svet nalazi u post-industrijskom razdoblju, te se nude sveobuhvatne perspektive kompleksnih interaktivnih globalnih problema i diskutuju se sredstva rešenja u širem kontekstu.

<sup>120</sup> Viktor Margolin, *The politics of The Artificial: Essays on Design and Design Studies*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002, 91.

Papanek,<sup>121</sup> a u Evropi to je bio Tomas Maldonado. Papanekova knjiga *Dizajn za stvarni svijet*<sup>122</sup>, iz 1971. godine, označava prekretnicu u shvatanju projektovanja za masovnu proizvodnju, posebno u Severnoj Americi. *Dizajn za stvari svijet* je verna sociološka i kulturološka studija industrijskog dizajna i njegove uloge u periodu velikih istorijskih previranja. Papanek polazi od revolucionarnog stava da je *malo profesija štetnije od industrijskog dizajna, a samo je jedna – propagandni dizajn – pokvarenija i podmuklija*.<sup>123</sup> Dizajn je podmukao u smislu da predstavlja podmuklo sredstvo svetskog kapitala, jedna nepoštena profesija, koja ljude nagovara da kupuju stvari koje im ne trebaju, s novcem koji nemaju. U ovom kontekstu Papanek demistifikuje društvenu ulogu dizajnerske profesije. U društvu koje prekomerno troši, živi u društvu izobilja, sa motivima i ciljevima kojima upravlja i manipuliše krupni kapital, dizajner ne radi za one kojima je potreban već za one koji imaju. Ovakvim stavovima i konkretnim primerima Papanek zapravo ukazuje na jednu pre svega moralnu i političko-ideološku krizu dizajnerske profesije početkom sedamdesetih godina dvadesetog veka.

Zapravo, Papanek otvara jednu stranicu novog pogleda na svet i životno okruženje u kojoj razgolićuje koncepciju i ideologiju dizajna. Smatra da je lakrdijaška ideologija koju donosi konzumeristički dizajn samo laž jedne civilizacije kojoj je bitniji interes fetišizacije tehnološke estetizacije od stvarnih problema savremenog društva u kome vladaju kapitalističko-tržišni odnosi. Takav dizajn se služi nizom trikova veštačkog zastarevanja kojim se vešto manipuliše potrošačima na tržištu. Papanovski rečeno, potrošači umesto da konzumiraju predmete industrijske proizvodnje, vešto su konzumirani i iskorišćeni. On grupacije kakve su mladi ljudi, studenti, stari, hendikepirani, slepi, bogalji i drugi, ne vidi kao potencijalne *klijente* konzumerističkog dizajna. Papanekov predlog rešenja je *oblikovati za većinu umesto za manjinu*. Oblikovati za ljude Trećeg sveta, što i sopstvenim primerom pokazuje. Naime, Papanek je boravio dugo vremena u skandinavskim zemljama, na Peloponeziji, sa Eskimima i Hopi i Navaho Indijancima, radio je kao

---

<sup>121</sup> Victor Papanek, (1927–2007), američki dizajner i pedagog, prepoznat je kao snažni zagovornik socijalne i ekonomske odgovornosti dizajna. Njegovi proizvodi, tekstovi i predavanja smatrani su za primer i podsticaj ne samo dizajnerima nego uopšte ukupnoj javnosti naklonjenoj održivom modelu razvoja sveta. Često je upozoravao na probleme održivosti zapadnih ekonomija velikih razmera. Papanek je u neku ruku bio filozof dizajna, elokventan promoter dizajnerskih ciljeva i pristupa osetljivog na socijalna i ekološka razmatranja. Smatrao je da dizajn može postati najmoćniji alat kojim čovek oblikuje životnu sredinu, a time i samo društvo. Pripadnik subkulture i nekonformizma. Njegovi tekstovi i knjige uticali su na promenu svesti shvatanja dizajna i njegove uloge u savremenom društvu. Međutim njegov ideološki program ostao je bez konture jer nije imao konkretnog društvenog oslonca. Efekti njegovog zalaganja će se krajem veka osetiti konkretnije u okviru *održivog dizajna*.

<sup>122</sup> Victor Papanek, *Dizajn za stvarni svet*, Nakladni zapod Marko Marulić, Split, 1973.

<sup>123</sup> Ibid, 26.

UNESCO-v ekspert, radio je na različitim krajevima sveta i razvijao je svoj dizajn za ljudske potrebe. Dizajnirao je za siromašne, za ljude iz nerazvijenih zemalja sa skromnijim prihodima. Ovakvim svojevrsnim sveobuhvatnim dizajnom Papanek zapravo je želeo da pokaže da dizajner mora ponovo potvrditi svoj položaj u društvu. Umesto da oblikuje u savršenom miru i pokornosti kapitalu, dizajn se mora okrenuti društvu i biti društveno angažovan.

Dizajn kao posebna tehnička praksa u industrijskom razvoju Evrope šezdesetih i sedamdesetih godina iznedrio je mislioce koji su se izdigli na istorijskoj dimenziji problema životne sredine. Među njima i Tomas Maldonado koji je objasnio da:

*(...) ljudsku okolinu oblikuju sile koje izmiču našoj kontroli i našem uticaju. Nenadano smo se našli u dvosmislenoj situaciji pri čemu smo nominalno usvojili odgovornost prema društvu kojim se, u stvari, bave drugi. Odluke donose drugi, bez nas; često i protiv nas.<sup>124</sup>*

Maldonado zapravo ukazuje na probleme koji se javljaju u tom periodu i nudi novo evropsko viđenje *sveobuhvatnog dizajna* koje se temelji na jasnim ideološko-političkim osnovama u okviru institucija društva. Kritikujući afirmaciju društvenih statusa koje slave dominantne klase upotrebu predmeta, on želi zapravo naglasiti aktivnosti dizajna koje su zapravo usmerene na ciljeve koji deluju kao pripitomljavanje čoveka.

Maldonado prepoznaje sile koje otežavaju rad dizajna u kontekstu sveobuhvatnog projektovanja okoline. On te sile vidi kao one skupine moći koje su oduvek postupale isključivo kako bi zadovoljile vlastite interese apsolutno nezainteresovane za potrebe ljudi. Smatra da se kriza profesija javlja usled zamagljenosti pred problemima, pred razočaranjem pred kojim se našla profesija. U dizajnu, potraga za idejom funkcije donela je suprotno od onoga što se očekivalo, stvorio se proizvod sterilnog i rafiniranog formalizma.<sup>125</sup> Maldonado kritikuje zastarele institucije koje rade po starim doktrinama i ne nude sredstva za radikalnije izmene prakse, pre svega misleći na obrazovne institucije. Škola treba da funkcioniše kao otvoreni sveobuhvatni sistem, transparentan i prilagodljiv, novog dizajnerskog koncepta koji je u stanju da odgovori kompleksnim problemima sveta koji se našao u periodu velikih promena.

---

<sup>124</sup> Tomás Maldonado, *Prema projektovanju okoline* (1966), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: Kričička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 269.

<sup>125</sup> *Isto*, 271.

Kraj šezdesetih i sedamdesete godine pokazali su pre svega ideološku krizu i rascep same dizajnerske profesije na dva dela, koja se nalaze na razini podele sveta na dva modela: model održivog razvoja i ekspanzivni model. U skladu sa tim dizajn se našao u ideološkom rascepu na konzumeristički dizajn i sveobuhvatni dizajn. Kako se javlja trvenje između dva modela sveta tako isto dolazi do trvenja dva dizajnerska usmerenja, iza kojih stoje jasne političko-ideološke postavke koje traže mesto u društvu moći i kontrole. Osamdesete i devedesete će pokazati da se tenzija između ta dva usmerenja ne temelji na stilskim obrascima već na političkim svesnim ili nesvesnim stavovima.



### 3. MARKETING I DIZAJN OBNOVE

*Jer, danas ne morate biti besramno bogati da bi vas vidjelo kao dizajnera nego i kao dizajnirano (...) dizajn pospješuje gotovo savršeni krug proizvodnje i potrošnje, i ne ostaje mnogo „prostora slobode“.<sup>126</sup>*

Hal Foster

Tokom sedamdesetih godina dvadesetog veka, kao nikada do tada, odigravao se ogroman napor kapitalističkog sveta da ostvari potpunu kontrolu nad tržištem nametanjem specifičnih politika i standarda ponašanja. Reč je bilo o postizanju kontrole i vršenju velikog uticaja u proizvodnji i razvijanju javnog mnjenja, stvaranjem novog ukusa i jednostranom monopolizovanju evolucije kulture. U ovom smislu uloga dizajna nikako nije bila zanemarujuća. Sedamdesetih godina korporacije su počele da shvataju značaj istraživanja tržišta i koji su dometi marketinškog pristupa. Promena politika kompanija koje su se okrenule marketingu omogućila je konzumerističkom dizajnu da evoluirao. U daljem razvoju dizajn je postao vrsta hiperprostora koji deluje transgresivno i spektakularno na potrošače. Osamdesetih, devedesetih i dvehiljaditih dizajn je prešao u polje brendiranja. Dizajn je uz informatiku, turizam i industriju zabave do krajnjih granica ispunio svet globalne potrošnje. Njegov karakter je počeo da odgovara globalnoj distribuciji i regulaciji kapitala. Konzumeristički dizajn je evoluirao je u takozvani *Brend Style*.<sup>127</sup> Što se postmodernizma tiče, on je sedamdesetih godina u dizajnu iznedrio nove revolucionarne ideologije, se pre svega zbog praktičnog i teorijskog sloma modernog pokreta. Međutim, zbog karaktera postmodernog stila, dizajn je asimilovan u konzumerističkom društvu u kome caruje tržišna ekonomija zasnovana na marketingu. Dizajn se drugim rečima pokazao kao dobar saveznik društva spektakla.

---

<sup>126</sup> Hal Foster, *Dizajn i zločin (i druge polemike)*, Biblioteka Ambrozija, Zagreb, 2006, 29.

<sup>127</sup> *Brend Style* je postupak dizajniranja u kome određeni dizajn sa svim svojim karakteristikama vrši referiranje na smog sebe, novi proizvodi koji nastaju kao posledica ovog postupka na tržištu se prepoznaju kao porodice ili familije dizajnerskih proizvoda. Ovakvi proizvodi imaju jasno određenu ciljnu grupu i vezanisu za određenu robnu marku čije ime prate tipičnim izgledom.

### 3.1. Dizajn po meri marketinga

Prema Almeriku De Angelisu<sup>128</sup> sedamdesete godine u svetu dizajna nalagale su proizvodnju umirujuće klime.<sup>129</sup> To stanje uslovljeno je težnjom ka društvu u kome se sve manje prostora pruža individualnoj inicijativi, i u kome se mnoge nadležnosti i brige pojedinca oduzimaju i preusmeravaju ka određenim centrima moći. U takvom sistemu, pomoću tehnike komunikacije, reklame i samoreklamiranja, stvara se dinamika tržišta koja samu sebe održava proizvodima koji nisu odraz potrebe pojedinca već izraz nametnutih želja. O potencijalu reklamne i samoreklamne vrednosti dizajna pisao je Dorfles, koji je zaključio da tipičan dizajn teži da istovremeno reklamira sebe preko proizvoda i proizvod preko sebe.<sup>130</sup> To je značilo da dizajn poseduje aspekt *simbolizma predstavljanja*, odnosno simboličkog elementa koji ima sposobnost isticanja karakteristika koje određeni predmet čini potrošaču, odnosno konzumentu zanimljivim i privlačnim. Upravo zbog toga jeste neophodno da se određeni dizajn predmeta često podvrgava procesu obnavljanja.

Način na koji je marketing odigrao ključnu ulogu u razvijanju ideologije konzumerističkog dizajna objasnio je Najdžel Vajtli.<sup>131</sup> Vajtli je ponudio okvir razumevanja odnosa marketing i dizajna, kao i uticaj marketinga na evoluciju konzumerističkog dizajna kroz razjašnjavanje fenomena stvaranja želja, *lifestyle-a*, internacionalizacije dizajna putem masmedija, zatim još veće ubrzavanje razvoja proizvoda, dvodimenzionalnost, poslušnost i odanost konzumerističkog dizajna kompanijama. Konzumeristički dizajn od tada pa do svoje sledeće evolutivne faze odgovaraće meri marketinga. Ovaj *tektonski pomak* predstavlja u svojoj osnovi verziju *industrije kulture*<sup>132</sup> koju su kritički analizirali Adorno i Horkhajmer. Izraz *kulturna industrija* označava sličnost između popularne zabave i masovne proizvodnje. Adorno i Horkhajmer su upozoravali na

---

<sup>128</sup> Almerico De Angelis, (1944–2005), italijanski kritičar, teoretičar dizajna, i profesor. Predano je radio na izgradnji kulture dizajna. Jedan je od osnivača Instituta za italijanski dizajn, umetnički direktor *Dais Neapolitan design*, 1992. godine osnovao je školu za dizajn sa Alessandrom Mendinijem. Bio je urednik časopisa *Mondo*. Predsednik *Camera Italiana per il Designi* i vođa kampanje za promociju dizajna DAA1. De Angelis je bio član međunarodnih žirija, uključujući "EUROPAN 5", *Biennale de cramikue contemporaine*, i dr.; 2000. godine, predsedavao je žirijem selekcije italijanskog dizajna *I.DoT*. Radio je kao profesor na *Politecnico di Milano*.

<sup>129</sup> Almerico De Angelis, *Metadizajn*, (1973), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 209–214.

<sup>130</sup> Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 62–63.

<sup>131</sup> Nigel Whiteley, *Dizajn po mjeri potrošača* (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 424–452.

<sup>132</sup> Teodor Adorno i Maks Horkhajmer, *Kulturna industrija*, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 66–99.*

to da bi proizvodnja kulturnih predmeta mogla biti distribuirana poput svakog drugog predmeta u kapitalističkom društvu. Ti predmeti su konzumirani na masovnom tržištu koje je pasivno zbog svog nekritičkog ukusa i načina prihvatanja kulturnih dobara. Na taj način publika se navodi da poveruje kako je kvalitet konzumiranih predmeta odraz uspešnog funkcionisanja države i njene političke ekonomije.

Pošto su prepoznale značaj marketing u poslovanju, kompanije su tokom sedamdesetih i osamdesetih, a u kontekstu političkih zbivanja, prihvatile ideje marketinga. Kompanije su tokom godina ne samo promenile izgled i svetonazor, nego i svoju ukupnu poslovnu politiku i organizacionu kulturu. Kao primere takvih kompanija Vajtli označava i prati razvoj kompanija Sony, Philips, Ford, John Deere i Baker Perkins, koje su oduševljeno prihvatili nove trendove. Proučavanjem trendova u kontekstu načina života, odnosno *lifestyle-a*, kompanija je mogla da predvidi želje potrošača i pre nego što su potrošači imali pojma da bi novi proizvod i poželeli. To je uticalo na razvoj komercijalnih veština kompanija, ali i važnosti uloge i evoluciju konzumerističkog dizajna u tom novom sistemu sticanja moći i kontrole na tržištu. Ove tendencije su bile podstaknute i od strane političkih činilaca, kako navodi Vajtli.<sup>133</sup> Tako je stvaranje novih želja, naspram zadovoljavanja stvarnih potreba potrošača, postalo preovlađujući razvojni pravac konzumerističkog dizajna za vreme osamdesetih godina.

Tokom osamdesetih, konzumeristički dizajn se postarao da životni stil predstavlja veću odrednicu ukusa nego bilo koja nacionalna ili regionalna karakteristika. Internacionalizacija kulture putem masovnih medija i povećanja rasta trgovine na starim i novim tržištima u svetskim razmerama doveli su do razvoja kompanija. Tehnološki razvoj je komunikaciju, prevoz i putovanja učinio pristupačnim osiromašenom mnoštvu. Ovakva vrsta povezivanja učinila je da zavodljiva privlačnost dizajniranih proizvoda bude dostupna skoro svima. U tom smislu estetika proizvoda sada predstavlja prevladavajuće sredstvo u privlačenju potrošača. Ideju da dizajn predstavlja sredstvo podražavanja potrošnje izneo je i Gaj Džulijer (Guy Julier), ali dopunjujući je stavom da je ideja potrošnje u stvari sredstvo pacifikacije, prisile i manipulacije masama. Naravno, ove konstatacije imaju svoje korene u stavovima koje su zauzeli pripadnici frankfurtske škole, tačnije

---

<sup>133</sup> Citati iz, Nigel Whiteley, Dizajn po mjeri potrošača (1993), 434.

Adorno i Horkhajmer. Džulijer je pojam savremenog potrošača video unutar neoliberalnih konzervativnih ideologija.<sup>134</sup>

Vajtli je prikazao kako konzumeristički dizajn nije nastao spontano iz preduzetničke kulture, već se razvio kao neizbežna posledica kapitalističkog društva i tržišne ekonomije. Konzumeristički dizajn je evoluirao, odnosno izvršio pomeranje i svoje veštine razvio u pravcu zadovoljenja želja. Ova vrsta dizajna postala je prevladavajuća kulturna i društvena norma s vrednostima koje su u velikoj meri više implicitne nego eksplicitne. Radi se o dizajnu kome potrošač nije pokretačka sila već marketing. Vajtli navodi da konzumeristički dizajn koji je sada evoluirao u dizajn po meri marketinga, ili *marketinški dizajn*, nije nudio nikakvu društveno-političku viziju. Probleme koji su bili očiti u to vreme, siromaštvo usred bogatstva, problemi manjinskih grupa, klasne podele, mali prihodi, nisu bili tema marketinškog dizajna. On nema potrebe da se bavim ovim problemima jer od njih nema profita.

Oslanjajući se na istraživanja korporacija, Vajtli navodi da su dizajneri po meri marketinga potpuno oslobođeni odnosa prema društvu:

*U velikoj meri, dizajneri nisu sramežljivi u biranju strane. Razgovori s dizajnerima iz konzultantskih tvrtki i rubrike pisama čitatelja u dizajnerskim časopisima puni su nesputanih i nepromišljenih ideoloških izjava o dizajnu i njegovoj ulozi u društvu. Zajednički argument dizajnera je da su interesi njihovih klijenata i interesi klijentovih klijenata identični: uspješan proizvod ili usluga zadovoljava korisnika koji kupuje, što pak zadovoljava tvrtku jer zahvaljujući tome ona ostaje profitabilna.<sup>135</sup>*

Vajtli objašnjava ovakve stavove time da dizajnerima po meri marketinga postavljanje suvislih pitanja može naškoditi u finansijskom smislu, te da takva pitanja oni smatraju krajnje političkim i ideološkim. Suprotni argument bi bio da je dizajn modernizma propao projekat i da sistem *u kome je dizajn sluškinja kapitalizma pobeđuje sve ostale alternative*. Svaki predmet dizajniran po meri marketinga deo je sistema, koji ima određenu privlačnost, ali je ujedno i destruktivan za okolinu i dovodi do društvenih podela.

---

<sup>134</sup> Guy Julier, *The Culture of Design*, Sage Publications, London, 2000, 47–65.

<sup>135</sup> Nigel Whiteley, *Dizajn po mjeri potrošača* (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Kričička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 448.

Dakle, marketinški dizajn je logičan nastavak konzumerističkog; prema tome svrha dizajna je sada postala usadjivanje želje potrošaču za posedovanjem. Drugim rečima, dizajn je postao oruđe unutar kompanije, pažljivo obrađeno. Ono što bitno je za temu ovog rada jeste da je tektonsko pomeranje dizajna označilo zapravo trijumf ideologije američkog stajlinga. Stajling se u evoluciji preoblikovao u konzumeristički dizajn, a zatim se do kraja osamdesetih godina razvio kao marketinški dizajn. Dizajn je predstavljan kao sveopšti lek za socijalne i privredne probleme društva. U istom periodu sedamdesetih i osamdesetih godina javile su se pukotine u polju dizajna, te se razvila kritika koja je razotkrila vrednosti i ideologiju potrošačkog društva. Razvila se nova ideologija na temeljima postmodernog duha, ali i u polju društvenih pokreta koji su se počeli pojavljivati početkom sedamdesetih godina dvadesetog veka.

### 3.2. Postmodernizam u dizajnu

Moderna je pored dva svetska rata, industrijalizacije, svih društvenih nejednakosti i problema koja je ona donela, uspela da preživi sve do sedamdesetih godina dvadesetog veka. Utopije modernizma nepovratno su počele da nestaju zajedno sa svim ideologijama kojima je otpočeo XX vek. Budućnost u koju je moderna gledala ostala je nevidljiva, a ideja modernizma je diskreditovana usled velikih društvenih nemira i neispunjenih snova. Moderna je težila tome da stvori bolji i lepši svet za sve ljude, ali vera je iščezla a iza nje su ostale dotrajale institucije i mehanizmi. Međutim, usled te ispražnjenosti počeli su da se javljaju novi načini života koji su tražili drugačije vizije krećući se višedimenzionalno. Vrsta novog pogleda i opšteg izmeštanja konteksta posmatranja sveta nazvana je postmodernizam. Teoretičarka Seleste Olalkiaga posmatra postmodernizam kao jedini mogući odgovor modernizmu usled istrošenosti ideja i sveprisutnosti kapitalizma. Problem zapravo leži u konstituciji samih bića, odnosno načinima kako se opaža svojstvenost, iskustveni putevi, žene i muškarci.<sup>136</sup> Kao najupadljivije osobine postmodernizma uočavaju se razočaranje u modernost, nostalgija za starim vremenima, melanholija, dekoracija – kič, eklekticizam, citatnost, probijanje granica, prostornih i vremenskih, subverzivnost, velika razmena dobara, menjanje političkih i etničkih granica, zbrka tela i električnih aparata.

U literaturi se ističe da su postmodernu teorijsku misao oblikovali Žan Fransoa Liotar, Žan Bodrijar i Frederik Džejmson. Svakako da nisu jedini, ali ovi teoretičari predstavljaju tvrdo jezgro postmoderne teorije. Liotara reč *post* upućuje na novi pravac nakon onog prethodnog. Iako ovako linearna hronološka odrednica jeste u srži moderna, Liotar samu definiciju *postmoderne* pronalazi u postmodernoj arhitekturi. Za njega se trivijalnost ideje *postmoderne* ogleda u padu poverenja u opšti progres čovečanstva, posebno definisanog u zapadnoj civilizaciji. Ta ideja o nužnom progresu ustalila se u sigurnosti da će razvoj umetnosti, tehnologija, spoznaje i sloboda biti koristan čitavom čovečanstvu. Liotar navodi da i ekonomski i politički liberalizam i različiti marksizmi su u dvadesetom veku navukli na sebe optužbu zločina protiv čovečanstva. Kao rezultat razočaranja u razvoj označava činjenicu da se on više ne može nazvati progresom. Za Liotara, *postmoderna* ne znači kretanje, odnosno ponavljanje, već proces analize, anamneze, analogije i

---

<sup>136</sup> Seleste Olalkiaga, Prolog za Megapolis, (1992), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 529–538.

anamorfoze, koji elaborira početni zaborav.<sup>137</sup> Postmoderno razdoblje je razdoblje sistematskog reda kao anarhističke sile, da je postmodernizam nestrukturisana i nekoherentna ideologija, nekada opisan kao revolucionarna, a nekad hedonistička.

Za dalje razumevanje teme bitan je odnos kapitalizma i postmodernizma koji objašnjava Olalkiaga. Ona ne potire njihovu očiglednu i intrističnu vezu, u čijem odnosu postmodernizam predstavlja pre valutu kapitalizma nego njegovu kulturnu logiku. Potrošnja dopušta ponovno upisivanje semiotičke vrednosti u robu, ona ne odriče posledice robnog fetišizma (fragmentacije i otuđenja subjektiviteta). Kako je kapitalizam u svojoj visokoj fazi doveo do robnog fetišizma, postmodernizam je kao određena vrsta reakcije okončala ovaj odnos i preuzela ga kao predmet svog diskursa, ne skrivajući ga iza koherentnog sistema značenja. Otvoreno i jasno, postmodernizam podržava potrošnju kao autonomnu praksu. Postmodernizam je uspeo da isprazni sva referentna značenja, te razbije koherentnost opšte prihvaćenog diskursa. Olalkiaga postmoderni zaštitni znak vidi u citatu, reciklaži, pastišu i simulaciji. Ovi znakovi su vidljivi u praksi nestajanja konvencionalnih granica između proizvodnje i potrošnje, kao i u samom načinu potrošnje koji elemente iskustva pretvara u pokretne tekstove koji se mogu lako transformisati. Olalkiaga povezuje postmoderno stanje sa visokom tehnologijom koja je izazvala zbrku između prostornih i vremenskih granica rušeći konvencije te stvorila saznanji prostor simulakruma. Simulakrum predstavlja pojam koji je uveo Bodrijar i koji označava potpuno osamostaljenje znakova u odnosu na stvarnost, označiocu u odnosu na označeno, stvara svet kopija bez originala i realnost stvarniju od stvarne. Prema Bodrijaru jedina stvarna realnost je realnost znakova.<sup>138</sup> Drugim rečima, stvarni svet više nije uočljiv jer ono što subjekti vide i znaju o stvarnom svetu jeste ono što im govore proizvedeni znakovi.

Dosta zbunjujuća, nedefinisana ideologija postmodernizma nije ništa manje konfuzna i u domenu dizajna. Razumevanju postmodernizma u dizajnu doprineo je i sam utemeljivač termina *postmodernizam* u arhitekturi – Čarl Dženks. On je termin preuzeo iz književnosti i primenio ga na kritiku moderne u polju arhitekture. Dženks u knjizi *Jezik postmoderne arhitekture* ističe da se zapravo radi o nekoj vrsti klasične obnove.<sup>139</sup> Ali ne misli na neoklasičnu obnovu kao s početka

---

<sup>137</sup> Jean-François Lyotard, *Postmoderna protumačena djeci: Pisma 1982–1985*, August Cesarec i Napred, Zagreb, 1990.

<sup>138</sup> Žan Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991.

<sup>139</sup> Čarls Dženks, *Jezik postmoderne arhitekture*, Biblioteka Zodijak, Beograd, 1985.

devetnaestog veka, već na jednu hibridnu, eklektičnu tvorevinu jezika (arhitekture) koja se bavi novim tehnologijama i teorijama. Ta tvorevina reaguje na društveno-teorijska usmerenja, pre svega na potrošačko društvo sa svim njegovim manama, eksploatacijom i bučnim simbolima, kao i na pluralizam. Za Dženksa postmoderna izrasta iz moderne i to u formi kritike. Dženks svoje teorije zasniva na semiotici i jeziku postmoderne (arhitekture), kao i na čitanju složenih metafora i značenja autora s jedne strane, dok s druge strane publika može prihvatiti poruke na potpuno drugi način.

Teorijsko ideološko uobličavanje dovelo je do kritike modernizma u dizajnu. Postmodernizam u dizajnu se pre svega definiše kao praktični i teorijski rezultat očiglednog sloma modernog pokreta, sloma ideologije modernizma koja se izopacila. Kako Grinhaldž navodi, postmodernizam je označio jednu novu stilsku i konceptualnu fazu. U dizajnu do kraja osamdesetih godina dolazi do pomeranja interesovanja sa geometrijske jednostavnosti na eklekticizam.<sup>140</sup> Džon Heskett sa druge strane definiše dva jasna trenda koja će se u okviru postmodernizma javiti. Prvi je povezan sa eklektičnim preobiljem često proizvoljnih formi koje nemaju neki poseban odnos sa funkcionalizmom. U suštini radi se o proizvodnoj semantici koja u velikoj meri počiva na lingvističkoj teoriji znakova i značenja. Za ovaj trend značenje dizajna je važnije od bilo koje praktične svrhe. Drugi trend razvio se pod uticajem novih tehnologija, poput informatičke tehnologije i fleksibilne proizvodnje koja otvara nove mogućnosti dizajniranja potpuno namenjenim malim specijalizovanim fragmentiranim tržištima. Dizajneri svoje metodologije zasnivaju na ponašanju korisnika, povezujući softver i hardver, delujući kao strateški planeri u dizajniranju složenih sistema.<sup>141</sup> Raspravu o postmoderni u dizajnu u tehnološkom trendu obrazlaže i Tom Mičel (Tom Mitchell) koji *proizvod* definiše kao fizički entitet iluzija mašinskog doba koji više ne može opstati u dobu koje počiva na informacijama i tehnologijama.<sup>142</sup> Umesto koncepta dizajna kao sredstva za proizvodnju stvari obrazovalo se shvatanje dizajna kao neprekidnog misaonog procesa bez upotrebe instrumenata, kreativnog čina u kome dizajneri, i svi drugi, mogu jednako učestvovati.

---

<sup>140</sup> Greenhalgh, Paul, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990, 10.

<sup>141</sup> John Heskett, Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna, (2002), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 527–537.

<sup>142</sup> Tom Mitchell, *The Products as Illusion* (1989), in John Thackara (ed.), *Design after Modernism: Beyond the Object*, Thames and Hudson, London, 1988, 208–206.



Postmodernizam u dizajnu označio je promenu mišljenja i sagledavanja sveta. Bonsiepe, na primer, uvodi termin *interfejs* (ili pristup, sučelje) u polje dizajna.<sup>143</sup> Za Bonsiepea interfejs predstavlja mesto ili deo uređaja preko koga se obavlja radnja između čoveka i mašine. Reč je o mestu na kome se sreću tri heterogena područja: telo, radnja, artefakt ili informacija u činu komunikacije. Ovde ne radi o materijalnom, reč je o dimenziji interakcije između tela, oruđa, i svrhovite radnje. To se ne odnosi samo na materijalne artefakte nego i na simboličke, na primer informacija u činu komunikacije. Radikalna kritika potrošačkog društva i otuđenja je tokom šezdesetih godina dala povoda za formiranje alternativnog dizajna, usmerenog ka novim proizvodnim kulturama i mogućnostima ostvarenja dizajna u planskim ekonomijama (ekonomijama socijalizma). Bonsiepe čini se žali što su politički procesi koji su se dešavali krajem osamdesetih godina (pad berlinskog zida, raspad SSSR-a, i tako dalje) dokrajčili ideju u kojoj će se dizajn razvijati u okviru planiranih ekonomija i u okviru koje će moći da materijalizuje kulturu koja se ne zasniva na potrošnji i korisnicima. Proizvodnu kulturu planskih ekonomija izbrisali su talasi široke potrošnje proizvedene u tržišnim ekonomijama. Iako su države podsticale dizajn došlo je do poteškoća integrisanja dizajna u industriju. Sedamdesete godine tehnologija je postala predmet rasprava (određenog broja dizajnera) te je američki konzumeristički, odnosno dizajn po meri marketinga, postao meta napada. U evropskim zemljama i zemljama Južne Amerike, potaknuta je diskusija o dizajnu u smislu sumnje njegove definicije koje je skovana u Sjedinjenim Državama. Za njih je učinak industrijalizacije simptom koji pokazuje raskorak između ideje i prakse. Bonsiepe ne isključuje politički aspekt ove rasprave jer upravo socijalni rascep koji se događa na svetskom nivou daje politički predznak. On ukazuje na ispolitiziranu i ideologijom obojenu raspravu o dizajnu u marginalnim zemljama, ali sa druge strane podvlači hipokritičku raspravu o dizajnu u Sjedinjenim Državama, koja na izgled nepolitički i prefinjeno zadržava nepristrasan stav te se čini naivnim ili ciničnim. Dizajn u naprednim zemljama često pokazuje ideološku neutralnost i proglašava kraj ideologije, a zapravo se prepušta masovnom hodočašću u hram američkog potrošačkog sna. Postmoderne ideologije dizajna se zapravo jasnije vide u zemljama drugog i trećeg sveta, u tom smislu da se one okreću nacionalnom, fragmentiranosti, kritici funkcionalizma, odnosno njegovoj karikaturi, te pitanjima dizajna kao kulturnog predmeta.

---

<sup>143</sup> Bui Bonsiepe, Dizajn: od materijalnog prema digitalnom i natrag, (1992), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 453–458.

Filozof medija Norbert Bolc (Norbert Bolz) je pomogao raspravi o postmodernom dizajnu, postavivši tezu da u kulturi postmodernizma nema pravila u okviru koje se radi o poigravanju mogućnostima. Za njega je dizajn tehnologija različitosti.<sup>144</sup> Dizajn u periodu postmodernizma funkcionira u polju odabira repertoara, jer se repertoar sada pokazuje kao veći nego ikada. Dizajn podstiče ljude da biraju i koriste nešto što je u ponudi te stoga mora pomoći da se ljudi oslobode straha od tehnologija. Prema tome dizajn teži sigurnosti i veri u svet, što ga postavlja više u domen religije a ne prosvećivanja.

*Baš kao u svetu trgovine i politike, danas takođe moramo zameniti razumevanje i, kad je u pitanju tehnička objektivnost, to prihvatiti. Korisnički interfejs samilosno skriva od nas logičku dubinu oruđa. Danas dizajn više nije svest o stvarima, nego prilagođenost korisniku. Prilagođenost korisniku je načelo autonomije dizajna.*<sup>145</sup>

U kritici interfejsa, on naglašava da je strukturalna kompleksnost tehnologija imala za potrebu osmišljavanja lakog korišćenja te dovela do teškog razumevanja sistema. Retorika prilagođenosti korisniku je retorika tehnologije koja opravdava neznanje, i daje korisniku iluziju sveta pre nego spoznaju sveta. Prema njemu emocije u tehnološkom svetu završavaju u praznini gde zapravo nastupa postmodernistička potrošnja. Drugim rečima, Bolc smatra da je postmoderni dizajn ide ruku pod ruku sa tehnologijama i osigurava prelaz međuljudske vrednosti u svet stvari i u svet potrošnje. Dizajn postaje više nego ikada prilagođen korisniku, što daje naznake da se zapravo postmoderni dizajn približio dizajnu po meri marketinga. Odnosno, industrije su brzo prepoznale potencijale postmodernih dizajnerskih pravaca koji su prvo bili kritika moderne a onda postali i podredili se masmedijskoj spektakularnoj kulturi. Dogodio se brak postmodernističke avangarde i masovnih medija koji je logičan jer je hiperkonzumeristički zahtev kapitalizma za novim zapravo potpuno ista potreba koja je pokrenula postmoderni dizajn.

Takve tendencije su možda još očiglednije u drugom trendu koji je definisao Hasket, a koji se zasniva na proizvodnoj semantici, odnosno osobenim sklonostima dizajnera. Drugi trend je usmeren kako na kritiku funkcionalizma, tako i na korisnički dizajn. Do krize dizajna sedamdesetih je došlo jer je došlo do krize funkcionalnosti, a funkcionalno uvek nosi kodeks. Dizajnu su često ugrađivana svojstva koja njemu nisu bliska: dizajn kao statusni simbol, dizajn

---

<sup>144</sup> Norbert Bolz, The Function of Design, *Designreport 4/01*, 2001, 104–106.

<sup>145</sup> Isto, 104.

kao pamćenje, dizajn kao investicija. Dizajn je oruđe, partner, igra, simbol samog sebe.<sup>146</sup> U evropskom kontekstu javlja se *fenomen antidizajna*, reč je o novom italijanskom dizajnu s početka sedamdesetih godina. Ovu grupu postmodernog dizajna obuhvata dizajner Ettore Sottsass (Ettore Sottsass) grupa Memphis, grupa Archigram i Superstudio.

Denegri objašnjava fenomen antidizajna i povezuje ga sa ekstremnim političkim pokretima.<sup>147</sup> U periodu početka sedamdesetih godina Italija je bila sredina u okviru koje je već bio ustaljen italijanski dizajn kao svetski fenomen. Kao neka vrsta reakcije na ove trendove, a unutar sociopolitičkog konteksta koji se kretao, sa jedne strane, od evrokomunizma pa sve do terorizma Crvenih brigada, a sa druge, do neokapitalizma, javile su se grupe Archizoom, Strum koje su imale ekstremne stavove antiprodukcije. Ideja jeste da se ne proizvoditi ništa, jer sve što se proizvodi, kakvo god bilo, kakvu god ideološku poziciju imali, automatski se uključujemo u proizvođačko-potrošački lanac i u lanac industrije koja je u rukama kapitala. Uspostavljena je teorijska i aktivistička delatnost koje je u dizajneru trebalo da probudi moralnu i političku odgovornost u odnosu na društvo u kome dizajnira. Denegri navodi da je to jedan od ključnih momenata u postmodernom dizajnu koji je doprineo obnovi društva u Italiji, u Evropi i u drugim sredinama, nakon Drugog svetskog rata. Ti autori su imali jako razvijeno autokritičko stanovište i počeli su da preispituju sopstveni položaj.

Fenomen antidizajna je korespondirao sa ideologijom ili ponašanjem koje je postojalo unutar ekstremnih grupacija i intelektualaca u Italiji. Ovde se najpre misli na dizajnere koji su sa terorizmom Crvenih brigada delili *ponašanje pokajništva* ili ono što se tada nazivalo *pentiti*. Ekstremizam je doveo ideju do kraja jer se ništa nije radilo samo su postojale iscrpljujuće rasprave, a kapitalizam je bio neuništiv i postojan, te uvidelo se da dizajn ne može da odigra prevratničku ulogu. Denegri navodi da su dizajneri antidizajna uvideli da tržište guta sve, a da su ideje antidizajna u takvom okruženju neodržive. Zatim je izvršena autokritika antidizajna, dizajneri su se vratili u svoje dotadašnje firme, ali tada sa izgrađenim autoritetom i pozicijom koja im je omogućila da zahtevaju i izbore drugačiji status i uslove rada. Recimo, Enzo Mari je radio za firmu *Danese*, Sottsass je osnovao svoju firmu *Sottsass Associati*. Tako su postmoderni dizajneri prošli ceo

---

<sup>146</sup> Almerico De Angelis, *Metadizajn*, (1973), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 209–214.

<sup>147</sup> Ješa Denegri, *Dizajn i ideologija: Diskusije o potrošačkom društvu, medijima i ekstenziji autonomne umetnosti u produktivnu praksu*, *New Media Kuda*, <http://www.kuda.org/en/node/2405>, ac. 20. 01. 2016 at 08.24 AM

jedan ciklus ponašanja – od toga da se osećaju najpre kao agenti industrije, potom kao pobunjenici protiv represivnog stanja, da bi na kraju postali pokajnici.

U postmodernom dizajnu su se preispitali i stavovi moderne prema dekoraciji i kiču. Do tada neprikosnovena vladavina *čiste linije* dovedena je u pitanje. Možda je prvi fitilj zapalio Venturi kada je Mis Van de Roovu parolu modernizma *Less is more*, doveo do besmisla postavljajući sopstvenu parolu *Less is bore*. Frančeska Alinovi (Francesca Alinovi 1948–1983) za sobom je ostavila važno razmatranje o dekoraciji i kiču. Alinovi je bila italijanska kritičarka koja je doslovno oblikovala novi duh postmoderne u Italiji. Ona je otvorila diskusiju i razmatranje o dekoru, ornamentu i kiču. Do tada je dekoracija bila povezana sa ukusom niže vrste, primitivne, narodne ili regresivne kulture. Suprotno takvim stavovima Alinovi je postavila tezu da dekoracija ukida dihotomije, ruši hijerarhije i postavlja valence umetnosti i neumetnosti, nove i tradicionalne zahteve, podstiče budućnost i zov prošlosti. Dekoracija i postmoderni dizajn direktno su spojeni sa masovnom kulturom i medijima, što se može i uvideti u najboljim primerima dizajniranih predmeta na primer Roberta Venturija ili Studio Alchimia (osnovana 1976. godine) na čijem se čelu našao Alesandro Gueriero (Alessandro Guerriero). Dekor je iskonski oblik umetnosti i kulture. Dekoracija je značila kič, ali kič je za Alinovi glavni i jedini vid savremene osećajnosti društva koje dolazi, koje se zasniva na kvantitetu, preterivanju, razbacivanju i brznoj potrošnji. Dekoracija se ukazuje upravo onakva kakva jeste, ona je providna – ona se dopada svima.<sup>148</sup> Drugim rečima, sve mane potrošačke kulture u svom tekstu Alinovi je postavila kao prednosti i time postmoderni dizajn spojila sa potrošnjom.

Kada se postmoderni dizajn uključi u polje konzumerističkog društva, u kojima caruje tržišna ekonomija zasnovana na marketingu, potrošaču i kapitalu, ne može da preživi. Ne zbog toga što je potisnut, već zbog toga što se njegova ideologija po prirodi izjednačava sa masovnom kulturom i postaje okosnica takvih tendencija. Postmoderni dizajn se jeste razvio na razočaranju u modernizam. Postmoderni dizajn se razvio u dva smera, jednom zasnovanom na novim tehnologijama, i drugom zasnovanom na povratku semiotici, dekoraciji ali i na spajanju ideologijama potrošačkog društva. Dizajneri postmoderne pristali su na kompromise. Poneseni masmedijima, masovnom i pop kulturom, veliki broj dizajnera ne samo da nije prkosio

---

<sup>148</sup> Francesca Alinovi, Povratak dekoraciji u umetnosti, arhitekturi i dizajnu, (1984), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 221–229.

otupljivanju već je plivao na tom talasu. Postmoderni dizajn nije utihnuo, već naprotiv pojavljuje se fragmentirano i traje kao i sama klima postmodernog duha i danas.

### 3.3. Brendirani dizajn

Bodrijar je sintagmu *ekstaza potrošnje* povezao sa dizajnom i ponašanjem ljudi, čime je odredio opseg i intenzitet dejstva upotrebnih proizvoda i slika u razvijenom kapitalizmu. U periodu osamdesetih i devedesetih godina dizajn se premestio u polje brendiranja proizvodnje i potrošnje. Dizajn je uz informatiku, turizam i industriju zabave do skoro krajnjih granica ispunio svet globalne potrošnje. Njegov karakter je počeo da odgovara globalnoj distribuciji i regulaciji kapitala.<sup>149</sup> Naomi Klajn (Naomi Klein) u tekstu *Novi brendirani svet* objašnjava kakvo je ustrojstvo i ideologija stvorena pojavom brenda.<sup>150</sup> Prema Klajnu, brend je osmišljen osamdesetih godina u okviru teorije menadžmenta i predstavlja ideju kako korporacije umesto proizvoda moraju pre svega da proizvode brendove. Zbog recesije osamdesetih godina mnoge svetske korporacije počele su da propadaju. Postale su preskupe, preopterećene i prevelike. Zaključeno je da je proizvodnja robe samo usputan deo poslovanja, zahvaljujući velikoj liberalizaciji tržišta i otvaranju istočnog sveta za zapadni kapital, omogućeno im je da njihove proizvode prave partneri u dalekim i jeftinim zemljama. Kada govori o brendu, Klajn zapravo govori o korporativnoj opsesnutosti profitom, novim načinima sticanja profita, osvajanja javnog i privatnog prostora, odnosno osvajanja svih prostora koje tržište još nije osvojilo. Prema tome brend predstavlja temeljno značenje savremene korporacije, a reklama jedan od posrednika saopštavanja svetu tog značenja.

Brend nastaje osamdesetih godina, kada je došlo do određivanja vrednosti koju brend dodaje proizvodu ili usluzi i njegove identifikacije s kompanijom. Došlo je do promene svetonazora kompanija u odnosu na sopstvene politike koje su se zasnivale na promociji proizvoda i marketingu proizvoda. Proizvod kao svet stvari polako nestaje. Početkom devedesetih došlo je do pada vrednosti kompanije koje su se oslanjale na svoje ime, ali ne zadugo. Krajem recesije osamdesetih, kompanije koje su izašle iz trenda opadanja bile su upravo one koje su svoju vrednosnu politiku zasnivale na brendu: *Nike, Apple, Body Shop, Calvin Klein, Disney, Levi's, Starbucks*. Tada se pokazalo kako je brend jači nego ikada, a sam čin brendiranja postao je žarište poslovanja kompanija. U devedesetim godinama, kompanijama proizvod postaje samo

---

<sup>149</sup> Miško Šuvaković, *Pojmovnik teorije umetnosti*, Orion Art, Beograd, 2011, 186.

<sup>150</sup> Naomi Klein, *Novi brendirani svijet*, (2000), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 505–519.

repromaterijal za proizvodnju brenda. Kompanije su brendirne utkale u srž svojih politika. Tada se uspostavila jasna ideja o tome šta je brend – brend je prodaja. Stara se paradigma držala toga da marketing prodaje, međutim prema novom modelu proizvod ostaje u drugom planu u odnosu na novi proizvod a to je brend. Brend predstavlja duhovnost, auru. Od tada korporacije se oslobađaju materijalnog sveta robe, proizvodnje i proizvoda kako bi delovale u jednoj posve drugoj sferi. Svako može proizvoditi robu, te se u odnosu na takve zaključke jednostavni poslovi proizvodnje daju partnerima čiji je zadatak da robu isporuče na vreme i u sklopu budžeta. Te partnere korporacije pronalaze u zemljama Trećeg sveta gde je rad jeftin, zakoni fleksibilni, poreske olakšice sjajne. Za to vreme korporacije se usredsređuju na pravi biznis, kreiranje korporativne mitologije snažne da tim proizvodima dodaju značenje svog imena. U tom kontekstu proizvod postaje bilo šta, muzika, venčanice, avionske linije, napici, hrana, finansijske usluge, pa i sama politika.

Razvoj brenda u kontekstu dizajna dolazi do pojave takozvanog *brend style*-a. Ovaj stil definisali su Oskar Parson i Dirk Snelders<sup>151</sup> Nova vrsta interesovanja kompanija za brend usmerila je dizajn na razmišljanje o brendu ali u kome se kao i ranije isključuje svaka vrsta promišljanja dizajna kao društveno odgovorno političke delatnosti. Dizajn i dalje ostaje u okvirima korporacijsko-tržišnog političkog delovanja. *Brend style* je u tesnoj vezi sa komercijalnom masprodukcijom i deluje u polju politika korporacija u tržišnoj ekonomiji. Novi razvoj dizajna koji takoreći prelazi u kratkom roku iz oblasti marketing u oblast brenda karakteriše istraživanje novih konceptualnih okvira koji odvajaju produkciju brenda od recepcije na tržištu. Primer je Epl (Apple) i Mek (Mac). Kada je lansiran, Eplovi dizajneri, pre svega glavni dizajner Džonatan Ajv (Jonathan Ive) dao mu je izgled koji je označavao novu generaciju. Ovaj izgled se kasnije proširio i na druge proizvode (kao na primer iBook), u cilju kako bi iskoristili pozitivne konotacije koje su išle zajedno sa prijemom na tržištu. *Brend Style* postao je jasan i prepoznatljiv kao estetska linija i linija vrednosti. Označava stanje kada sam dizajn sa svim svojim karakteristikama vrši referiranje na samog sebe i može biti prepoznat na tržištu kao veza čitave porodice proizvoda. Ovaj stil komunicira sa određenim target grupama na tržištu, izučavajući samu recepciju. Dizajneri ostaju verni originalnom dizajnu ali na njega nadograđuju nove *brend style* reference. U literatu

---

<sup>151</sup> Oscar Person and Dirk Snelders, Brand Styles in Commercial Design, *Design Issues*, Vol 26, No.1, 2010, 82–94.

naznačene su sile koje utiču na sam *brend style*, a iznad su i samih dizajnera: tehnološki napredak i tržišno rivalstvo (moda).

Ovaj stil je do krajnjih granica doveo eksploataciju dizajna u smislu ekstaze potrošnje i krajnje fetišizacije proizvoda. Takvo rabljenje veština prepoznalo je tridesetak grafičkih dizajnera koji su potpisali *First Things First 2000 a design manifesto* – manifest grafičkih dizajnera. Oni su pozvali ukupnu dizajnersku zajednicu da se trgne i odbaci vrednosti koje im nameću politike velikih korporacija i vlasti. Smatrali su da dizajn nikako ne sme sebi dopustiti da promovise korporacije ili brendove koji su štetni za društvo i okolinu. U manifestu se napominje i sledeće:

*Dizajneri koji posvećuju svoje napore prvenstveno oglašavanju, marketingu i razvoju brenda podržavaju, i implicitno odobravaju, mentalno okruženje, tako zasićeno komercijalnim porukama da se menja sam način kako građanin-potrošač govori, misli, osećaja, odgovora i vrši interakciju. (...) Ekološka, socijalna i kulturna kriza bez presedana traži našu pažnju (...) Predlažemo postavljanje prioriteta koji će biti korišćeni, kao i postavljanje trajnih i demokratskih oblika komunikacije – pomeranje mišljenja od marketinga prema istraživanju, kao i u proizvodnji nove vrste značenja.<sup>152</sup>*

Manifest iz 1999. godine objavljen i preveden na nekoliko jezika u časopisima *Adbusters* (Kanada), *Emigre* (Issue 51), *AIGA Journal of Graphic Design* (Sjedinjene Države), *Eye magazine* no. 33 vol. 8, Autumn 1999, *Blueprint* (Ujedinjeno kraljevstvo) i *Items* (Holandija), nova je verzija manifesta *First Things First* iz 1964. godine koju je napisao britanski dizajner Ken Garland. Novi manifest obnovio je stare ideje ali u novom brendiranom društvenom kontekstu. Briga ovih dizajnera pre svega se odnosi na dve stvari. Prvo, oni pokazuju brigu za društvo u celini koje je pod velikim uticajem komercijalnih slika. Drugo, ovi dizajneri su uočili da realnost i svi oni koji žive i rade u sferi reprezentacija i dvodimenzionalnih pojava jesu se izmestili ka površini interfejsa. Ako misleće osobe imaju odgovornost da profilišu tehnološko nagovaranje, onda dizajner kao obučeni profesionalac i korisnik ovih tehnologija, nosi duplu odgovornost. Ne samo za proizvod nego i za društvo uopšte.

Postavlja se pitanje kakve su šanse dizajna u poretku brenda i sistemu privatnog ili korporacijskog kapitalizma? Ovo pitanje je vrlo problematično jer pravog odgovora na te trendove nema. Pokazalo

---

<sup>152</sup> *First Things First 2000 a design manifesto*, *Adbusters magazine*, 1999, <http://www.emigre.com/EMag.php?issue=51>, ac. 20. 01. 2016 at 11.44. AM



sa da skoro svaki alternativni oblik dizajna, alternativni u odnosu na dizajnersku liniju brend stila, ne daje nikakve rezultate, već se na kraju uvek potpadne pod uticaj korporativnog kapitalizma. Krstaški pohodi koje s vremena na vreme dizajnerska praksa najavljuje na područja loših društvenih praksi ostaje uvek iluzija. Takav je bio slučaj i sa pomenutim manifestom. Manifesti koji imaju bledu revolucionarnu obojenost s jedne strane, a koketiraju sa velikim kapitalom s druge strane nisu se pokazali kao učinkoviti ma koja velika imena dizajnerske prakse stala iza nje njega. U tom slučaju dodatno deluje paradoksalno i donekle ironično činjenica da su oni koji najviše održavaju sistem kakvim jeste ujedno pokušavaju da ga obore. Njihovi ideološki programi uglavnom ostaju, ne samo bez kontura, već i bez skeleta, bez jake teorijske podloge zasnovane u praksi. Ne bi bilo fer okrivljavati dizajnere; svakako su njihove moralne iskre za pohvalu, ali tu nema nikakvog konkretnog društvenog oslonca. Tačno je da su zahtevi koje iznose dizajneri moralni i valjani, te da ih treba uvažiti, ali objektivna teškoća je u tome koliko i kako je moguće u određenom istorijskom periodu i okolnostima voditi računa o svim činiocima ekonomskog poretka i osigurati razvoj na ispravan način.

### 3.4. Dizajn u eri digitalne revolucije

Prikaz razvoja ideologija pokazao je da se ne može govoriti o podeli dizajna na hronološki sled pokreta, stilova i ideologija. Pre se može govoriti o slojevitom procesu u kome svaki novi sloj propušta one slojeve koji mu prethode. Reč je zapravo o procesu akumulacije ili nagomilavanja i dinamičke interakcije u kojoj svaka nova faza menja značenje i funkciju one prethodne. U savremenom dizajnu, u novoj epohi digitalnih tehnologija i informatike, menjaju se načini na koji se stvari i usluge kreiraju i proizvode, odnosno načini na koje staro nadopunjuje novo. Savremeni dizajn, čini se, postao je dominantna delatnost oblikovanja i kontrole materijalnog prostora. Kako Hasket navodi, dizajn se na prelazu dvadesetog u dvadeset prvi vek razvio u široki opseg prakse i terminologije što jednoj opštoj analizi dodaje zbrku.<sup>153</sup> Previše je, čini se, dizajnerskih praksi – zanatski dizajn, industrijski dizajn, komercijalna umetnost, inženjerski dizajn, produkt dizajn, modni dizajn, grafički dizajn, dizajn vizuelnih komunikacija, interaktivni dizajn, sveobuhvatni dizajn, eko-dizajn, scenski dizajn, arhitektura i urbanizam kao dizajn, dizajn izložbi, i tako dalje. Čini se da je svakim danom sve više vrsta dizajnerskih praksi, a da se pri tom ne govori o jednom jedinstvenom opšte prihvaćenom konceptu.

Teoretičar Hal Foster je jedna od svojih najznačajnijih razmatranja o dizajnu prikazao u tekstu *ABCs of Contemporary Design*,<sup>154</sup> objavljenog u *October*-u. *ABCs of Contemporary Design* predstavlja problematizaciju funkcija dizajna u savremenom društvenom kontekstu. Srž Fosterovog kritičkog promišljanja leži u tvrdnji da savremeni dizajn predstavlja savršeno kolo proizvodnje i potrošnje. Ovim tekstom provejava ton kome referenca postaje politika i to u vidu marksističkog čitanja. U tom svetlu ne libi se da jasno iskaže svoje neslaganje sa onim dizajnerima i arhitektama koje vidi kao uzrok ili kao posledicu sistema u kome dizajn funkcioniše. Na primer, pri objašnjavanju termina *spectacle*, Foster jasno ukazuje na problem spektakularizacije arhitekture na primeru Bilbao-Efekta, koji je proizvela građevina Frenka Gerija – Muzeja Gughajm. Tom prilikom on arhitekturu jasno postavlja u novi kulturni diskurs, i naglašava da je došlo do inflacije dizajna u svim poljima – modi, biznisu, umetnosti. Time se pravi senzacija u

---

<sup>153</sup>John Heskett, Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna, (2002), u Feđa Vukić (ed.), Teorija i povijest dizajna: kritička antologija, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 528.

<sup>154</sup>Hal Fostera, *ABCs of Contemporary Design*, *October*, 2002, 191–199.

polju kulture, a Gerija označava kao predvodnika ovakvih dizajnerskih tokova. Ni ne čudi postojanje takvih dizajnerskih praksi i njihovih uspeha jer se javljaju u društvu spektakla; kapital akumulira do tačke kada postaje slika. U slučaju Gerija, slika akumulira do tačke kada postaje grad. Foster se takođe osvrće na promenu ekonomije i opisuje je kao post-fodističku, u kojoj kapital cveta još više u potrazi za jeftinim radnom snagom, finansijskom deregulacijom i novim tržištima. Savremeni trenutak jeste onaj gde su očekivanja dramatično opala i u kojima se radnička klasa prepušta spektaklu i sama radi protiv svojih interesa. U ovakvoj postavci dizajn pronalazi svoje mesto i od pomoćnog oruđa kapitala prerasta i sam kapital težeći da preuzme poluge upravljanja. On odgovore pronalazi u spektakularizaciji društva, odnosno društvu spektakla.

Hal Foster u knjizi *Dizajn i zločin*<sup>155</sup> razmatra političku ekonomiju dizajna, propituje marketing kulturu i pitanja identiteta, razmatra ulogu spektakla u dizajnu, kao i uspon savremenih urbanih celina. Zapravo, reč je o delu u okviru koga se razmatraju uslovi kritike savremenog dizajna. Foster iznosi tezu da se dizajn od početka do danas razvio u kulturu biznisa i oruđe sveobuhvatnog globalnog tržišta. U savremenom svetu nastupilo okrupnjavanje, marketing, finansiranje i branding. Prema njemu, postmodernizam je bio pokušaj da se kultura otvori prema još većem broju ljudi. Međutim, kao rezultat ta demokratizacija kulture dovela je do spajanja visoke i niske kulture, u takvom poretku dizajn je preplavio tržište. Dizajn je postao elastična kategorija, a sam dizajn pojam koji se podrazumeva. U savremenom vremenu, vremenu dot.kapitalizma, kako ga Foster naziva, ako se ne načini ime brenda ili *buzzword*, ne može se dugo opstati na tržištu. Foster se osvrće na staru raspravu estetskog i upotrebnog i zaključuje kako su danas ti pojmovi ne samo pobrkani već:

*(...) i gotovo utopljeni u komercijalno, i čini se da se sve – ne samo arhitektonski projekti i umetničke izložbe nego i sve od traperica i do gena – smatra dizajniranjem. Nakon vrhunca dizajnera secesije, junak modernizma bio je umetnik-kao-inženjer ili autor-kao-proizvođač, ali taj lik oborio je industrijski poredak koji ga je podržavao, i u našem konzumerističkom svetu ponovo vlada dizajner. (...) U savremenom dizajnu nema takvog otpora: on (dizajner) uživa u postindustrijskim tehnologijama i radosno žrtvuje poluautonomiju arhitekture i umetnosti manipulacijama dizajnom. Štoviše, vladavina*

---

<sup>155</sup> Hal Foster, *Dizajn i zločin (i druge polemike)*, Biblioteka Ambrozija, Zagreb, 2006.

*dizajnera još je šira nego pre: ona se proteže na različite firme (od Marte Stjuart do Microsofta) i prodire u različite društvene skupine.<sup>156</sup>*

Ovaj svet totalnog dizajna nije nov, stapanje estetike i upotrebe javlja se još u bauhausu. Ako je prva industrijska revolucija pripremila teren za političku ekonomiju, racionalnu teoriju materijalne proizvodnje, onda je druga industrijska revolucija proširila sistem. Žudnja se danas u proizvodima ne samo beleži nego se u njima i specifikuje. Dizajn je naduvan jer ambalaža gotovo u potpunosti zamenjuje proizvod. Brend je postao proizvod. Foster smatra da je razlog za inflaciju dizajna veća važnost medijske industrije za ekonomiju. Preusmeravanjem ekonomije na digitalizaciju i računare, pri čemu se proizvod više ne smatra predmetom koji treba proizvesti nego podacima za manipulaciju. Prema tome, savremeni dizajn deo je široke potvrde koju kapitalizam prenosi postmodernizmu – potvrde njegovih zaokruživanja umetnosti i struka, rutinizacije, transgresija. Njegova funkcija, kaže Foster, ponekada postaje represivna, a nekad umrtvljujuća. Jasno je da dizajn danas vraća u totalni sistem savremenog konzumerizma. Sve u dizajnu je žudnja, ali se ta žudnja u savremenom svetu potpuno otela kontroli i bezsubjektivna pokreće novu vrstu narcizma, onu koja se svodi na sliku bez suštine – apotezu subjekta koji je i svoj potencijalni nestanak. Dakle, danas je dizajn sve i sve je dizajn. Total dizajn prodire u najfinije pore svakodnevnog života i svojom interdisciplinarnom, masmedijskom, konzumerističkom politikom u sferi tržišne ekonomije uz pomoć digitalnih tehnologija dolazi do svakoga i simulira realnost onakvu kakva odgovara kontroli moći većih.

---

<sup>156</sup> Ibid, 29.

#### 4. IDEOLOGIJA I INSTITUCIJE DIZAJNA

Kada je reč o dizajnu i politici, deluje kao da se radi o dve potpuno različite delatnosti, dve delatnosti koje postoje u ograničenim kulturnim miljeima i ostvaruju se u odvojenim sredinama. Drugim rečima, ove dve svakodnevne prakse deluju kao odvojene oblasti, kao dva različita sveta. Reč je o dva različita diskursa, u kojima ljudi ne govore istim jezikom pri čemu se čini da postoji izvesna ravnodušnost, nezainteresovanost prvog za drugi svet. Kako dolazi do ove odvojenosti? Prvi razlog je svakako podela rada gde su pojedinci prinuđeni da se specijalizuju prema različitim oblastima, ovakve podele se ne odnose samo na dizajn i politiku. Obe ove delatnosti su institucionalizovane, dakle deluju kao samostalne, specifične organizacije ljudi, a sređene su po izvesnim normama prema kojima se pojedinci, pripadnici upravljaju. U institucijama se izvodi usvajanje, poistovećavanje, ozakonjenje, potvrđivanje.

Razumevanje i shvatanje ovih odnosa ponudila je marksistička teorija Luja Altisera. Altiser je sedamdesetih godina ponudio teorijske koncepte za razumevanje odnosa društvene strukture, ideologije i institucija na osnovu strukturalističke interpretacije marksizma. On je učinio zaokret koristeći temu reprodukcije proizvodnih odnosa, odnosno otkrio nameru i svrhu institucija uključivši ih u strukturu društvene celine, a sam pojam institucija doveo u vezu sa pojmom ideologije. Prema Altiseru za razumevanje društvene strukture potrebno je razumeti njen sadržaj. U njoj se prepoznaju dva nivoa: juridičko-politički (pravo i Država) i ideologija (različite ideologije, religiozna, moralna, politička ...). Politika se javlja u oba nivoa. Na prvom nivou Države deluje aparat prinude, kako ga Altiser naziva državni (ugnjetački) aparat, kome je cilj da održava red, odnosno da obezbedi vladavinu vladajuće klase (policija, vojska itd.). Na drugom nivou stoji ideologija. Ideologija je ranije u tekstu često pomenuta. Altiser nudi shvatanje ideologije kao prodirućeg sistema ideja čija je funkcija da ljudima onemogućuje uspostavljanje direktnog odnosa sa stvarnošću, već da tim odnosom posreduje ideološkim diskursom na imaginaran način. Ideologija se zasniva na predstavama slikama, idejama, mitovima, pojmovima, te utiče na formiranje društvenih stavova ljudi kao i formiranje društvenih subjekata. Drugim rečima, Altiser se bavi ideologijom vladajuće klase koja je jedna i podeljena na sektore u kojoj se uočavaju različiti aparati, odnosno dispozitivi preko kojih ideologija dolazi do izražaja. Moć Države se tako prostire na oba nivoa obezbeđujući onima koji vladaju ostajanje na vlasti, ne samo

spvođenjem jednog aparata (ugnjetačkog), već i putem ideoloških aparata koji služe ubeđivanu.<sup>157</sup>

Altiser ovu drugu vrstu aparata naziva *državni ideološki aparat*. Državni ideološki aparati predstavljaju se, prema Altiseru, u obliku specijalizovanih i različitih institucija. On razlikuje osam takvih institucija:

*Predlažemo empiričku listu koja će očigledno morati biti detaljno ispitana, testirana, ispravljena i reorganizovana. Sa svim rezervacijama koje implicira ovaj zahtev, možemo za sada smatrati sledeće institucije državnim ideološkim aparatima (redosled nije od posebnog značaja): - religijski DIA (sistem raznih crkvi), - obrazovni DIA (sistem raznih „škola“, javnih i privatnih), - porodični DIA, - pravni DIA, - politički DIA (politički sistem, uključujući razne partije), - sindikalni DIA, - informacioni DIA (štampa, radio i televizija itd), - kulturni DIA (književnost, lepe umetnosti, sport itd).<sup>158</sup>*

Za ovaj rad je pre svega važna *institucija*. Ne treba smetnuti sa uma ideološki doprinos dizajnerskom delovanju, što se moglo uvideti kroz pređašnju interpretaciju dizajnerskih teorijskih ideoloških stavova. Zbog toga je potrebno dodatno razjasniti pojam ideologije kako bi uloga dizajna u državno-društvenim institucijama bila jasnija. Dakle, za Altisera ideologija se nalazi na nivou institucije. Ona se konkretizuje u ideološke forme, ona je sveprisutna i svestremena. Ideologija je zamišljena predstava stvarnog sveta u kojoj ljudi sebi predstavljaju u zamišljenom obliku uslove svojih stvarnih postojanja. Javlja se podvojenost između dizajna i politike kao institucija. Institucije su i same ideološki aparati. U okviru njih se stvaraju sektori društvene stvarnosti koji pružaju priliku za specijalizovani rad u praksi kojim se obrazuje posebna stvarnost. Altiser je u marksističku teoriju uneo neke novine, u odnosu na svoje prethodnike koji su smatrali da je Država istina i svrha građanskog društva, on smatra da stvarnu moć ima vladajuća klasa, s obzirom na položaj koji joj je određen u strukturi društva kao celine, koju određuju proizvodni odnosi.<sup>159</sup>

---

<sup>157</sup> Luj Altiser, *Ideologija i državni ideološki aparat*, Karpos, Beograd, 2009.

<sup>158</sup> Ibid, 28.

<sup>159</sup> Ibid, 32.

Prateći Altiserovu logiku definicije državnih ideoloških aparata odnosno institucija može se zaključiti da svi državni ideološki aparati daju isti rezultat – reprodukciju proizvodnih odnosa, to jest, kapitalističkih odnosa eksploatacije:

*Svaki od njih doprinosi ovom rezultatu na sebi svojstven način. Politički aparat putem potčinjavanja individue političkoj državnoj ideologiji, „indirektnom“ (parlamentarnom) ili „direktnom“ (plebiscitarnom ili fašističkom) „demokratskom“ ideologijom. Aparat informisanja putem zatrpavanja svakog „građanina“ dnevnim dozama nacionalizma, šovinizma, liberalizma, moralizma itd, putem štampe, radija i televizije. Isto važi i za kulturni aparat (...) Ovim koncertom dominira jedna partitura koju povremeno narušavaju kontradikcije (ostaci prethodnih vladajućih klasa, proletarijat i njegove organizacije): partitura ideologije trenutne vladajuće klase koja integriše u svoju muziku velike teme humanizma velikih predaka, koji su stvorili grčko čudo čak i pre hrišćanstva, a potom slavu Rima, večnog grada, i teme interesa, posebnog i opšteg itd, nacionalizam, moralizam i ekonomizam.<sup>160</sup>*

Institucionalizacija dizajna odvijala se postepeno. Dizajn je postao pojam jer mu je dat društveni značaj i standard, ili se sam za njega izborio. Na primer, Herbert Rid ističe:

*(...) potreba šireg priznavanje umetnosti (dizajna) kao biološke funkcije, i konstruktivno planiranje načina života (...) na svim nivoima potreban nam je apstraktni umetnik, umetnik koji materijale slaže sve dok oni ne ujedine najveći stupanj praktične ekonomičnosti s najvećom merom duhovne slobode.<sup>161</sup>*

Dizajn je u kasnijim godinama, kako je pokazano, postao pojam jer se njegova praksa, njegovi pripadnici i proizvodi potvrdili i dokazali kao izuzetni i potrebni. Danas se može reći da je dizajnerska oblast relativno određena i organizovana tako da se u njoj mogu zapaziti svi oni elementi koje je Altiser definisao kao elementi institucije.

Kroz analizu razvoja dizajna i njegove ideologije nesumnjivo je da da je izgradnja i održavanje takve institucije u kapitalizmu bilo uslovljeno trkom za profitom, ali i političkim interesima, koji su na kraju zajedno povezani. Međutim, dizajn je razmišljao o sebi i sebe je želeo i želi pretvoriti u samostalnu instituciju. Dizajn se organizovao prvo oko ideje spoja lepog i

---

<sup>160</sup> Ibid, 43.

<sup>161</sup> Herbert Read, *Art and Industry – The Principles of Industrial Design*, Horizon Press, New York, 1961, 5.

funkcionalnog za okruženje, za društvo. Uočava se da je vladajuća klasa u polju državne i ekonomske uprave, vrednost koju je dizajn sobom doneo umela da ceni. Dizajnerska institucionalizacija je tražila samostalnost u odlučivanju o ukusu, i borila se za dostojanstvo. Vladajuća klasa je istovremeno u institucionalizaciji dizajna pronašla potvrdu sopstvenog ugleda i izvor profita. U toj činjenici dokazuje se jedinstvenost društva, ali i celokupne kulture i razvoja. U njoj objedinjenosti svakako treba računati ne na izričitu podeljenost ovih delatnosti, institucija dizajna i politike već upravo suprotno, one se mogu interferisati jer institucije nisu samo sistemi raznih poteza, nego su društvene realnosti koje natkrivaju pojedince u njihovom svakodnevnom životu.

Najdirektnije povezivanje sa politikom, odnosno državom, dizajn je zapravo imao preko formiranja raznih i faktičkih državnih dizajnerskih institucija u vidu saveta i agencija, kojima je uglavnom bio cilj delovanje sa društvenog, kulturnog, političkog i ekonomskog stajališta. Najizraženija tendencija osnivanja državnih dizajnerskih institucija osetila se posle Drugog svetskog rata. Meštović navodi da je zapadni svet pokušao odmah nakon rata zaustaviti društvene promene i napredovanje socijalizma kao svetskog procesa. Maršalov plan sa gotovo dvanaest milijardi američkih dolara u vidu kredita stvorio je snažnu ekonomsku podlogu vojno-političkoj koncepciji suzbijanja međunarodnog komunizma i trajno je vezao deo sveta za američke geopolitičke interese. Sa druge strane, sovjetska zamena socijalističkih principa tradicionalnim oblikom konflikta među državama, doprinela je da se velikodržavana politika i postupci SSSR-a tumače na Zapadu kao ideološki interes socijalizma. Tek je političkim promenama 1956. godine i promenom kursa, odnosno objavljivanjem politike koegzistencije sa zemljama Zapada omogućeno slobodnije delovanje leve u zemljama zapada. Međutim, one više nisu bile u stanju da utiču, a ni danas, na karakter društvenih odnosa. Osnivanjem Evropske zajednice, koja će kasnije postati Evropska unija, 1957. godine, započela je viša faza zapadno-evropske integracije koju je oslikavala oslobađanje suprotnosti nacionalnih interesa i jačanje atlantske strukture kao sastavnog dela američkog globalnog delovanja.<sup>162</sup>

U isto vreme u političko-ekonomskim krugovima država raste interesovanje za dizajn kao potencijalno sredstvo osvajanja novih tržišta. Dizajn kao sredstvo prepoznale su brojne vlade uspostavljajući državne dizajnerske institucije kojima je bila svrha da promovišu vrednosti dizajna

---

<sup>162</sup> Meštović, Matko, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 100.



industriji i javnosti. Kako Meštrović navodi, moderne tehnike upravljanja Zapadna Evropa, a ni SSSR, nisu poznali. Nisu poznavali ni upravljanje dizajnom. U svrhu spoznaje i upoznavanja upravljanja dizajnom Organizacija za evropsku ekonomsku saradnju (Organisation for European Economic Co-operation – OEEC) 1955. godine uputila je posebnu misiju u Sjedinjene Države sa zadatkom da izuči funkciju, organizaciju i metode dizajna, te da njega populariše u naučnim, tehničkim i industrijskim krugovima. Opširni izveštaj misije sadrži uvid u sve aspekte organizacije i prakse američkog dizajna, završava zaključkom:

*(...) premda je teško utvrditi u kojoj meri industrijski dizajner doprinosi povećanoj produktivnosti, nema sumnje da je ispunio prazninu između inženjerstva i prodaje, i to upravo zato što uzima u obzir činjenice koje su izvan sposobnosti i inženjera i prodavača – estetiku i ergonomiju.<sup>163</sup>*

Pored državnih dizajnerskih institucija nastajala su i strukovna udruženja koja su podsticala zanatstvo i umetnost u industriji, nastojala dobiti priznanja ekonomske važnosti dizajna u podizvođačkoj industriji, i priznanja same dizajnerske profesije u društvu. Među najuspešnijim nacionalnim strukovnim udruženjima našla su se i bila *Svenska Slodforinengen* (Švedsko društvo za industrijski dizajn, 1845), Finsko društvo za zanatstvo i dizajn (1879), *Art Workers' Guild* (Esnaf umetničkih zanata, Velika Britanija, 1884), *Arts and Crafts Exhibition Society* (Društvo za umetničke i zanatske izložbe, Velika Britanija, 1888), *Magyar Iparművészeti Társulat* (Mađarsko društvo za dekorativnu umetnost, 1885), Poljsko društvo primenjenih umetnosti (1901), *Nederlandsche Vereeniging voor Ambachts en Nijverheidskunst* (Holandsko udruženje za zanatstvo i industrijske umetnosti), Dansko društvo za umetnost i zanatstvo i industrijski dizajn (1907), *National Alliance of Art and Industry* (Nacionalni savez za umetnost i dizajn, Sjedinjene Države, 1912), *Deutscher Werkbund* (Nemačka, 1907), kao i *British Design and Industries Association – DIA* (Britansko društvo za dizajn i industrije, 1915).<sup>164</sup>

Dugogodišnje delovanje ovih udruženja skrenulo je pažnju na značaj i važnost dizajna, te su mnoge vlade osetile potrebu i ustanovile dizajnerske institucije u vidu agencija, saveta, kancelarija. Možda najvažnija od takvih državnih aparata, institucija bio je *Council of Industrial Design – COID* (Savet za industrijski dizajn, 1914), osnovan u Londonu sa ciljem da stoji na usluzi

---

<sup>163</sup> Ibid, 98.

<sup>164</sup> Jonathan M. Woodham, *Twentieth Century Design*, Oxford University Press, Oxford New York, 1997, 165.

pretpostavljenom posleratnom izvoznom uzletu. Cilj ove organizacije bio je da promoviše kvalitetan dizajn u industriji, prenosi dizajnerske preporuke i informacije proizvođačima, vladinim sektorima i drugim zainteresovanim partijama, zatim da organizuje izložbe dizajna i pruža savete o edukaciji dizajnera, kao i da edukuje javnost o važnosti kvalitetnog dizajna. COID je te aktivnosti i obavljao organizujući konferencije, izložbe, opremajući izložbene prostore, izdavao knjige, osnovao biblioteku, informacijske službe, davao savete, kao i izdavao vlastiti časopis *Design*. COID je posle Drugog svetskog rata odigrao značajnu ulogu u posleratnoj obnovi Britanije, u velikom zamahu planiranja celokupne nacionalne privrede, modernizacije industrije i programa izgradnje dvadesetak novih gradova (New Town Act, 1946). Ovakvim delovanjem stvoren je prototip državnih institucija koja će poslužiti kao uzor, na više ili manje efikasan način i drugim državama sa zapada i istoka.<sup>165</sup> Ubrzo zahvaljujući delovanjem Saveta, upravljanje dizajnom u Britaniji postalo je predmet interesa i brige upravnih odbora u proizvodnim firmama robe široke potrošnje, a zatim postepeno prošireno i na područje potrošnih dobara. Visoki standardi kvalitetnog dizajna postali su nezaobilazni u gradnji i opremanju aerodroma, stanica, bolnica, škola, univerziteta, hotela, brodova i svega drugoga što je činilo proizvod od državnog značaja. U kasnijim godinama COID je imao podršku države, kao na primer poznata dizajnerska inicijativa konzervativne vlade Margaret Tačer tokom osamdesetih godina. 1972. godine COID je preimenovan u *Design Council* čiji je cilj bio da poboljšava dizajn u svim sektorima britanske industrije. Godine 1994. *Design Council* je doživeo dramatične rezove, koji su rezultirali zatvaranjem regionalnih filijala što je dovelo do potpune promene njegove uloge. 2011. godine Savet se spojio sa vladinom Agencijom za izgradnju i planiranje okoline, te su njegovi ciljevi evoluirali prema poboljšanju života ljudi, rastu poslovanja, transformaciji javnih usluga kao i planiranju urbanog prostora. Danas *Design Council*, razvija dizajnersko mišljenje, podstiče raspravu i dopunjuje vladinu politiku po ovim pitanjima.

Po ugledu na Britaniju i druge države su počele da osnivaju sopstvene dizajnerske institucije, posebno u posleratnom periodu. U Poljskoj je, na primer, osnovan *Biuro Nadzoru Estetyki Produkcji* (Biro za nadzor estetske proizvodnje, 1947), u okviru Ministarstva kulture i umetnosti. Biroa je trebao da osnaži dizajnersku profesiju, podigne standarde estetike u industriji putem pružanja modela i prototipova, te da promoviše estetiku u svakodnevnom životu. Tokom

---

<sup>165</sup> Meštović, Matko, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 96.

šezdesetih godina osnovan je Savet za dizajn i estetiku industrijske proizvodnje, sa ciljem promovisanja rada na industrijskom dizajnu, ali slabijeg uticaja. Meštrović Navodi da su u Istočnoj Evropi delimično ili potpuno slične institucije bile na državnom budžetu. Recimo u Jugoslaviji je šezdesetih godina osnovan je Centar za industrijsko oblikovanje u Zagrebu.

Kada se govori o stanju dizajnerskih institucija u socijalističkim zemljama Evrope, u periodu šezdesetih, treba istaći da tada dolazi do razvoja robne privrede što se postavilo kao test sposobnosti samog razvoja ovih društava. Iniciranje ekonomskih reformi aktuelizovalo je pitanje dizajna. Dizajn je trebalo da se sistemski uvede u privredu. U tom cilju u okviru državnog sistema formiran je Svesavezni naučno-istraživački institut za tehničku estetiku – VNIITE. On je funkcionisao kao centralni institut koji je delovao na polju planskog uvođenja dizajna u industriju, oslanjajući se na mrežu projektnih biroa koji su gotovo preko noći izrasli u najvažnijim administrativnim i privrednim centrima SSSR-a. Na čelu ovog instituta nalazio se dizajner Jurij Solovjev koji je uveo pojam *socijalističkog dizajna* koji se zasnivao na kritici kapitalističke forme.<sup>166</sup> Svoja teorijska načela zasnivao je na ergonomiji, tehničkoj estetici i umetničkom projektovanju. Međutim, usled velike razine birokratije i planiranja njegova dostignuća ostala su ograničena.

Sa druge strane u Zapadnoj Nemačkoj 1951. godine parlament je izglasao formiranje *Dizajnerskog saveta (Rat für Formgebung)*. Savet je imao trajnu ulogu u podsticaju sve veće svesti o važnosti dizajna u nemačkoj industriji uz potporu ministarstva privrede. Francuska situacija u smislu državne potpore dizajnu bila nešto lošija. Francuska država je imala nešto ambivalentniji odnos. Francuski *Centre de Creation Industrielle (CCI)*, osnovan je 1969. godine, finansiralo ga je Ministarstvo kulture. 1975. godine Ministarstvo industrijskog i naučnog razvoja uspostavilo je *Conseil Supérieur de la Création Esthétique Industrielle*, kako bi u ekonomskom smislu zaokružio kulturnu ulogu CCI-a.<sup>167</sup> Međutim, usled opšte nezainteresovanosti industrijskog sektora prema bilo kakvom obliku intervencija, Savet je raspušten. U posleratnom periodu u Evropi istakle su se dva nacionalna okvira na svetskoj razini, i to skandinavski i italijanski dizajn. U Švedskoj, vlada je osnovala Centar za dizajn u Stokholmu 1984. godine. U Danskoj su osnovane nezavisne institucije Danski dizajnerski savet (1977) i Centar za dizajn (1987), ali uz veliku finansijsku

---

<sup>166</sup> Ibid, 106.

<sup>167</sup> Jonathan M. Woodham, *Twentieth Century Design*, Oxford University Press, Oxford New York, 1997, 166.

podršku Ministarstva industrije i rada kao i Ministarstva obrazovanja i nauke, sa ciljem izrade smernica politika obrazovanja dizajnera. Ni daleki istok nije ostao van ovih trendova. U Japanu je 1969. godine osnovana Organizacija za podsticaj japanskog industrijskog dizajna. *Japan Design Foundation* je formirana 1981. godine i finansirana je od strane nacionalne i regionalne vlade kao i industrija. Cilj fondacije je bio promovisanje japanskog dizajna u međunarodnim okvirima. Godine 1992. osnovan je Međunarodni dizajnerski centar Nagoya (*International Design Centre Nagoya Inc.*), finansijski podržan od nacionalne i regionalne vlasti kao i privrednog sektora. Njegov cilj je bio spajanje zajednice, industrije i profesije dizajna.

Kada je reč o drugim dalekoistočnim državama, Vudham navodi primer države Koreje koja je dala podršku dizajnu. Godine 1970. otvoren je *Korea Design and Packaging Center* (Korejski centar za dizajn i ambalažu). Tajvanski centar za promociju dizajna osnovan je 1979. godine u cilju podizanja svesti o važnosti industrijskog dizajna, te poboljšanja percepcije tajvanskog dizajna u svetu. Njega je finansijski podržavalo ministarstvo privrede. U Singapuru je osnovan *Singapore Trade Development Board* (Odbor za razvoj trgovine) 1984. godine. Sledeći model britanskog *Design Council-a*, Odbor je vršio promociju važnosti dizajna za društvo.

Uvođenje dizajna u institucije sistema dizajna jeste model upravljanja dizajnom od strane vlasti i kapitala. Reč je o odnosu koji pre svega ide na ruku političkoj ideologiji. Deluje da se politika meša u dizajn samo na materijalnom planu u vidu velikodušnosti nastupajući kao mecena. Priroda vlasti jeste da kontroliše i vlada. Reč je o pokušaju da se podredi dizajn, osujeti, i poništi njegovo pozitivno dejstvo, te da se potpuno iskoriste njegove prednosti i uticaj u jednom društvenom okviru. U takvom odnosu dizajna i vlasti dizajner se zadovoljava dobijenom slobodom i društvenim formalnim priznanjem. Mitovi o profesiji idealizuju praktičan rad i tako dizajner prihvata ideologiju koja ga veliča. Ipak, dizajner ima političko mišljenje, on rasuđuje o svom radu, o budućnosti postojanja profesije, i primećuje da je njegov rad potčinjen zakonima tržišta, te da ono određuje njegov smisao. Međutim, ponašanje vlasti svojom prirodom deluje tako da podređuje i kontroliše. Vlast priželjkuje potčinjavanje i to otvoreno i jasno joj je da kultura, pa ni dizajn, nisu i ne mogu biti neutralni.

## II BIOPOLITIČKA TEORIJA DIZAJNA

(Interpretacija dizajna biopolitičkim i hibridnim teorijama i analizama funkcionisanja mehanizama bio-moći)

U drugom poglavlju biće opisano stanje visokoglobalizovanog sveta u kontekstu biopolitičke teorije. Iznesene su dve teze, i to prva koja opisuje savremeni dizajn kao biopolitički mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Dizajn predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, produženu ruku i prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije koji nastupa u formi dispozitiva. Kao takav, dizajn na mikro nivou produkuje subjekt, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. U svim svojim oblicima dizajn predstavlja ultimativnu i elementarnu formu dispozitiva, koja se ne odnosi samo na prostorne i fizičke dimenzije kontrole, već na sve mere koje doprinose potčinjavanju, upravljanju i izvođenju kontrole samog života. U obrađenoj literaturi naznačena je mogućnost otpora i pobune protiv biopolitičkog ustrojstva. Otpor dolazi u mnogostrukim oblicima i sa raznih strana, kao i biomoć. Prema tome, drugom tezom se ističe da je otpor dizajn dispozitivu moguć gestom profanacije koja se može iskoristiti u kontraofanzivi, u vidu emancipatorskih sredstava u kontekstu savremene dizajnerske prakse. Profanacija stoji na raspolaganju kao emancipatorsko sredstvo i kao način naturalizacije biomoći koja dolazi od dispozitiva, kao gest koja deaktivira dispozitive i vraća ono što je premešteno iz zajedničke upotrebe. Drugim rečima, profanacija kao dizajnerski gest može otključati, otvoriti, deaktivirati, izmestiti stvarnost i postaviti jednu novu viziju društvene temporalnosti.

## 1. DIZAJN U KONTEKSTU BIOPOLITIČKE EKONOMIJE ŽIVOTA

*Štoviše, u svom se krajnjem obliku biopolitičko tijelo Zapada (to zadnje otjelovljenje života homo sacera) predstavlja kao prag apsolutnog nerazlikovanja između prava i činjenice, norme i biološkog života.<sup>168</sup>*

Đorđo Agamben

U savremenoj biopolitičkoj teoriji neoliberalni visokoglobalizovani svetski poredak opisuje se kao *vanredno stanje*, *grad/logor*,<sup>169</sup> *društvo kontrole*<sup>170</sup>, *društvo duga*<sup>171</sup>, ili *imperija*<sup>172</sup>. Da bi se razumeo kontekstualni okvir karaktera i delovanja savremenog dizajna biće predstavljena teorijska platforma i analitički aparat biopolitike kroz koju će se razmatrati uloga savremenog dizajna u aktuelnom društvenom poretku. Drugim rečima, analiza savremenog dizajna kretaće se unutar biopolitičkog horizonta. Prema Fukou, biopolitika se zasniva na uvođenju tela u aparat proizvodnje u kapitalizmu, te je usmerena na privikavanje ljudskog života (kako života pojedinaca tako i života populacije) ekonomskim procesima. Savremeni demokratsko-kapitalistički poredak potčinjavanja, u ime napretka, transformiše život u *goli život*<sup>173</sup> stanovništva. Pojam golog života uveo je italijanski filozof Đorđo Agamben. Za razliku od klasične političke teorije koja ispituje odnos između pojedinca i društveno-političkog ustrojstva, biopolitička teorija bavi se uslovima života pojedinca, kao i cele populacije u formi *golog života* koji danas obitava u *vanrednom stanju*. *Logor* predstavlja paradigmu savremenog političkog prostora u momentu kada politika postaje biopolitika, a *goli život (homo sacer)* ulazi u građanina – logor vrši suspenziju pravnog poretka. Savremenom biopolitičkom teorijom bave se pripadnici italijanske škole biopolitičke teorije. Njihova teorija zasnovana je na dijalogu između radikalnih poststrukturalista i italijanske novije filozofije. Cilj pripadnika italijanske škole jeste da ponude nove načine čitanja i prevazilaženja

---

<sup>168</sup> Giorgio Agamben, *Homo sacer, Savremena moć i goli život*, Arkzin, Zagreb, 2006, 166.

<sup>169</sup> Ibid.

<sup>170</sup> Gilles Deleuze, Postscript on the Societies of Control, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.

<sup>171</sup> Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012.

<sup>172</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003.

<sup>173</sup> *Goli život (bios/zoe)* je izvorni politički element na kome se zasniva Zapadna politika i gradi svoju suverenost, on je nositelj veze između nasilja i prava.

savremenih limitirajući perspektiva kojima se interpretiraju savremene politike. Razvijajući teoriju tranzicije fordizma u post-fordizam i pojmove života i življenja u delezovskom *društvu kontrole*, italijanska škola daje okvir preko koga se može promišljati politika ekonomije i shvatiti kontekst savremenog sveta i dizajna koji u okviru njega cirkuliše.

Sledeći ključne koncepte biopolitičke teorije izneta je prva teza u ovoj disertaciji: *dizajn je šire ugrađen u mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju*. Dizajn treba posmatrati kao vezu između političkih, ekonomskih i kulturnih činilaca, koji se preko njega presecaju, artikulišu, upravljaju i kontrolišu socijalne odnose i ljudsko ponašanje. Dizajn uređuje odnose preko kojih se uspostavljaju i dele značenja, vrednosti, načini života i statusi. Dizajn prodire u svakodnevni život pojedinaca i populacije uopšte, čineći ga lepšim i funkcionalnim. U savremenom društvu dizajn igra centralnu ulogu u svakodnevnom životu ljudi. Dizajn čini neki predmet efikasnim, sigurnim, funkcionalnim, atraktivnijim i poželjnim; fundamentalna rola dizajna je njegova mogućnost da postane ključna dimenzija razmene vrednosti stvari i ključna determinanta njihove atraktivnosti na tržištu – bilo da se radi o gradu, zgradi, reklami, haljini ili automobilu. Prema tome, dizajn treba posmatrati kao vezu između politike, ekonomije i kulture, koji u međuzavisnosti artikulišu socijalne relacije, identitete i ljudsko ponašanje.

Dizajn, kao element biopolitičkih mehanizama upravljanja i kontrole pojedinaca i populacije, biće razmatran iz ugla tri simptomatična aspekata njegovog karaktera u savremenoj epohi. Prvo, globalizacija dizajnerske prakse otkriva domete odnosa i moći dizajna i biopolitičke ekonomije života. Drugi aspekt razmatra dizajn u odnosu na društvenu i ekonomsku realnost, i ispituje stapanje dizajna, marketinga i brendinga te prodiranje te hibridne smese u svakodnevni život pojedinaca. I treći aspekt bavi se analizom savremene kulture i ideologije dizajna – savremena dizajnerska dogma otkriva rascepe, nelogičnosti i kontradikcije između ideala i realnih ograničenja dizajnerske prakse. U skladu sa ovim simptomima neophodno je pre svega pažljivije izložiti savremena tumačenja biopolitičke teorije kao i njenih ključnih pojmova.

## 1.1. Savremena biopolitička teorija i politička ekonomija života

U narednim redovima biće prikazan skup filozofskih teorija i praksi u kojima se oblikuje biopolitički teorijski diskurs u cilju interpretacije savremenog stanja društva u cilju određivanja mesta i uloge dizajna u tom društvu. Biopolitika se u literaturi definiše kao nužni i neizbežni aspekt konstituisanja i razvoja oblika života unutar šireg svetskog poretka, i kao takva zasniva se na kontrolisanom uvođenju tela u aparat proizvodnje i potrošnje, te je usmerena je ka prilagođavanju ljudskog života ekonomskim procesima. Prvi ko je uveo termin *biopolitika* bio je Mišel Fuko (Michel Foucault)<sup>174</sup>, čime su uključeni novi načini razmatranja društvenog konteksta, pojedinaca i društvenih fenomena. U savezu standardnih institucija disciplinarnog poretka, politike i ekonomije, nepromenljivi fokus biopolitike je pojedinac i populacija, odnosno stanovništvo. Posmatrajući društveni život kao strukturu sa karakteristikama mreže, Fuko je utemeljio teoriju koja će biti definisana kao *biopolitička teorija*. Fuko pripada širem polju interdisciplinarnog pokreta – poststrukturalizmu. Poststrukturalizam je suplement strukturalizmu, odnosno nastojanje da se problematizuju strukturalističke teze. Strukturalizam se zasniva na formalno-strukturalnom tumačenju kulture i simbolizaciji prirode. Strukturalizam naglašava sisteme misli pojedinaca koji su po prirodi stvari prisiljeni da misle o sebi, te interpretaciju izvode iz relativno ličnog iskustva. U literaturi se ističe pet dominantnih figura kao nosilaca strukturalizma., i to Klod Levi-Stros, francuski antropolog, Mišel Fuko, Roland Bart, kulturni kritičar i teoretičar književnosti, Žak Lakan, psihoanalitičar, i Luj Altiser, teoretičar marksizma i politike.<sup>175</sup> Odnos između strukturalizma i poststrukturalizma nije isti kao na primer odnos moderne i postmoderne, u kome postmoderna predstavlja odgovor na modernu. Odnos strukturalizama i poststrukturalizama daleko

---

<sup>174</sup> Michel Foucault (1926–1984), francuski filozof, studirao je na *École Normale Supérieure* u Parizu. Radio je u kulturnim centrima u Upsali, Varšavi i Hamburgu u periodu pedesetih i šezdesetih godina XX veka. Doktorska teza nosila je naslov *Istorija ludila u doba klasicizma* koja je objavljena u Parizu 1961. godine. 1962. godine postaje profesor Univerziteta Klermon-Feran u Francuskoj. Knjigom *Reči i stvari*, koju je objavio 1966. godine, u kojoj je postavio arheološku teoriju društvenih nauka, izazvao je značajnu polemiku među marksistima i egzistencijalistima. Od 1966. do 1968. godine predavao je filozofiju u Tunisu gde je napisao *Arheologiju znanja*, koja je objavljena 1969. godine. Osnovao je katedru za filozofiju na Univerzitetu Vensen i izabran za profesora na uglednom *Collège de France* 1970. Predavao je istoriju sistema mišljenja. Pristupno predavanje na ovoj ustanovi pod naslovom *Poredak diskursa* objavio je 1971. godine i počinje da se angažuje u borbi za odbranu društvenih marginalnih grupa. Potom ulazi polje bavljenja društvom i mehanizmima moći kada nastaje serija knjiga kao što su *Nadzirati i kažnjavati* (1975), *Volja za znanjem*, *Istorija seksualnosti* (1975), *Stanje o sebi* (1984), *Upotreba zadovoljstva* (1984). Fuko je umro 1984. godine. Njegov rad označila je tranziciona faza iz strukturalizma u poststrukturalizam. U svojim delima Fuko je obezbedio fundamentalne aparate za analizu i interpretaciju stanja i poretka sveta.

<sup>175</sup> John Sturrock, *Structuralism: Second edition*, Blackwell Publishing, London, 2003.



je složeniji i kompleksniji. Poststrukturalizam nema jednostavnu definiciju. U poststrukturalizmu se, na određeni način, izvodi obeštećenje univerzalnih tendencija strukturalizama, te se uvodi određeni specifikum u njegov diskurs. Poststrukturalizam uvodi pojmove vremena i razlike. Odnos označitelja i označenog je prema poststrukturalistima značajno manje stabilan, za razliku od strukturalista koji njihov odnos smatraju stabilnim. Drugim rečima, odnos označitelj/označeni nikad nije fiksiran, on se konstantno odlaže i menja. U tom smislu, poststrukturalizam treba posmatrati kao problematizaciju, odnosno nameru argumentovanog poboljšavanja strukturalističkog projekta, a ne kao njegovu negaciju.<sup>176</sup>

Od strukturalizma Mišel Fuko se udaljio svojim arheološkim pristupom.<sup>177</sup> Na tom nivou Fuko, pre svega, govori o epistemološkim domenima koje razvija u knjizi *Arheologija znanja*.<sup>178</sup> Ova promena sa statičke univerzalnosti strukturalizma je evidentnija u kasnijim radovima Mišela Fukoa. On se ne fokusira na jednostavne strukturalne klasifikacije prostora već prema osi moć/znanje koja kontroliše društveno ponašanje i potčinjavanje pojedinca. Fuko pojam biopolitike, odnosno političko vršenje *bio-moći*, pominje čini se iznenadno u poslednjim stranicama knjige *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti*<sup>179</sup>:

*(...) ta moć nad životom razvila se, od XVII veka, u dva glavna oblika; oni međusobno nisu protivrečni; pre bi se reklo da tvore dva pola razvoja koje povezuje ceo jedan snop posrednih veza. Da bi se jedan pol, prvi, obrazovao on se usredsredio na telo kao mašinu: na njegovo disciplinovanje, poboljšanje njegovih sposobnosti, izvlačenje njegovih moći, rast njegove korisnosti i, uporedo s njom, poslušnost, zatim na njegovu integraciju u uspešnim i ekonomičnim sistemima nadzora – sve su to obezbedili oni postupci moći kojima se odlikuju različita disciplinovanja: „anatomy-politika ljudskog tela“. Drugi pol, koji se obrazovao nešto kasnije, sredinom XVII veka, usredsredio se na telo-vrstu na telo prožeto*

---

<sup>176</sup> Videti: Neil Leach, *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997. i David Howarth, *Poststructuralism and After: Structure, Subjectivity and Power*, Palgrave Macmillan, London, 2013.

<sup>177</sup> Arheologija znanja je teorijski pojam koji je uveo Fuko da bi metaforično imenovao metodu teorijskog promišljanja značenja u određenim istorijskim razdobljima, čime je napravio obrt od opšte razvojne istorije ideja, u istoriju diskontinuiteta slojevitog građenja mišljenja i znanja. Arheologija znanja prema tome određuje pavila diskurzivnih praksi koja su svojstvena pojedinačnim delima. Fuko uvodi arheologiju jer želi da postavi određene koncepte kao istorijske formulacije. Drugim rečima, preduslov sadašnjosti je prošlost. Ovaj fenomen opisuje terminom *genealogija* koji je pozajmio od Ničea.

<sup>178</sup> Mišel Fuko, *Arheologija znanja*, Plato, Beograd, 1998.

<sup>179</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006.

*mehanikom života, telo koje služi kao podloga biološkim procesima (...) o njima vodi računa, preuzimajući ih na sebe, ceo niz intervencija i regulativnih nadzora: to je „bio-politika stanovništva“.*<sup>180</sup>

Prema Fukou bio-moć je fundamentalni element za razvoj kapitalizma. Kapitalizam se mogao zasnovati i opstati samo po cenu kontrolisanog uvođenja tela u proizvodni aparat i uz pomoć prilagođavanja populacije ekonomskim procesima. Međutim, Fuko navodi da je kapitalizmu bio potreban i rast, odnosno jačanje tela u isto vreme kao i njegova korisnost i poslušnost. Kako bi se ovakav poredak obezbedio kapitalizmu su bile potrebne metode moći sposobne da angažuju snage, sposobnosti, odnosno sam život, ali da se time ne oteža potčinjavanje pojedinaca. Održavanje proizvodnih odnosa bilo je obezbeđeno razvojem velikih državnih aparata u vidu institucija moći, koje Fuko naziva aparatima *anato-politike* i *bio-politike*. Ti aparati delovali su na ekonomske procese, na njihov razvoj i na snage koje leže u njima. Aparati su funkcionisali i kao činioci društvenog podvajanja i hijerarhizovanja, te su doveli i obezbedili sistem dominacije i hegemonije. Fuko navodi da su ove aparature prilagodile akumulaciju ljudi akumulaciji kapitala, zatim su vezali ljudske grupe za ekspanziju proizvodnih snaga i uz raspodelu dobiti omogućili su vršenje bio-moći u njenim mnogostrukim vidovima i postupcima.<sup>181</sup>

Analiza savremenog dizajna će se kretati unutar biopolitičkog horizonta, sledeći ključne koncepte biopolitičke teorije. U skladu sa tim neophodno je pažljivije razložiti Fukoovo tumačenje pojmova *bio-moći*, *tela*, *discipline* i *diskursa*. Razumevanjem ovih koncepata pokazaće se osnovna linija interpretacije savremenog svetskog poretka i uloge dizajna u njemu. Fuko je uveo i razradio nekoliko značajnih teorijskih novina koji objašnjavaju dinamiku savremenog društvenog života.

*Bio-moć*. Fuko za moć upotrebljava reč *pouvoir*. On ovu imenicu koristi u dvostrukom značenju, kao *vlast* i kao *moć*. Fuko definiše moć kao mnogostrukost odnosa sila koji su imanentni području na kome se sprovode i koji su bitni delovi sistema. Reč je o borbi koja se neprestano odvija putem nametanja, preobražavanja, pojačavanja, obrtanja, iskliznuća i utemeljenja. Za Fukoa moć je difuzna i prenosi se kroz društvene odnose u celini, stvarajući disperzivnu prašinu koja prodire unutar čitavog društvenog poretka. Prema Fukou moć nije samo represivna nego je i provokativna. Moć je sveprisutna, proizvodi se u svakom trenutku, obuhvata sve, dolazi sa svih

---

<sup>180</sup> Ibid, 156.

<sup>181</sup> Ibid, 158.

strana, te kao takva se ne nameće već dolazi iz mikrosegmenata društva. Moć je rasuta svuda i stvara se u svakom trenutku i u svakoj tački. Moć ne dolazi odozgo nego od svuda. Prema tome, moć ne treba shvatiti kao jednu instituciju, niti jednu strukturu, ili neospornu vlast kojom su izvesni pojedinci obdareni. Moć je naziv za smesu u nekoj složenoj strateškoj situaciji i u datom društvu i istorijskom trenutku.<sup>182</sup> Tradicionalno, ili čak marksističko poimanje moći, Fuko je izmestio u domen disperzivno-pepeljastog rasipanja koja ne leži u jednoj figuri – bila to institucija, ličnost ili skupina. Racionalnost moći je zapravo racionalnost taktika bio-moći koje se nadovezujući se jedna na drugu nalaze sebi oslonac i priliku da otkriju zajedničke mehanizme. Fuko je definisao nekoliko pravila bio-moći: pravilo imanentnosti, pravilo neprekidnih promena, pravilo dvostrukog uslovljavanja, te pravilo polivalentnosti taktike govora.

*Telo.* Telo je meta bio-moći. U knjizi *Nadzirati i kažnjavati*<sup>183</sup>, Fuko obrazlaže poredak odnosa na liniji moć–telo. Reč je o živom organizmu koji se može identifikovati sa individuom kao njena materijalna pojavnost, i kao takvo za Fukoa telo je objekat i meta moći. Telom se manipuliše, ono se oblikuje, prisvaja, dresira, pokorava, čini se poslušnim i potčinjenim. U smislu samih tehnika postupka delatnosti nadziranja i popravljavanja, odnosno adaptacije tela ekonomskim i upravljačkim potrebama. Središnji pojam koji se nameće u Fukoovom radu je *poslušnost*. Telo je poslušno onda kada je podložno manipulaciji. Fuko ističe da je telo u svakom tipu društva uhvaćeno u gustu mrežu moći koja nameće prinude, zabrane ili obaveze. U tehnikama kontrole postoje neke novine koje se razvijaju još od prosvetiteljstva. Od XVII veka disciplina je postala glavna poluga upravljanja nad telima u zapadnim društvima. Telo se tretira potpuno, sveobuhvatno, i u celosti kao jedinstveni nedeljivi entitet. Nad telom se vrši prinuda koja je iscrpno razrađena. Na telo se utiče na razini mehanike: kretanje, pokreti, držanje, brzina. Fuko prepoznaje delovanje nemejljive moći nad telom. Na kraju, što se tela kao objekta i mete moći tiče, sam način kontrole podrazumeva stalnu, neprekidnu prinudu i nadzor nad što je moguće većim vidom aktivnosti, a ne nad njenim rezultatima – najstrože se kontrolišu vreme i prostor, odnosno kretanje.

*Disciplina.* Opisan odnos biomoć-telo nameće poslušnost i korist. Metode koje obezbeđuju iscrpnu i preciznu kontrolu aktivnosti tela, odnosno metode koje obezbeđuju konstantnu zauzdanost telesnih snaga Fuko naziva *disciplinama*. Fuko ima vrlo specifičan odnos prema

---

<sup>182</sup> Ibid, 105.

<sup>183</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

disciplini kao imenici ali i discipliniranju kao glagolu. On upućuje na činjenicu da su načini discipliniranja postojali odavno, u manastirima, u vojsci, u radionicama, i tako dalje. Tek od XVII veka discipline su postale opšte formule, načini, metodi, mehanizmi za uspostavljanje dominacije. Fuko navodi:

*(...) veština upravljanja ljudskim telom čiji cilj nije jedino da se njegove sposobnosti povećaju niti samo da se ono još više potčini, već da se stvori takav odnos koji u okviru istog mehanizma telo čini utoliko pokornijim što je ono korisnije, i obrnuto. Stvara se, znači, politika prinudnog potčinjavanja tela, a to podrazumeva proračunatu manipulaciju njegovim elementima, pokretima, ponašanjem. Ljudsko telo potpada pod mašineriju moći koja ga istražuje, raščlanjuje i ponovo sastavlja.<sup>184</sup>*

Prema tome, disciplinska stega znači uspostavljanje prinudne veze između rasta telesnih sposobnosti i jačanja discipline nad telom. Tehnike sprovođenja discipline su uvek minijaturne, učinkovite, pored toga i značajne, jer pretpostavljaju određeni način političkog osvajanja tela. Tehnike discipline se šire na različite oblasti i danas su preplavile sva društvena polja. Fuko ističe da su u pitanju duboko sumnjiva lukavstva koja služe nečasnim ekonomskim ciljevima.

Fuko navodi da se tehnike disciplinovanja tela pojavljuju na nekoliko nivoa. Na prvom nivou izvođenje disciplina zahteva ograđen prostor kao što su na primer posebne ustanove, zatori, bolnice, škole, fabrike, i tako dalje. A na drugom nivou tehnike disciplinovanja tela ne zahtevaju zatvorenu teritoriju; danas postoje daleko perfidniji i suptilniji načini ograničavanja prostora koji ne uključuju fizičke barijere. U takvom poretku svaka jedinka ima svoje mesto, uvek i u svakom trenutku može se prepoznati prisustvo ili odsustvo jedinke, pratiti ponašanje, procenjivati i sankcionisati. Disciplina prema tome organizuje analitički prostor. Dalje, na trećem nivou disciplinovanje podrazumeva i funkcionalno razmeštanje jedinki kojima je predviđen prostor za slobodno korišćenje. Disciplina funkcioniše u okvirima rasporeda koji ne odgovaraju samo nadzoru, već i izvesnom slobodnom korišćenju prostora. Tako određeni disciplinski metodi i aparati postaju terapijski: telo teži individualizaciji, bolesti, simptoma, životu i smrti. I konačno, u disciplini su svi elementi međusobno zamenljivi, merna jedinica je *rang*: mesto koje se zauzima u nekom rasporedu. Prema tome, disciplina je umeće rangiranja, hijerarhizacije, tehnika

---

<sup>184</sup> Ibid, 192.

transformisanja rasporeda. Disciplina potčinjava telo tako što ga postavlja na određeno mesto i to ne u konačnom smislu nego u smislu razmeštanja tela tako da kruži u mreži uzajamnih odnosa.<sup>185</sup>

Organizacijom ćelija, mesta i redova, discipline su stvorile složene dijagramske prostore u arhitektonskom, funkcionalnom i hijerarhiskom smislu. Fuko ističe da je disciplina konstituisala žive šematske rasporede kojima se neorganizovane, nekorisne ili opasne skupine jedinki pretvaraju u uređene nizove. Potrebno je kontrolisati promet robe i novca, i ujedno konstruisati shemu ekonomskih mehanizama koja može da važi kao načelo bogaćenja. Disciplini je neophodna organizacija mnoštva, ali i posedovanje instrumenata kojima će se ono nadgledati i savladati. Fuko, objašnjavajući načine konstruisanja i uspostave diskursa, uvodi još jedan princip ograničenja. Taj princip je relativan i pokretljiv, te dopušta konstruisanje diskursa prema strogim pravilima disciplina:

*(...) disciplina se definiše predmetnom oblašću, skupom metoda, korpusom postavki koje se smatraju istinitim, igrom pravila i definicija, tehnika i instrumenata: sve ovo čini vrstu anonimnog sistema koji stoji svakom na raspolaganju ko želi ili je sposoban da ga koristi, a da njegov smisao ili validnost nisu zavisni od njegovog pronalazača.<sup>186</sup>*

*Diskurs.* U *Poretku diskursa* Fuko obrazlaže tezu da se u svakom društvu produkcija diskursa u isti mah kontroliše, selektuje, organizuje i raspodeljuje i to u postupcima čija je uloga da ukrote moć i opasnosti diskursa, da ovladaju njegovim nepredvidljivim događajima, da izbegnu njegovu opasnu materijalnost.<sup>187</sup> On prepoznaje tri velika mehanizma istine isključivanja koji pogađaju diskurs: zabranjena reč, isključivanje ludila i volja za znanjem. Svi ovi mehanizmi duboko su skopčani sa moći i tehnikama disciplinovanja tela (ako nisu i same tehnike). U njihovom međusobnom poretku treći mehanizam, volja za znanjem, pokušava podrediti ostale kako bi ih istovremeno modifikovao, dok prva dva mehanizma postaju slomljena. Drugim rečima, volja za znanjem (istinom) je mašinerija namenjena isključivanju. Diskurs nije samo poredak govora, on je mehanizam uključivanja i isključivanja, disciplinovanja i potčinjavanja.

---

<sup>185</sup> Ibid, 194.

<sup>186</sup> Mišel Fuko, *Poredak diskursa (Pristupno predavanje na Kolež de Fransu, održano 2. decembra 1970. godine)* Karpos, Loznica, 2007.

<sup>187</sup> Mišel Fuko, *Poredak diskursa (Pristupno predavanje na Kolež de Fransu, održano 2. decembra 1970. godine)* Karpos, Loznica, 2007.

Na žalost, Fuko nikada u potpunosti nije razvio ideju biopolitike. Njegovo oklevanje da pojasni ovaj koncept uočiv je i u činjenici da ovaj termin retko koristi. Kako sam kaže, koncept biopolitike jeste neka vrsta potkategorije *moći*. Fuko analizira razvoj uspostave potčinjavanja tela od pojave političke ekonomije. Tehnologije moći počinju da se uspostavljaju kada su se ekonomija (shvaćena kao upravljanje porodicom) i politika (shvaćene kao upravljanje polisom) sintetizovale.<sup>188</sup> U tom kontekstu, biopolitika predstavlja neophodni agens bez koga izvođenje života u okviru kapitalizma ne bi bilo moguće. Biopolitika se, prema Fukou, zasnivala na kontrolisanom uvođenju tela u ekonomski aparat proizvodnje i potrošnje, te je bila usmeren na prilagođavanje ljudskog života, kako individualnog tako i kolektivnog tela, ekonomskim procesima.

Savremena biopolitička teorija je do izvesne mere odstupila od polaznih pretpostavki Mišela Fukoa. Savremenu biopolitičku teoriju karakterišu nova čitanja kritike kapitalizma Karla Marksa, teorije ljudske istorije Valtera Benjamina, filozofije Hane Arent, kao radovi Žila Deleza i Feliksa Gatarija. Jedan od savremenih biopolitičkih teoretičara, Đorđo Agamben (Giorgio Agamben)<sup>189</sup> do izvesne mere je odstupio od Fukoovih teza. Njegov pristup biopolitici postavljen je kao materijalistička filozofija ljudskog istorijskog i aktuelnog života. Agambenove pretpostavke se zasnivaju na teoriji Valtera Benjamina, Hane Arent, italijanske neomarksističke teorije, kao i same prakse društva šezdesetih godina, i naravno interpretaciji teorija Mišela Fukoa. Njegov najznačajniji teorijski zahvat prikazan je u knjizi *Homo sacer: Suvremena moć i goli život*,<sup>190</sup> koja je prvi put objavljena 1995. godine. Agamben razvija teoriju zasnovanu na takozvanom trajnom stanju *izuzetka*, kao i na *homo saceru* istinskom subjektu savremenih ljudskih prava. Agamben je postavio tezu da istinski nosilac ljudskih prava nije čovek (human) nasuprot građaninu, nego *goli život*. Goli život je jaz između biološkog života (*zoe*) i političkog života (*bios*), u formi nepomirljive praznine između građanina i čoveka. U knjizi *Homo sacer* Agamben aktuelizuje pojam biopolitike koji je uveo Fuko. On Fukoa u neku ruku izaziva. Za razliku od Fukoa, Agamben

---

<sup>188</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006.

<sup>189</sup> Giorgio Agamben, (1942), italijanski filozof, profesor estetike, poznat je po radu u polju filozofije politike. Pripada grupi najpoznatijih italijanskih savremenih filozofa. Predaje na Univerzitetu u Veroni. Diplomirao je na Univerzitetu u Rimu kao student pravnih nauka. Bio je učenik Valtera Benjamina. Sa Žilom Delezom je objavio knjigu *Bartlebi, formula stvaranja* (1995). Pažnju političkoj teoriji posvetio je krajem osamdesetih godina XX veka. Među najvažnijim delima iz oblasti političke filozofije nalaze se: *Društvo koje dolazi; teorija izvan granica, prvi tom, Sredstva bez cilja: beleške o politici, Ostaci Aušvica: arhiva i svedočenje*, i naravno njegovo najpoznatije delo *Homo sacer: suvremena moć i goli život*.

<sup>190</sup> Giorgio Agamben, *Homo sacer, Suvremena moć i goli život*, Arkzin, Zagreb, 2006.

ne izostavlja tradicionalne koncepcije suverenosti (ustav i zakon), već biopolitiku posmatra kao najsuštinskije jezgro klasične definicije suverene moći od grčkog polisa do danas. Istinsko lice moći je stanje izuzetka, ili vanrednog stanja, i golog života (*homo sacer*) kao njenog arhetipa. Za Agambena biopolitika je vrsta političke odluke na liniji razlikovanja između života i smrti, između čoveka i građanina, što stvara prostor za političko delovanje na telo zakonom.

U *Homo sacer*-u govori se o odnosu suverene moći i golog života kao o odnosu između proterivanja i logičke ili lingvističke strukture izuzetka. Novina u Agambenovoj teoriji ogleda se o tome da on koncept biopolitike posmatra sa obe strane, i sa strane moći i sa strane subjekta istovremeno. Zajednička osnova moći i subjekta je *goli život*. Agamben izvodi tri teze:

*Tokom ovog istraživanja tri su teze izbile na površje kao provizorni zaključci:*

- 1. Izvorni politički odnos je isključenje (izvanredno stanje kao područje nerazlikovanja između izvanjskog i unutarnjeg, isključenja i uključenja).*
- 2. Temeljno je djelovanje suverene moći proizvodnje golog života kao izvornog političkog elementa i praga artikulacije između prirode i kulture, zoe i bios.*
- 3. Logor a ne grad jeste biopolitička paradigma današnjeg Zapada.<sup>191</sup>*

Agamben predstavlja koncentracioni logor kao paradigmu ili model savremene politike i kao primer imanentnog odnosa između suverene moći i golog života. Za Agambena logor je čisti, безусловni biopolitički prostor preko koga se otkriva savremeni politički prostor. Logor označava snagu i kontradikciju savremenog demokratskog uređenja, polje u kome se ne ukida sveti život, nego se razbija i raspršuje u svako pojedinačno telo. Metaforički i praktično Agamben sagledava ustrojstvo koncentracionog logora u Nemačkoj u vreme nacističke uprave. Logor je struktura u kojoj se vanredno stanje, na kojoj se temelji suverena moć, realizuje na normalan način.<sup>192</sup> Njega zanimaju pravne procedure i politički dispozitivi koji obezbeđuju da ljudska bića budu lišena svojih prava i prerogativa. Agamben kaže:

*Ako je to istina, ako je bit logora u materijalizaciji izvanrednog stanja i posljedičnom stvaranju prostora u kojem goli život i norma stupaju na prag nerazlučivosti, tada moramo priznati da se nalazimo pred virtuelnim logorom kadgod se stvori takva struktura, neovisno*

---

<sup>191</sup> Ibid, 160.

<sup>192</sup> Ibid, 149.

*o opsegu zločina koji su se u njoj dogodili i kakav god ona naziv i specifičnu topografiju imala.*<sup>193</sup>

Agamben ističe da politički sistem više ne određuje forme života i pravne norme na određenom prostoru, nego unutar sebe drži delokalizujući razmeštaj koja ga premašuje, u kojoj se može virtuelno zahvatiti bilo kakva forma života i bilo kakva norma. Logor je skriveni matriks politike u okviru koje savremeno društvo na svetskom nivou funkcioniše. Savremeni demokratsko-kapitalistički poredak ukidanja, pod parolom napretka, ne samo da unutar sebe reprodukuje one isključene, nego ih transformiše u goli život. Fukoov pojam tela Agamben dopunjuje i definiše kao telo koje je već odavno uhvaćeno u dispozitiv, odnosno mehanizam upravljanja. Agambenovo telo je biopolitičko telo, ono je goli život.

Za Agambena moć nije ništa manje od mogućnosti odluke o izuzetku i nju ne treba poistovetiti sa činom odvajanja legalnog od ilegalnog, već razlikovanjem zakona od činjenica. Moć ima normativni, odnosno pravni karakter, ne zato što naređuje nego zato što trajno osmišljava svoje odnose sa realnim životom. Međutim, šta je zapravo goli život? Sam termin *homo sacer* (sveti život) Agamben uzima iz starog Rima. Agamben proučava paradoksalni slučaj iz starog rimskog prava: *homo sacer* je osoba koja ne može biti žrtvovana ali ako je neko usmrti za to neće odgovarati. Vezu pronalazi u odnosu zakona i nasilja. Agamben tvrdi da su stari Grci prepoznavali razliku između termina *zoe* (biološki život) i *bios* (politički život). Goli život je dobio oreol svetog onog momenta kada je određeni politički život počeo da se razlikuje od profanog života.<sup>194</sup> *Homo sacer* je pravno lice koje može biti ubijeno bez zakonskih posledica a pitom se ne može žrtvovati. On ima poseban status u rimskom pravu kao slučaj paradoksa između *ius humanum* (ljudsko pravo) i *ius divinum* (božansko pravo), jer ne pripada ni jednom od ta dva poretka. Dakle, *homo sacer* i moć uhvaćeni su u polje nerazlučivosti svetog i religioznog. Agamben početak biopolitike postavlja upravo na tom mestu, mestu upisa života u politiku (odnosno u zakon) – pravom nad životom i smrću. Agamben prikazuje niz različitih istorijskih pojava koje dokazuju prisustvo golog života kao temelja suverenosti. Prava se dakle zasnivaju na biopolitičkim osnovama, tanka linija razdvaja demokratske vrednosti od vrednosti totalitarnih režima. Stanje savremenog sveta može se opisati kroz Agambenovu konstataciju da:

---

<sup>193</sup> Ibid, 153.

<sup>194</sup> Ibid, 7–17.



*S jedne strane biopolitika modernog totalitarizma, s druge strane potrošačkog društva i masovni hedonizam zacijelo konstituiraju, svako na svoj način, odgovor na ova pitanja. Sve dok se ne pojavi neka posve nova politika – koja dakle nije više utemeljena na exceptio golog života – bilo kakva teorija i bilo kakva praksa ostaju zatočene u odsuću smjera i lijep dan života zadobit će državljanstvo u politici samo kroz krv i smrt ili savršenoj besmislenosti na koju je osuđuje društvo spektakla.<sup>195</sup>*

Prema tome, biopolitička teorija bavi se uslovima života pojedinca, pripadnika društva u formi *golog života* koji danas obitava u *vanrednom stanju*. Za razliku od klasične političke teorije koja ispituje odnos između pojedinca i društveno-političkog ustrojstva, biopolitička teorija kao pojam koji uvodi Fuko a razlaže Agamben predlaže drugačiji pristup. Agamben se ne bavi više *odnosom* samim po sebi, već razmišlja o političkim činjenicama koje se nalaze na liniji suverenost – isključenje. Za Agambena izvorni politički element jeste život izložen smrti (goli život ili sveti život), a ne jednostavan prirodni život. Agambenov *homo sacer* nije ni čovek ni životinja, on je paradoksalni život koji postoji u oba prostora. Savremena biopolitika teži tome da izdvoji politiku od diskursa prava građanina, slobodne volje i društvenog ugovora. Prema tome politika se odavno pretvorila u biopolitiku i jedini je zalog određivanje sistemskog oblika prikazivanja pri jačanju brige, nadzora i uživanja golog života.

Pripadnici italijanske škole biopolitičke teorije, preciznije grupa *Operaismo* bavi se političkom teorijom koja glorifikuje radničku klasu novim čitanjem marksizma, te je usmerena na biopolitičko iščitavanje ekonomije u kapitalizmu. *Operaismo* je grupa teoretičara koja se razvila tokom kasnih pedesetih i šezdesetih godina XX veka. Heninnger i Mekia navode da je ova grupa gravitirala oko časopisa *Quaderni rossi* (Crvene Beleške) i *Classe operaia* (Radnička klasa). Teoretičari poput Maria Trontia, Serđa Bolonia, i Antoni Negria, razvili su novo čitanje marksizma koje se zasniva na autonomiji rada naspram kapitalističke eksploatacije i državne moći. Teorijska istraživanja ove grupe ukorenjena su u intenzivnom praktičnom angažmanu radničkog pokreta i u borbama koje su potresale Italiju posle Drugog svetskog rata. Na osnovu klasnih sukoba teoretičari grupe *Operaismo* razvili su interes za *sastav klase*. Sastav klase se odnosi kako na tehničku prirodu

---

<sup>195</sup> Ibid, 16.

organizovanja radničke klase u okviru kapitalističkog oblika proizvodnje, tako i na političku subjektivaciju koja se javlja u okviru radničke klase.<sup>196</sup>

Italijanske radničke borbe tokom pedesetih i šezdesetih godina odvijale su se u kontekstu tranzicije ekonomskog fordističkog modela u post-fordistički model. *Operaismo* je fordizam u širem smislu definisao preko tri ekonomska fenomena: *tejlorizam*, naučni menadžment koji predstavlja fazu u razvoju menadžmenta u kojoj su postavljene osnove moderne nauke o menadžmentu, korišćenje nauke i savremenih metoda u proučavanju i primeni menadžmenta; *fordizam* je u uskom smislu, forma političke ekonomije kojoj je svrha masovna proizvodnja jeftine i dobre robe, te najveća racionalizacija, podela rada i planiranja potrošnje u smislu relativno visokih plata, kako bi se obezbedila kupovna moć radničkoj klasi; i *kejnzijanska* ekonomija, naziv za makroekonomsku teoriju koja se zasniva na idejama kako odluke, koje se donose u privatnom sektoru, ponekad dovode nacionalne ekonomije do neefikasnih i neželjenih makroekonomskih efekata, a koje može suzbiti monetarna politika države koja nastoji stimulirati proizvodnju bez obzira na poslovne cikluse.<sup>197</sup>

Borbe šezdesetih korespondirale su sa onim što pripadnici ove grupe nazivaju *strategia del rifiuto* (strategija odvijanja). Do kraja sedamdesetih radničke borbe su izazvale korporacije da uvedu nove post-fordističke tehnike proizvodnje. Preciznije, korporacije su sprovele implementaciju mikroelektronskih sistema i automatizovanih proizvodnih ciklusa, koji smanjuju zavisnost proizvođača i proizvodnje od radnika. Takvi trendovi, povezani sa ekonomskom recesijom sedamdesetih, dostigli su klimaks masovnim otpuštanjima osamdesetih godina. U međuvremenu, radničke borbe su izmeštene iz fabrika i tranzitirale su u pokrete za ljudska prava. Negri je takve tendencije definisao kao rađanje novog političkog subjektiviteta, pod imenom *operation sociale*. Heninger i Mekio ističu da pojava post-fordističkog subjekta u centar interesovanja stavlja post-radničku teoriju (*postoperaista*) koju postavljaju teoretičari poput Kristijan Maracia, Paolo Virno, Mauricio Lazareto, Franko Berardi, Antonio Negri i Antonela Korsani. Ovi teoretičari bili su ili direktni učesnici u borbama, ili su preuzeli teorijsko nasleđe borbi. Mnogi od njih bili su primorani da napuste Italiju i nastane se u Francuskoj, gde su upoznali poststrukturalističke teorije i teoretičare kao što su Mišel Fuko, Žil Delez i Feliksa Garati.

---

<sup>196</sup> Max Heninger and Giuseppina Mecchia, Introduction, *SubStance*, Issue 112, Volume 36, Number 1, 2007, 3–7.

<sup>197</sup> Ibid.

Italijanski teoretičari su u svoj teorijski aparat ugradili poststrukturalistička teorijska načela i tako proizveli adekvatniji interpretativni aparat savremenog kapitalizma i društvenog uređenja.

Prema italijanskoj školi, post-fordizam je režim ekonomske politike i globalni fenomen koji se javlja kada političke i ekonomske institucije upadnu u krizu. Kako Heninger i Mekio ističu:

*Kriza fabrike fordističkog rada dovodi ne samo do povećanja finansijske spekulacije, već i do povećanja kapitala, izvoza, zapošljavanja jeftine radne snage u inostranstvu, i preduzetničkog oslanjanja na fleksibilne i globalne mreže proizvodnje i distribucije. U prethodnim fordističkim društvima kao što je Italija, kriza dovodi do dramatičnog širenja tercijarnog sektora i oblika "nesigurnosti"; kriza je povezana sa formama fleksibilnosti, skraćenim radnim vremenom i "samo-zapošljavanjem" koji utvrđuju centralnu ulogu u ciklusu kapitalističke valorizacije. To dovodi do značajnih transformacija birokratskih i zakonodavnih aparata nacionalne države i, generalno, do pojačavanja uticaja i mešanja državnih institucija u ekonomiju.<sup>198</sup>*

Heninger i Mekio smatraju da se u savremenoj transnacionalnoj stvarnosti preporučuju različiti pristupi promišljanja koji polaze od različitih stubova ekonomskog razvoja, filozofskog istraživanja, i političke borbe. Prema svemu navedenom može se zaključiti da je cilj pripadnika italijanske biopolitičke škole, škole koja se uspostavila kao kreativni dijalog između francuske i italijanske filozofske kulture između francuskih poststrukturalista i italijanske novije filozofije, jeste formiranje novog načina čitanja i prevazilaženja limitirajući perspektiva savremenog političkog poretka.

Mauricio Lazarato (Maurizio Lazzarato)<sup>199</sup> jedan je od najznačajnijih savremenih italijanskih anarhističkih i marksističkih teoretičara kao što su Mario Tronti, Antonio Negri, Franko Berardi. Lazarato definiše tri koncepta koja će biti značajni za shvatanje konteksta u kome

---

<sup>198</sup> Ibid, 5.

<sup>199</sup> Maurizio Lazzarato (1955), italijanski sociolog, filozof i aktivista koji je krajem sedamdesetih godina XX veka, nakon studija na Univerzitetu u Padovi, emigrirao u Pariz zbog svog aktivizma u pokretu *Autonomia Operaia*. I danas živi i radi u Francuskoj kao samostalni istraživač. Jedan je od osnivača i članova redakcije upravnog odbora pariskog časopisa *Multitudes*. Istraživač je na *Matisse/CNRS (Universite Paris I)* i član *College International de Philosophie*. Njegova interesovanja vezana su za pitanje rada, radne snage, ontologije rada, kognitivnog kapitalizma, biopolitike, društvenih pokreta, aktivizma i umetnosti. Među Lazaratovim najbitnijim radovima nalaze se: *Lavoro immateriale: Forme di vita e produzione di soggettività* (Nematerijalni rad: Oblici života i proizvodnja subjektivnosti), *Les Révolutions du capitalisme* (Revolucije kapitalizma), *Le Gouvernement des inégalités: Critique de l'insécurité néolibérale* (Vladavina nejednakosti: Kritika neoliberalne nesigurnosti) i *Expérimentations politiques* (Politički eksperimenti).

se dizajn kao disciplina u savremenom svetu nalazi. Lazarato je ponudio teoriju kako se tranzicijom od fordizma u post-fordizam došlo do *društva duga*, koncept *nematerijalnog rada* i pojmove života u *društvu kontrole*. Lazarato je dao okvir preko koga se može promišljati politička ekonomija i preko koga se može shvatiti kontekst savremenog sveta i dizajna koji u okviru njega cirkuliše. U knjizi *The Making of the Indebted Man*<sup>200</sup> Lazarato ispituje odnos dužnik–kreditor koji se intenzivira eksploatacijom i dominacijom na svakodnevnom društvenom nivou. Svako je dužnik, odgovoran i kriv ispred kapitala. Lazarato ističe da se zadnjih četrdeset godina izrodila nova politička ekonomija – ekonomija duga. Ekonomija duga je lišila ogroman broj Evropljana političke moći, koje su bili već i ranije lišeni konsekvencama reprezentativne demokratije. Kriza je proizvela figuru koja okupira javni prostor – *čoveka duga*. U knjizi se nudi promišljanje, istraživanje i genealogija ekonomske i subjektivne produkcije čoveka duga. Lazarato navodi:

*Od poslednje finansijske krize koja je pratila krah dot.com-a, kapitalizam je napustio epski narativ koji se izgradio oko „konceptualnih tipova“ preduzimača, kreativnog vizionara, nezavisnog radnika, „ponosnog da igra ulogu šefa“. Prateći lični interes, ovaj tip pretpostavljamo radi za veće dobro. Posvećenost, lična motivacija, i rad na sebi, propovedani od strane menadžmenta od osamdesetih, postali su naređenja kako bi se rizici troškova i finansijske katastrofe preneli sa korporacije na pojedinca.<sup>201</sup>*

Lazarato navodi da se licemerje vodećih ljudi biznisa, medija, političara i eksperata pokazuje u njihovim stavovima da savremena politička i ekonomska kriza ne leži u problemu fiskalnih i monetarnih politika. Pravi razlozi pojava periodičnih kriza leže u prekomernim zahtevima vlasti koje su ogrezle u korupciji, baveći se internacionalnom podelom rada i moći. Neoliberalni blok moći ne želi da reguliše i reši krizu jer se njihovi politički programi zasnivaju na izborima i odlukama koji su doneli i najnoviju krizu krajem 2008. godine.

U knjizi *The Making of the Indebted Man* Lazarato razrađuje dve teze. Prva, da paradigma društva ne leži u razmeni (ni ekonomskoj, ni simboličnoj) nego u *kreditu*. Ne postoji jednakost (razmene) koji jeste podtekst socijalnih odnosa, već pre asimetrija u odnosu dug-kredit. Druga teza kaže da je dug reprezent ekonomskih odnosa nerazdvojan od proizvodnje subjekta dužnika i njegove moralnosti. Ekonomija duga kombinuje *rad na sebi* i rad u klasičnom shvatanju, takav da

---

<sup>200</sup> Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012.

<sup>201</sup> Ibid, 9.

su mu zajedničke etika i ekonomska funkcija. Lazarato smatra da je sadašnja kriza permanentno, vanredno stanje, i ne veruje da će se kriza završiti, već naprotiv da će se dalje širiti:

*(...) finansijska katastrofa daleko je od kraja, obzirom da regulacija finansija nije moguća. Regulacija bi označila kraj neoliberalizma. Štaviše, oligarsi, plutokrati, i „aristokrati“ na vlasti nemaju alternativni politički program (...) Kapitalizam uvek funkcioniše na ovaj način: grozničava i hipermoderna deteritorizacija, koja širi svoje granice dalje, zajedno sa rasističkom, nacionalističkom, mašinskom, patrijarhalnom i autoritativno reteritorijalizacijom koja život čini jadnim – „živeti i umreti kao svinja“, kako je Žil Šatule postavio, sa dužnim poštovanjem koje dugujemo svinjama (...)*<sup>202</sup>

Lazarato je interpretirao savremeno društvo dopunjujući teorije Mišela Fukoa o društvu discipline i Žila Deleza i Feliksa Gatarija o društvu kontrole, u knjizi *Les révolutions du capitalisme* (Revolucije kapitalizma).<sup>203</sup> Lazarato analizira tranziciju iz disciplinarnog fordizma ka post-fordizmu društva kontrole, odnosno od borbe tradicionalnog radničkog pokreta u savremene socijalne pokrete, pozivajući se na niz koncepata koje su uveli francuski poststrukturalisti. On postavlja tezu da je napuštena epoha discipline kako bi se pristupilo epohi kontrole. Za Fukoa, fabrika je bila jedna forma paradigme ograničenja. Škola, zatvor, bolnica, zajedno sa zakonom, naukom i znanjem stoji kao superstruktura naspram proizvodnje. Marksistička teorija usmerena je isključivo na eksploataciju. Fuko ukazuje da se dinamika kapitalizma ne referira na spoljašnje sile dijalektike, već beskonačno umnožavanje unutarnje sile. Takvo stanje integrisano je u širi okvir disciplinarnih društava i njihovu dvostruku strukturu: discipline i biomoći. Režimi znakova, mehanizmi izražavanja i kolektivna artikulacija (zakon, znanje, jezici, javno mišljenje i tako dalje) deluju kao zupčanici. Fuko pokušava da objasni disciplinarna društva napuštanjem ekonomizma i dijalektičke kulture dualizma kako bi otkrio dominaciju putem ideologije. Biopolitičke tehnike (javno zdravstvo, politika porodice i tako dalje) upotrebljavane su za upravljanje životom mnoštva. Lazarato smatra da disciplinarna društva jesu karakteristična po disciplinarnoj biopolitici moći.

Lazarato veruje da je svet na kraju XX i na početku XXI veka ušao u vreme *javnosti*, odnosno da današnje vreme karakterišu pitanja održanja na okupu i otvorenom prostoru bilo koje

---

<sup>202</sup> Ibid, 165–166.

<sup>203</sup> Maurizio Lazzarato, *Les révolutions du capitalisme*, Les Empêcheurs de penser en rond, Paris, 2004.

subjektivnosti koje deluju jedna na drugu. Podređenost mesta vremenu definiše prostorno–vremenski blok koji se otelotvoruje u tehnikama brzine, prenosa, zaraze, i brzog širenja. Disciplinarne tehnike su fundamentalno postavljene u prostoru, tehnike kontrole i konstitucije javnosti omogućuju stavljanje vremena i njegovih virtualnosti u prvi plan. Javnost je konstituisana kroz prisutnost tu vremenu. U eseju *Strategies of the Political Entrepreneur*, Lazarato vešto analizira javnost, bioskop i masmedije kao primer prelaska sistema iz fordizma u post-fordizam. On postavlja tezu da je socijalni dispozitiv produktivna mašina, komunikativna mašina, biopolitička mašina, a sve ovi dispozitivi imaju tendenciju da postanu artikulacije jednog procesa: *kapitalističke dominacije*. Različiti dispozitivi funkcionišu po istoj osnovi imanentnosti.<sup>204</sup> Za Lazarata javna sfera je oblik subjektivacije, odnosno potčinjavanja. Pojedinaac može u istom momentu može biti pripadnik jednom ili više klasa, on ili ona mogu u isto vreme pripadati različitim javnostima. Mešanjem dolazi do kontrole mišljenja, jezika, režima znakova, cirkulacije znanja, potrošnje i tako dalje, koji se odnose na tehnike moći koje do danas nisu bile poznate. I konačno Lazarato zaključuje da tehnike potčinjavanja u društvima kontrole nisu samo zamenile one iz disciplinarnih društava, već su se nadogradile i pojedincima se još nasilnije nametnule, tako da danas tehnike potčinjavanja konstituišu kapitalističku akumulaciju. Ni eksploatacija, ni akumulacija kapitala jednostavno nisu mogući bez transformacije mnoštva u model vladajuće većine; bez nametanja jednoznačnog režima izražavanja i bez konstitucije semiotičke moći kapitala.

Prema tome, potčinjenost danas dolazi od duga, jedna od karakteristika duga je njegova transverzalnost. Svi su zaduženi, nezavisno od toga da li su u radnom odnosu ili su nezaposleni, da li su u penziji ili ne: svi su obavezni da plate dug. Na vidiku nema neke društvene grupe koja bi mogla povesti otpor. Potrebno je pronaći istu transverzalnost kakvu ima dug u društvu. Dug pogađa sve, on je društveni dispozitiv, dispozitiv kontrole nad društvom. Dug ima moć individualizacije. Dakle, na primer student koji se zaduži tako što potpiše kreditni ugovor, a sve kako bi mogao upisati studije, postaje zavisan od kreditora. Jedna od karakteristika ove vrste duga jest ta da dug vrši jedan novi tip kontrole. To je kontrola koja prolazi kroz pojedinca. Takva je kontrola zamenila spoljnu kontrolu i zapovedanje kakvi su postojali u disciplinarnim institucijama, u preduzećima, bolnicama i tako dalje. U dužničkoj ekonomiji, postoje otvoreni prostori u kojima

---

<sup>204</sup> Maurizio Lazzarato, *Strategies of the Political Entrepreneur*, in Max Henninger and Giuseppina Mecchia (ed.), Introduction, *SubStance*, Issue 112, Volume 36, Number 1, 2007, 87–97.

pojedinaac zapoveda samom sebi. On je odgovoran za otplatu svog duga. To je sistem kontrole pojedinca nad samim sobom. To je nova vrsta kontrole, kontrola koja se provodi u savremenim društvima. To je definicija društva kontrole – kontrola ponašanja prolazi kroz samu individuu.<sup>205</sup>

---

<sup>205</sup> Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012.

## 1.2. Globalizacija dizajnerske prakse

Savremena biopolitička teorija odlikuje se imanentnom kritikom novog svetskog poretka i globalizacije. Antonio Negri<sup>206</sup> i Majkl Hart<sup>207</sup> razvili su teoriju biopolitike novog svetskog poretka u radu pod imenom *Imperija*,<sup>208</sup> koja je razvijena kao kritika postblokovskog globalizma. Knjiga *Imperija* se u literaturi pominje i kao *novi komunistički manifest XXI veka*. Negri i Hart su uspostavili nove temelje nove marksističke i teorijske kritike savremenog kapitalizma i globalizma. Njihov rad je u širem kontekstu postavljen kao biopolitička teorija.<sup>209</sup> Hart i Negri imperiju definišu kao aktuelni politički koncept koji se:

*(...) ostvaruje pred našim očima. Tijekom nekoliko prošlih desetljeća, kada su zbačeni kolonijalni režimi a onda ubrzano nakon što su se sovjetske zapreke kapitalističkom svjetskom tržištu konačno srušile, svjedoci smo nesavladive i neopozive globalizacije ekonomskih i kulturnih razmjena. Zajedno s globalnim tržištem i globalnim krugovima proizvodnje pojavio se globalni poredak, nova logika i struktura vladavine – ukratko, novi oblik suverenosti. Imperij je politički subjekt koji djelotvorno uređuje te globalne razmjene, suverena moć koja upravlja svijetom.*<sup>210</sup>

Negri i Hart tvrde da globalizacija kapitalističke proizvodnje i razmene nisu doveli do razdvajanja ekonomskih odnosa i političkog nadzora. Slabljenje suvereniteta nacionalnih država ne znači da se suverenost kao takva smanjila. Politički nadzor, političke institucije i mehanizmi nastavili su da vladaju ekonomskom i društvenom proizvodnjom. Ovaj jedinstveni oblik vladavine

---

<sup>206</sup> Antonio Negri (1933), italijanski marksistički filozof. Rodom iz Padove. Negri je bio aktivista u organizaciji *Gioventu Italiana di Azione Cattolica* tokom pedesetih godina XX veka, i član Socijalističke partije do šezdesetih. Doktorirao je na Univerzitetu u Padovi, i pridružio se marksističkom časopisu i grupi *Quaderni Rossi*. Jedan od osnivača grupe *Potere Operaio* i pokreta *Operaismo*. Negri je 1979. godine uhapšen zajedno sa članovima grupe *Autonomističkog pokreta*, pod optužnom da je grupa ogranak *Crvenih brigada* terorističke organizacije koja je kidnapovala italijanskog premijera. Negri je osuđen na trideset godina zatvora zbog moralne odgovornosti i podstrekivanja. U zatvoru je proveo četiri godine. Kada je izabran za italijanski parlament oslobođen je. Negri se potom nastanio u Francuskoj. Pokrenuo je časopis *Multitudes*. Kasnije se vratio u Italiju i odslužio kaznu. Sopstvenu teoriju razvijao je u duhu marksizma, biopolitičke teorije, demokratske globalizacije, antikapitalizma, postmodernizma, i kritike neoliberalizma.

<sup>207</sup> Michael Hardt (1960), američki teoretičar književnosti i politike. Studirao je i doktorirao na komparativnoj književnosti na Univerzitetu u Vašingtonu. Predaje na američkim univerzitetima. Radio je u nevladinom sektoru u Centralnoj Americi. Objavio je više knjiga samostalno, ali i sa Negrijem knjige *Imperija* (2009), i *Mnoštvo: rat i demokracija u doba Imperije* (2009).

<sup>208</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003.

<sup>209</sup> Miško Šuvaković, *Pojmovnik teorije umetnosti*, Orion Art, Beograd, 2011.

<sup>210</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 7.



oni nazivaju *imperijom*, pri tom ne podrazumevaju *imperijalizam*; imperija je drugačijeg karaktera i prirode, ona je decentralizovana, deterritorijalizovana aparatura, dispozitiv, mehanizam vladavine koji postepeno uključuje celo globalno područje unutar svojih otvorenih granica koje teže širenju. Negri i Hart sugerišu da se stara podela na tri sveta izbrisala, te se danas Prvi svet nalazi u Trećem, Treći u Drugom, a Drugog nema više. Uloga industrijskog rada se smanjila, a rad je dobio komunikativni, saradnički i afektivni karakter. Hart i Negri ističu da se u postmodernizaciji globalne ekonomije stvaranje bogatstava sve više okreće biopolitičkoj proizvodnji, proizvodnji samog društvenog života, u kome se ekonomsko, političko i kulturno prepliću i međusobno uspostavljaju. Sam koncept *imperije* odnosi se na vladavinu bez granica, predstavlja režim koji ukupno obuhvata prostornu celovitost, vlada čitavim civilizovanim svetom, bez teritorijalne ograničenosti ukidajući istoriju jer sebe uspostavlja za uvek kao realnost. Vladavina *imperije* je delotvorna na svim razinama društva, te ne upravlja samo teritorijom, već i stanovništvom. Imperija sama obrazuje svet kojim upravlja:

*Predmet njegove vladavine je društveni život u svojoj cjelini pa tako Imperij predstavlja paradigmatički oblik biomoći. Naposletku, iako se praksa Imperija stalno kupu u krvi, koncept Imperija uvijek je posvećen miru – stalnom i općem miru izvan povijesti.<sup>211</sup>*

U kontekstu teme ove disertacije naglasak će biti na ekonomskom i političkom elementu teorije *imperija*, u cilju obuhvatnijeg razumevanja konteksta i prirode dizajna koji operiše u okvirima globalističkog sveta imperije. Prema tome, ovaj autorski par prepoznaje značaj biopolitičke teorije, Fukoovog rada i pre svega istorijski prelaz iz društva discipline u društvo kontrole. Društvo discipline je ono u kome je zapovedanje izgrađeno kroz raspršenu mrežu dispozitiva koji proizvode običaje, navike, i proizvodnu praksu. Disciplinarne ustanove, kao što su škole, bolnice, fabrike, univerziteti, osiguravaju poslušnost vlastitim mehanizmima uključenja i isključenja. Kao nastavak disciplinarnog društva, njegova savršenija varijanta, razvilo se društvo kontrole i nadzora u kome mehanizmi zapovedanja postaju sve *demokratskiji*, sve imanentniji društvenom polju, raspoređeni kroz mozgove i tela građana. Kako tvrde Hart i Negri, Fukoov rad im je omogućio da u savremenom svetu prepoznaju biomoć, oblik moći koji uređuje društveni život iznutra, interpretirajući, upijajući i uređujući ga. Biomoć deluje zapovednički uspešno onda kada postane unutarnji, integralni i sastavni deo društvenog tkiva, funkcija koju svaki pojedinac

---

<sup>211</sup> Ibid, 10.

prihvata i uključuje sopstvenim pristankom.<sup>212</sup> Najuspešnija funkcija biomoći je totalno opsedanje pojedinca i upravljanje njegovim životom na mikro i makro nivou. Autori navode da se u tranziciji društva discipline u društvo kontrole potpuno ostvario snažan odnos uzajamne upletenosti društvenih sila čemu je kapitalizam težio tokom čitavog svog razvoja. Prema tome, Hart i Negri su usvojili biopolitički kontekst kao referentno polje razvoja sopstvenog koncepta. Moć u kontekstu imperije ima za cilj da zaokruži subjekat u potpunosti.

Analizirajući karakter transnacionalnih korporacija, Hart i Negri podvlače da su one vezivno tkivo biopolitičkog sveta:

*Kapital je doista uvijek bio organiziran s pogledom prema cijeloj globalnoj sferi, ali tek su u drugoj polovici dvadesetoga stoljeća multinacionalne i transnacionalne industrijske i financijske korporacije stvarno počele biopolitički strukturirati globalna područja (...) Djelatnost korporacija više ne određuje nametanje apstraktne zapovijedi i organizacija jednostavne krađe i nejednake razmjene. One, u stvari, izravno strukturiraju i oblikuju područja i stanovništvo.*<sup>213</sup>

Pitanja koja okupiraju interes ovih autora tiču se pre svega velike industrijske i finansijske sile koje proizvode ne samo robu, predmete i dobra već i potčinjenost. One proizvode potrebe, društvene odnose, tela i umove, pa prema tome proizvode i one koji u okviru ovog sistema stvaraju. Jedno od velikih industrijskih polja je polje kreativne industrije čiji je dizajn značajan akter. Sistem je tako stvoren da radi za proizvodnju i da proizvodnja radi za sistem u okviru koga postoji povezanost skupova međusobnih odnosa. Biopolitička proizvodnja, prema Hartu i Negriju, produkuje nematerijalna jezgra proizvodnje jezika, diskursa, komunikacije i simboličkog, ono što razvijaju komunikacijske industrije.

Ekonomski aspekt koncepta imperije je od posebne važnosti za razumevanje uloge savremenog dizajna u kontekstu globalizacije sveta. Kako je naznačeno, dizajn je igrao značajnu ulogu u razvoju i modernizaciji ekonomije. Hart i Negri, ističu da se modernizacija ekonomije i industrije odigrala u tri faze: prelaz iz prve paradigme (poljoprivrede) u drugu (industrija i manufaktura), i iz druge u treću (pružanje usluga i rukovanje informacijama). Danas je modernizacija dovedena do kraja. Industrijska proizvodnja se više ne širi na druge ekonomske

---

<sup>212</sup> Ibid, 35.

<sup>213</sup> Ibid, 39.

oblike i pojave. U trećoj paradigmi proces modernizacije se iskazuje seljenjem iz industrije u uslužna radna mesta, tercijalni sektor.<sup>214</sup> Pored toga što dizajn kao kreativna industrija pripada i sektoru usluga. Radna mesta su pokretna, obeležava ih uloga znanja, informatike, afekata, komunikacije, prezentacije, planiranja, dizajniranja.

Njihovu tvrdnju – da je modernizacija završena – ne treba shvatiti doslovno. To ne znači da industrija više neće proizvoditi, niti da prestaje da igra glavnu ulogu. Prelazak sa druge na treću paradigmu zapravo znači da će se druga paradigma učiniti još produktivnijom, rafiniranijom, mlađom. Takve tendencije utiču i na samu prirodu i kvalitet rada. Uslužni sektori ekonomije predstavljaju bogatiji model proizvodne komunikacije. Najveći broj usluga, pa tako i dizajn zasniva se na razmeni informacija i znanja. Negri i Hart uvode novi koncept rada u doba globalizma, koji nazivaju *nematerijalni rad*. To je rad koji ne stvara nikakva materijalna dobra, odnosno rad koji proizvodi neko nematerijalno dobro, kao što je usluga, kulturni proizvod, znanje ili komunikacija. Treba istaći da dizajn po sebi jeste intelektualna nematerijalna delatnost koja se bavi osmišljavanjem materijalnog, a za samu proizvodnju zaduženi su neki drugi sektori. Drugim rečima, dizajnerska praksa ne proizvodi materijalno, već radi na razvoju ideja koje se u daljem procesu prenosi u druge sektore koji te ideje postavljaju u stvarnost.

U literaturi se dizajn često povezuje sa industrijom zabave, što i nije tako čudno jer i jedno i drugo polje pripadaju kreativnim industrijama. Industrija zabave se usmerava na stvaranje afekata i rukovanje njima, kažu Hart i Negri. Taj rad je svakako nematerijalan, čak i ako je telesan i afektivan, stvara se osećaj lakoće, zadovoljstva, uzbuđenja i strasti. Autori ističu:

*Kategorije poput “osobne usluge” ili usluge bliskosti često se koriste da označe tu vrstu rada, ali njemu su bitni stvaranje afekta i rukovanje njime. Takva afektivna proizvodnja, razmjena i komunikacija često se povezuju s ljudskim dodirrom, ali dodir može biti ili stvaran ili virtualan, kao što je u industriji zabave.*<sup>215</sup>

Hart i Negri prepoznaju tri vrste nematerijalnog rada. Prvi je uključen u industrijsku proizvodnju, koja je informatizovana. Drugi je analitički i njegovi zadaci su simbolički, cepa se na stvaralačko i inteligentno rukovanje. I treća vrsta nematerijalnog rada uključuje proizvodnju afekata i rukovanje njima. On zahteva (imaginarno ili stvarno) ljudski rad, rad u telesnoj funkciji.

---

<sup>214</sup> Ibid, 241.

<sup>215</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 247.

To su tri vrste rada koje pokreću postmodernizaciju globalne ekonomije. Uočava se da dizajn u svim svojim oblicima i disciplinama preseca sve tri koncepcije nematerijalnog rada, te preuzima opisane osobine. Dizajn uključuje društveno međusobno delovanje i saradnju, koja nije nametnuta, ona je imanentna samoj dizajnerskoj delatnosti. Dakle, dizajn u postmodernizaciji globalne ekonomije jeste nematerijalni rad i to u potpunom obliku. Moglo bi da se kaže da je paradigma ili model nematerijalnog rada sam dizajn.

Globalni uspesi dizajnera kao što su Filip Stark, Frenk O Geri, Rem Kulhas, Zaha Hadid, Dolče i Gabana, Aleksandar Mekvin, Džonatan Ajv ili Karim Rašid samo su simptomatične pojave koncepta imperije. Dometi dizajna u kontekstu imperije jesu primeri onoga što Rober Rajk naziva *superkapitalizmom*. Reč je o savremenoj političkoj ekonomiji kojom dominiraju transnacionalne korporacije na uštrb javnih institucija, društvene zajednice, društvenih vrednosti i lokalnih kultura.<sup>216</sup> Rajk navodi da je tranzicija došla do globalnog kapitalizma epohalnih razmera. Ekonomija i urbani razvoj tokom prve modernizacije (prelaska iz prve u drugu paradigmu) karakterisalo je nadmetanje između nacionalnih sistema. Tokom drugog prelaza, iz druge u treću paradigmu, u nameri da preuzmu kontrolu nove ekonomske logike i njenog društvenog, kulturnog i prostornih implikacija, nacionalne vlade postigle su međusobnu saradnju, što je dovelo do pojave velikog broja novih institucija, čiji fokus više nije bio nacionalan već internacionalan. Mnoge regionalne organizacije postale su preko-granične. Sve više i više dizajnera počelo se uključivati u procese preko-granične saradnje, što je uticalo na rekonfiguraciju prirode dizajnerske profesije. Time je sama profesija prešla u polje *transnacionalne kapitalističke klase*.

Lesli Skler obrađivao je karakter transnacionalne kapitalističke klase.<sup>217</sup> Ovoj klasi pripadaju pojedinci koji profesiju obavljaju preko-granično kao normalni deo svoje radne. Skler ističe da je transnacionalna kapitalistička klasa zapravo deo *nove ekonomije* koja se bazira na tehnologijama proizvodnje, uslugama (biznis, finansije i lične), kreativnim industrijama (mediji, film, muzika, turizam), i dizajnu. U nju spadaju modno orijentisane kompanije koje proizvode konfekciju, nameštaj, produkt dizajn, dizajn enterijera i arhitekturu. Skler definiše četiri specifične frakcije transnacionalne kapitalističke klase. U dizajnerskoj disciplini lako se mogu pronaći one

---

<sup>216</sup> Robert Reich, *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*, Knopf, New York, 2007.

<sup>217</sup> Leslie Sklair, The Transnational and Capitalist Class and Contemporary Architecture in Globalizing Cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.20, No.3, 2005, 485–500.

firme koje zapravo jesu vanredni primeri ovih frakcija. Skler se fokusirao na arhitektonske firme, ali se karakteristike frakcija lako mogu sinhronizovati i na drugim dizajnerskim poljima. Prema tome, frakcije transnacionalne kapitalističke klase su:

1. *Korporativna frakcija* – vodeće transnacionalne korporacije i njihovi lokalni uredi: *Fig40* (Kanada), *LOE Design* (Kina), *Porsche Design* (Nemačka), *Ding3000* (Nemačka), *Freedom of Creation* (Holandija), *Van der Veer Designers* (Holandija), *Seymourpowell* (Velika Britanija), *RKS* (Sjedinjene Države), i tako dalje.
2. *Državna frakcija* – političari i birokrate na globalnom nivou koji zapravo odlučuju šta će se graditi, proizvoditi, izvoditi ili publikovati. Ova frakcija je izuzetno važna jer se danas gradovi takmiče za status globalnog centra kroz promociju ikonskog dizajna.
3. *Tehnička frakcija* – ovoj frakciji pripadaju ne samo dizajneri profesionalci na globalnom nivou, već i vodeći tehničari, tehnolozi, inženjeri ili ekonomisti dakle svi oni koji nude tehničke i izvođačke usluge.
4. *Konzumeristička frakcija* – prodavci, mediji, marketing, odnosno mašinerija koja podstiče potrošnju. O vezi potrošnje i dizajna je bilo reči ranije; ta veza se prepoznaje recimo kada *Prada* angažuje Kulhasa ili Hercoga i De Meurona, da dizajniraju brend-prodavnice u najvećim globalnim centrima, ili na primerima visoko dizajniranih potrošačkih magazina kao što je *Wallpaper\**.<sup>218</sup>

Dizajn je u eri globalizacije dobio novi internacionalni i kosmopolitski izgled. U relativno skorašnjem periodu dizajnerskim firmama su digitalne i telekomunikacione tehnologije, napredne internacionalne biznis usluge, pojava klijenata sa transnacionalnim i kosmopolitskom senzibilnošću omogućili da razviju svoje portfolije sa izrazitim internacionalističkim karakterom. Najveće dizajnerske firme, sa velikim brojem filijala širom sveta, jesu zaista globalne. Obuhvatniju sliku dizajnerskih usluga u globalizovanom svetu ponudili su Noks i Tejlor. Oni navode da je prvi talas ekonomske globalizacije, sedamdesetih godina XX veka, doveo do proizvodnje giganata kao što je *General Motors*, ili *General Electric*.<sup>219</sup> Digitalne tehnologije su osamdesetih godina ostvarile prostor za formiranje nove ekonomije, ali i stvaranje transnacionalnih korporacija. To je dovelo do toga da vodeće firme zadobiju globalnu klijentelu. Vodeće firme postale su *globalni*

---

<sup>218</sup> Ibid, 486.

<sup>219</sup> Paul L. Knox and Peter J. Taylor, *Toward a Geography of the Globalization of Architecture Office Networks*, *Journal of Architectural Education*, Vol. 58, No. 3, 2005, 23–32.

*brendovi* čiji integritet zahteva zaštitu. Zaštita je garantovana kroz niz manjih lokalnih firmi, preko kojih velike korporacije šire svoju mrežu poslovanja kako bi ostvarili globalne uslužne kapacitete.

Dizajnerske firme su sporije dostigle razinu globalnog igrača. Ogroman napredak u ovom smislu dizajnerske firme su ostvarile tokom ekonomskog procvata devedesetih godina XX veka. Ispitujući odnos globalnih gradskih centara i dizajnerske prakse Noks i Tejlor su istakli da je rast gradova značio i postavljanje prostora za infiltraciju dizajnerskih firmi globalnog karaktera, sa filijalama na svim kontinentima:

*(...) dizajnerske firme lokalizirane su u najvećim svetskim gradovima, blizu transnacionalne elite. Preciznije, najveća koncentracija globalne dizajnerske prakse za sada se nalazi u Londonu. Drugi važniji gradovi arhitektonske prakse su Hong Kong, Los Anđeles, Melburn, Nju Jork, San Francisko, Singapur, Tokio i Vašington. Takođe, postoje filijale i u nekoliko gradova na Bliskom Istoku i Pacifičkoj Aziji.<sup>220</sup>*

Ovaj geografski raspored dizajnerskih korporacija potvrđuje da je dizajn dobio specifičnu globalnu dimenziju vođenu tržištem. Na primer, gradovi u Sjedinjenim Državama predstavljaju dugotrajno mesto prebivališta velikih svetskih brendova, Australija predstavlja manju verziju američkog modela gradova, Bliski istok je region u kome se koncentriše bogatstvo sa političkom klijentelom koja pokušava da svoje gradove razvije. London je centralno mesto za dizajnersku praksu, što je bacilo senku na druge evropske gradove.

Modni dizajn, primer globalizovanog dizajna, je lokalizovan u nekoliko internacionalnih centara. Modni dizajn pokazuje najsiroviji i najekstremniji oblik dizajnerskog rada u kontekstu globalne ekonomije i njenih posledica na društvenu okolinu. Kako Noks navodi, postoji određeni prostorni obrazac koji pokazuje da Pariz ima duboko uspostavljenu predominaciju u kulturi koja je oslikana kroz medijsku reprezentaciju samog grada. *Fashion week* je koncept koji je postao krucijalan za promociju i podsticanje kosmopolitskog izgleda i statusa nekog grada. Magnetizam svetskih metropola za dizajn usluge izuzetno zavise od kruženja kapitala. Istorija, karakter, kosmopolitizam, prostorna organizacija, ali i dizajn usluga variraju od grada do grada. Kako Noks i Tejlor navode, tri najvažnije metropole za modni dizajn na globalnom nivou danas su Pariz, Njujork i Milano.

---

<sup>220</sup> Ibid, 24.

### 1.3. Dizajn u ekonomskom i socijalnom kontekstu

Dizajn, kao predmet i praksa, postao je centralni aspekt savremenog urbanog života, kako pojedinca tako i populacije uopšte. Kao predmet, kao objekat ili kao slika, dizajn nije samo atraktivan, već je i efikasan i profitabilan. Dizajn ne samo da utiče na konstrukciju nego i na dekonstrukciju prostora, zgrada, predmeta i slika. On utiče na produkciju velikog broja elemenata materijalne i nematerijalne kulture. Dizajn urbane elemente čini čitljivima, organizuje kretanje, pomaže pojedincu da živi, radi, postoji, donosi red i stabilnost u inače kompleksno, haotično i promenljivo društveno okruženje. Dizajn ostvaruje benefit za žene, decu, starije, ljude sa posebnim potrebama, drugim rečima za manjinske grupe. Sprečava zločin, štiti kulturo nasleđe, pojačava osećaj pripadnosti, štiti zajednicu, podstiče udruživanje, utiče na održivi razvoj i borbu protiv klimatskih promena. Signalizira socijalni status i način života, reflektuje ukuse i širi kulturne promene. Dizajn čini prostor i ukupno urbano okruženje privlačnim, zgrade i predmete izuzetnim, odeću stilizovanom, a predmet čini više nego efikasnim. Drugim rečima, dizajn prodire u svakodnevni život pojedinaca i populacije čineći ga lepšim i funkcionalnim. Međutim, daleko različitiji aspekt dizajna leži u široj ekonomskoj i simboličkoj vrednosti, u podržavanju i održavanju političke ekonomije savremenog kapitalističkog društva, društva kontrole. Dizajn čini izvesni predmet efikasnim, sigurnim, funkcionalnim, atraktivnijim i poželjnim. Fundamentalni potencijal dizajna je da postane ključna dimenzija razmene vrednosti stvari i ključni uslov njihove atraktivnosti na tržištu – bilo da se radi o gradu, zgradi, reklami, haljini, automobilu, i tako dalje. Dizajn zapravo osmišljava formu ideja, ideologija, usmerava kretanje, ali i ukupno postojanje. On signalizira vrednosti, te kao takav jeste moćan element dinamike političke ekonomije države, društva, nacije, naroda, građana, žitelja *grada*.

Adrian Forti ističe da nisu dizajneri jedini zaslužni zato što je dizajn postao tako važna delatnost u savremenom društvu. Iako je dizajner izvršitelj dizajna, odgovornost je podeljena između njega i samog klijenta, odnosno korisnika koji donosi konačan sud i konačnu odluku o tome koji proizvod će ići u proizvodnju, koja će se zgrada graditi, koja će se slika štampati.<sup>221</sup> Protokol je takav od kada postoji dizajn. U svakom slučaju, odluku o tome koji će dizajn biti izveden, koja će ideja biti realizovana donosi klijent, a ne dizajner. Forti navodi:

---

<sup>221</sup> Adrian Forty, *Objects of Desire, Design and Society 1750–1980*, Thames and Hudson, London, 1986.

*(...) dizajn je određen idejama i materijalnim uslovima nad kojima dizajneri nemaju kontrolu, a ipak, s druge strane, dizajn jeste rezultat provođenja dizajnerove kreativne autonomije i originalnosti. Da izrazimo taj paradoks u najekstremnijim pojmovima: kako se može reći da dizajneri upravljaju vlastitim radom, kad su oni u istom trenutku tek izvršitelji ideologije koji ishod svoga rada mogu odrediti od prilike jednako koliko i mrav ili pčela radilica?*<sup>222</sup>

Forti dodaje da dizajn igra nedvosmisleni ulogu u olakšavanju cirkulacije i akumulacije kapitala, tako da stimuliše potrošnju kroz diferencijaciju produkta posebnim marketinškim taktikama. Dizajn kao pridev ima moć da u predmetu označi prestiž i poželjnost. S obzirom na to da ima takve moći dizajn dodaje vrednost produktima, čak pretpostavlja kvalitet – ali kao i carevo novo odelo, ovakav složen sistem odnosa nije očigledan. Prema tome, dizajn skriveno i prećutno učestvuje u socijalnoj reprodukciji kapitala, legitimaciji autoriteta vlasti, u kreaciji i održavanju nacionalnog identiteta. Dizajn je nastao i razvijao se uporedo sa industrijskom revolucijom, masovnom proizvodnjom, konzumerističkim društvom, te igrao značajnu ulogu u održavanju fordističkog i post-fordističkog sistema proizvodnje.

Dizajn je glavni element u stilizaciji, kodifikaciji i efektivnoj komunikaciji prema publici potrošača. U širem smislu, dizajn se može posmatrati kao duh vremena prevladavajuće političke ekonomije kojoj i sam služi, kao dodatna komponenta upravljačkog sistema, kao jedan od načina preko koga se održava neophodno stanje konstitucije sistema i reprodukcije. Pol Noks, teoretičar urbanizma, arhitekture i dizajna, u knjizi *Cities and Design*<sup>223</sup> pokušava da razume i interpretira urbanizam i arhitekturu u kontekstu akumulacije i cirkulacije kapitala koja se dešava u okviru urbanog prostora kao zatvorenog sistema proizvodnje i potrošnje materijalne kulture. Noks ističe da je uloga dizajnera arbitarska, kreatoriska i manipulatorska u odnosu na estetiku koju interpretira kao deo procesa promena odnosa u društvu. Ovakvim pristupim Noks obeležava dizajn prvo, kao ključni instrument u konstrukciji nacionalnog i metropolitanskog identiteta i konstrukciji društvenih klasa i raznih društvenih grupa sa specifičnim životnim stilovima. I drugo, dizajn leži na razini šire političke ekonomije legitimacije. Dizajn je drugim rečima tajni, tihi, ili nemi saučesnik koji postoji između dizajnera i agendi političkih i ekonomskih vlasti/moći. Noks kaže da:

---

<sup>222</sup> Ibid, 242.

<sup>223</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011.



*Legitimacija može, prema tome, zahtevati skroman dizajn ili dizajn niskog profila. I obrnuto, nije samo visoki dizajn onaj koji legitimiše prevladavajući poredak. Svakodnevna organizacija doma, radnog prostora ili susedstva takođe pomaže naturalizaciji odnosa klasa i rodnosti. Prema tome, još jedna važna funkcija dizajna je socijalna reprodukcija, kreiranje okolnosti i slika koji sistematizuju i kanališu vrednosti i svetonazore različitih klasa i doprinosi moralnoj geografiji koja se iskazuje naročitim sistemom vrednosti u materijalnoj formi.*<sup>224</sup>

Bitno je istaći da dizajn funkcioniše kao svojevrsni *imanentni mehanizam preživljavanja* konzumerističkog kapitalizma, koji dopušta dominantnoj socijalnoj strukturi i poretku da se samozaštiti od opozicionih ideoloških otpora. Dovoljno je setiti se nemira šezdesetih godina kada su se poredak i korporativni kapitalizam susreli sa komunama, anarhizmom, protestima i revolucijom. Nemiri su se okončali formulisanjem i utapanjem u kulturni poredak zabeležen na dizajniranim posterima. Mnogo je primera asimilacije nezadovoljnih masa u kapitalistički socijalni i ekonomski poredak. Agresivna pank kultura, koja se proširila širom Engleske u kasnim sedamdesetim i osamdesetim godinama, takođe je asimilacijom zaustavljena. Dizajn je pank kulturu postavio kao eksponat u formi dizajnerskih butika visoko modnih kvartova, i kreirajući pank modni stil. Na kraju, subverzivne i transgresivne subkulture, poput repa ili hip-hopa, izuzeto brzo su preobražene u proizvode masovne potrošnje u obliku gigantskih majci, širokih pantalona, ili razmetljivog nakita. Pa čak iako se pogleda malo dalje u prošlost, društveno odgovorne ideje Bauhauusa prilično brzo kooptirane, preuzete i pridružene kapitalu kada su vodeći ljudi Bauhauusa prešli Atlantik.

### *1.3.1. Dizajn kao oblik svakodnevnog života*

Dizajn je apsorbovao građansko tkivo, ljudski potencijal, pretvorio ga u goli život, i danas je gotovo nemoguće prepoznati ono što uzbuđuje, raduje ili ono što je zaista potreba – sve je pomešano. Dizajn je postao pridodan sastav društvenog organizma. Noks objašnjava da je razlog ovakvom stanju zasnovanost zapadne ekonomije na kulturi materijalizma. Noks definiše dizajn u savremenom društvu na tri razine:

---

<sup>224</sup> Ibid, 6.

1. Dizajn je permanentna društvena, materijalna i kulturna stvarnost.
2. Dizajn vrši estetizaciju svakodnevnog života.
3. Dizajn uspostavlja obrasce životnog stila, statusa, ponašanja, kao i simbole i vrednosti,<sup>225</sup>

U prvom aspektu, čini se *da je danas sve dizajnirano i da je sve dizajn*. Dvadesete godine su označene kao momenat uspostave potrošačkog društva, odnosno masovne potrošnje po fordističkom modelu. Ekonomski uspon posle Drugog svetskog rata proširio je fordistički model. Duh moderne potrošnje bio je pun iluzija, a posebno je dopunjen uvođenjem kreditnih kartica, o čemu piše Lazarato u tezama o društvu duga.<sup>226</sup> Kasnih šezdesetih Debor je zapadno društvo poistovetio sam *društvom spektakla* i identifikovao momenat kada je proizvod potpuno okupirao socijalno tkivo.<sup>227</sup> Odnos želja i potreba dodatno je razjasnio Žan Bodrijar.<sup>228</sup> Generacija bejbibumera transformisala je društvo, norme potrošnje, kao i političku i popularnu kulturu, prihvatajući konzumeristički način života. Noks ističe da je posledica toga bila da su ljudi prestali da troše manje, počeli su da pozajmljuju više, da odlažu roditeljstvo, zadovoljavaju sebe luksuzom koji im je marketing predstavljao kao simbol vrednosti, zatim su život ispunili hedonizmom: dizajnirani restorani, dizajnirana odeća, dizajniran dekor, dizajnirana oprema i nameštaj, a za one koji su sebi to mogli da priušte dizajnirani automobili, dizajnirani domovi, dizajnirani kvartovi, i dizajnirani gradovi. Drugim rečima, savremeno društvo u potpunosti je dizajnirano.

Drugi aspekt opisuje dizajn kao kreatora *estetizacije svakodnevnog života*. Od osamdesetih godina tradicionalni identiteti grupa koji su se zasnivali na klasi, etnicitetu ili godinama, stopili su se kada su ljudi počeli da svoje identitete i životne stilove konstruišu prema obrascima potrošnje. Noks ističe da su takve tendencije direktna posledica delovanja dizajna, marketinga i brendinga. I zaista, uočljiva je *opsena* koja se javlja u katedralama potrošnje – šoping molovima, lancima trgovina, franšizama, restoranima brze hrane, kazinima ili tematskim restoranima i parkovima. Reklamiranje, kampanje, eksploatacija narcizma, totemizam, doveli su do estetizacije savremenog života. Dizajn implicira proizvodnju i potrošnju u skoro svakoj sferi i na svakom nivou. Dizajn

---

<sup>225</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011.

<sup>226</sup> Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, *Semiotext(e)*, Los Angeles, 2012.

<sup>227</sup> Guy Debord, *Society of the Spectacle*, translated by Ken Knabb, Bureau of Public Secrets, 2002.

<sup>228</sup> Jean Baudrillard, *Sumrak znakova*, (1975), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 167–183.

materijalnog okruženja postao je prisno vezan za mnoge aspekte potrošnje, a posebno one koje se tiču modnog dizajna ili dizajna luksuznih predmeta. U svetu brenda potrošači uživaju u proizvodima poznatih arhitekata kao što su Masimiliano Fuksas, Rem Kulhas ili Džon Pavson; modni imena kao što su *Armani*, *Boss*, *Calvin Klein*, *Mango*, *Prada*, *Louis Vitton*, stapaju se u okruženju i sa okruženjem stvarajući karakteristične hibridne forme. Na primer, danas je logično očekivati međudisciplinarni dizajnerski poduhvat između arhitekture i modnog dizajna. Kao rezultat stvaraju se dizajnerske zvezde i prodavnice velikih robnih imena. Dovoljno je pažnju usmeriti na projekat *Fondacija Prada Campus* koju je projektovala firma OMA Rema Kulhasa, a koja je otvorena u Milanu 2015. godine. Primeri mogu biti i drugi poznati projekti dizajnera kao što su Frenk Geri, Zaha Hadid, Hans Hemert, Peter Marino, Ričard Prajs. Na takvim primerima najbolje se čita nova međuzavisnosti mode, maloprodaje, turizma i dizajna. Velika imena dizajna ulaze u proizvodne linije: Majkl Graves dizajnira kuhinjske aksesuar, Aldo Rosi kreira escajg za *Alessi*, Mario Bota oblikuje *Caran D'Ache* penkalo, Norman Foster dizajnira kancelarijsku opremu za *Helit*, i tako dalje. Danas je sve podređeno brend stilu, od džinsa, donjeg veša, do satova. Prema tome, estetizacija svakodnevnog života ogleda se u međudisciplinarnom preklapanju polja dizajnerske discipline sa komercijalnim elementima društva i tržišta, a za rezultat dobijaju se hibridne tvorevine čiji je cilj održavanje ciklusa prodaje i potrošnje.

Konačno aspekt koji se tiče možda ključne uloge dizajna u društvu, odnosi se na to da *dizajn uspostavlja značenje, vrednosti i obrasce ponašanja*. Društveni život je impregniran znakovima. Bodrijar navodi da izgled i moda predmeta izgrađuju posebnu bazu posmatranja i razumevanja realnosti, odnosno grade svetonazor.<sup>229</sup> On objašnjava da moda dopunjuje političku ekonomiju. Sve brža igra samih označitelja među sobom i nametanja zakona vrednost/znak u modi su poprimili razmere opčinjenosti što ih izaziva nestanak referencijalnog polja.<sup>230</sup> Na primer, nefunkcionalna cediljka za limun Filipa Starka, česti rekvizit na filmovima ili fotografijama dizajniranih stanova, *Juicy Salif* firme *Alessi*, dizajnirana 1990. godine, i danas se prodaje po visokoj ceni od 80 dolara. Potrošači nesvesno grade svoj identitet i ponašanje preko kodova upisanih u predmete, modu i umetnost. Činjenica da je *Juicy Salif* praktično neupotrebljiv predmet samu potražnju ne smanjuje. Potražnju osigurava njen *cool* izgled i moć u kojoj se preklapaju

---

<sup>229</sup> Jean Baudrillard, Sumrak znakova, (1975), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 167–183.

<sup>230</sup> Jean Baudrillard, Moda ili čarolija koda, u Mirna Citan-Černelić et al. (ured.), *Moda: Povijest, sociologija i teorija mode*, Školska knjiga, Zagreb, 2002, 191.

imena *Alessi* i *Stark*. Noks navodi da su simbolizam i značenje materijalnih stvari pod konstantnom konstrukcijom i dekonstrukcijom, interpretacijom i reinterpretacijom koja se vrši individualno i kolektivno.<sup>231</sup> Mehanizmi preko kojih se uspostavljaju značenja, simboli i statusi proizvoda materijalne kulture su:

*(...) reklame, pojavljivanje dizajniranih predmeta u filmovima, televizijski makeover programi, štampani mediji, blogovi i word-of-mouth, zajedno sa prećutnim razumevanjem koje dolazi iz socijalnih redova i ljudske reflektivne svesnosti (...) knjige, profesionalni magazini, potrošački žurnali i ničeanski lifestyle magazini. Knjige na temu dizajna su predominantne, štampane u velikim formatima, namenjene da stoje na klub stolovima, kao i monografije izdavača kao što su Brkhauser, Phaidon, Princeton Architectural Press, Rizzoli i Taschen koji sadrže karakteristične spiskove arhitekata i dizajnera sa pažljivo kultivisanom pogledom na knjigu kao objekat.*<sup>232</sup>

Adrian Forti objašnjava da takva vrsta štampanog materijala predstavlja kulturnu lobotomiju koja dizajn povezuje isključivo sa čulom vida dok su ostala čula zanemarena, a sve u cilju vezivanja pažnje za potrošnju.<sup>233</sup>

Ovaj fenomen evidentan je na primer u profesionalnim magazinima koji se bave temama dizajna i dizajnera, umetnosti, prepuni ilustracijama i fotografijama. Oni se nazivaju i *showcase* ili portfolio magazini, kakvi su na primeri *Abitare*, *Communication Arts*, *Domus*, *Graphis*, *I.D.* i *Print*. Takvi magazini su dobro opremljeni, u visokom sjaju stranica, stimulativnih fotografija, te prikazuju aktuelne, najnovije primere arhitekture, dizajna enterijera, nameštaja, grafičkog dizajna, produkt dizajna, modnog dizajna ili ambalaže. Ovakvi magazini su pre svega namenjeni samim dizajnerima, ali po svojoj jednostavnosti čitanja vrlo su pristupačni i širokoj publici. Sa druge strane stoje publikacije koje preporučuju specifični *lifestyle*: *Architectural Digest*, *Elle Decor*, *Living*, *Metropolis*, *Metropolitan Home*, *Wallpaper\**, *World of Interiors*. U njih se ubrajaju i katalozi određenih kompanija kao na primer *Sony Style* ili *A&F (Abercrombie & Fitch) Quarterly*. Takvi i slični mediji korisnicima nude pre svega interpretaciju stila za koju su zadužene poznate ličnosti, urednici ili art direktori. Vremenom se razvila specifična strategijska formula: smanjiti

---

<sup>231</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 13.

<sup>232</sup> Ibid, 14.

<sup>233</sup> Adrian Forty, *Objects of Desire, Design and Society 1750 – 1980.*, Thames and Hudson, London, 1986, 6.

pisani tekst, povećati reklamu, konzumenta usmeriti na potrošnju i mesta na kojima se ona izvodi, restorani, šoping molovi, nova dizajnirana javna mesta, brend, i tako dalje.

### 1.3.2. *Prostor angažovanja dizajna: biopolitički grad*

Dizajn kao biopolitički mehanizam upravljanja pojedinaca i populacije deluje u određenom prostoru. Gradovi, urbane sredine, jesu motori ekonomskog razvoja i centri kulturne inovacije, socijalne transformacije i političkih promena. Agamben je prostor u okviru koga deluju biopolitički mehanizmi objasnio paradigmom logora. Prema Agambenu, logor se ne sme gledati kao činjenica prošlosti – logor i danas postoji u obliku produžetka društvenog prostora. Logori ne nastaju iz redovnog prava, još manje iz transformacije i razvoja zatvorskoga prava, nego iz *vanrednog stanja*. Lazarato je definisao takvo stanje društvenog bića kao *stanje duga*, Hart i Negri to vanredno stanje naziva *Imperija*, a Delez *društvo kontrole*.<sup>234</sup> Vanredno stanje treba postati hitno, brzo i neprekidno, u kome izuzetak postaje pravilo. Da bi se ispravno razumela priroda *logora*, treba sagledati karakterističnu važnost veze između vanrednog stanja i koncentracionog logora. Agamben definiše logor kao vanredni prostor koji u sebi sadrži specifičan paradoks. Paradoks se uočava u isključivanju, a ono što se u logoru isključuje jeste uključenje. Ono što je na taj način zatočeno u poretku jest samo vanredno stanje.<sup>235</sup> Prema tome, logor se ne pojavljuje samo kao apstraktno stanje ili društveno uređenje, logor je danas i otelotvorenje savremenog grada, koji je ograđen vidljivim i nevidljivim ogradama, stvarajući ćelije unutar samog grada. Fizička topologija grada, kao i virtuelni društveni poredak mogu se definisati preko logike vanrednog stanja.

Poredak savremenog društva svoje otelotvorenje dobija u gradu. Noks uvodi četiri principa preko kojih identifikuje funkcije grada. Prvo, mobilizirajući funkcija: grad obezbeđuje efikasan prostor za organizaciju rada, kapitala, materijala i savršenu podlogu za distribuciju gotovih proizvoda. Grad jeste pogodan za podsticaj konzumerizma. Drugo, urbani prostor poseduje kapacitet odlučivanja: gradovi inkorporiraju mašineriju za donošenje odluka od privatnog i javnih

---

<sup>234</sup> Videti: Giorgio Agamben, *Homo sacer*, Suvremena moć i goli život, Arkzin, Zagreb, 2006, 103–159, Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012, Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, Michael Hardt i Antonio Negri, *Mnoštvo: Rat i demokracija u doba Imperija*, Multimedijalni institute, Zagreb, 2009, Gilles Deleuze, *Postscript on the Societies of Control*, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.

<sup>235</sup> Giorgio Agamben, *Logor kao nomos modernog*, u *Homo sacer*, Suvremena moć i goli život, Arkzin, Zagreb, 2006, 146–159.

institucija i organizacija, koje su koncentrisane na političku i ekonomsku moć. Treće, generativna funkcija grada: grad je kreativno polje, koncentracija ljudi omogućava veliku interakciju i takmičarski duh koji podstiče inovativnost, znanje i informisanost. I četvrto, transformativni kapacitet grada: gradovi pojedincu pružaju razne oblike transformacije subjektiviteta i identiteta. Specifičnost odnosa dizajn-grad, grada kao paradigme logora, izražava se u višestrukim ulogama dizajna.<sup>236</sup>

U preseku ove četiri funkcije leži dizajn kao mehanizam proizvodnje i održavanja konzumerističke ekonomije i potčinjavanja. Dizajn je krucijalna komponenta modernizacije, proizvod i nositelj modernosti, kao centralni princip modernizma. Bodrijar je podvukao važnost simboličke komponente konzumerizma i njegove uloge u klasnom svrstavanju unutar jednog društva analizirajući kodove potrošnje i važnost stimulacije u savremenoj kulturi.<sup>237</sup> Debor je elaborirao na temu spektakla kako bi opisao konzumerističko društvo i sveprisutnost ambalaže, promocije, prikaza i medijske reprezentacije.<sup>238</sup> Poststrukturalisti su se orijentisali na načine prema kojima uspostavljaju moć i vlast preko kodova potrošnje i u okvirima simboličkih pejzaža. Bart je istraživao načine prema kojima na izgled nevini jednostavni svakodnevni simboli formiraju *kodeve dominacije* koji održavaju vlast – set meta/označitelja koje naziva *mitologijama*.<sup>239</sup> Fuko iscrtava dijagram Panoptikona koji se odnosi na poredak društva i preslikava se na plan grada i zgrada.<sup>240</sup> Burdije razmatra značaj kulturne razlike među klasama, i njihovoj međusobnoj borbi, i dokazuje da ne postoji nešto što se naziva prirodnim ukusom, već je ukus uvek arbitriran spolja.<sup>241</sup>

U svetlu ovih teorijskih perspektiva dizajn se može interpretirati kao sredstvo kojim se podstiče masovna potrošnja, tako što se potrošačima približavaju proizvodi stvaranjem želja, predstavljajući proizvode kao ekskluzivne i nove, dajući im dodatnu vrednost.<sup>242</sup> Džulijer navodi:

*(...) kultura dizajna pridonosi preklapanju tih stavova, čineći potrošnju ujedno aktivnom i pasivnom, takođe znakovitom i bez značenja (...) Potrošnja se nalazi na secištu različitih*

---

<sup>236</sup> Ibid, 16.

<sup>237</sup> Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage, London, 1998.

<sup>238</sup> Guy Debord, *Society of the Spectacle*, translated by Ken Knabb, Bureau of Public Secrets, 2002.

<sup>239</sup> Roland Barthes, *Mitologije*, Naklada Pelago, Zagreb, 2009.

<sup>240</sup> Michele Foucault, Space, Knowledge and Power, in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London, 1997, 347–357.

<sup>241</sup> Pjer Burdije, Klasni ukusi i životni stilovi, (1987), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 155–177.

<sup>242</sup> Dodata vrednost u ovom radu se uzima kao poseban ili specijalan doprinos nekom proizvodu koji se ostvaruje kao rezultat dizajniranja, a odnosi se na stvaranje i zadovoljenje želja grupa korisnika.

*sfera svakodnevnog života, između javnog i privatnog, političkog i ličnog, individualnog i društvenog. Ona predstavlja i artikuliše te odnose, ali je takođe i aktivna u njihovom stvaranju.*<sup>243</sup>

U skladu sa tim dizajn treba posmatrati kao vezu između ekonomije, kulture i politike, koje sve zajedno artikulišu socijalne relacije i ljudsko ponašanje, dok dizajnirani predmeti, zgrade i slike vrše konstantnu transformaciju i ponovno upisivanje od strane produkcijskih agenata i potrošača i korisnika. U savremenom društvu dizajn igra centralnu ulogu. Dizajnerska praksa je šire ugrađena u mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Prostor u okviru koga dizajn funkcioniše je grad – logor sa svojim zatvorenim dihotomijama. Dizajn treba posmatrati kao vezu između političkih, ekonomskih i kulturnih činilaca, koji se presecaju u njemu i preko njega artikulišu, upravljaju i kontrolišu socijalnim odnosima i ljudskim ponašanjem. Prema tome, dizajn uređuje odnose preko kojih se uspostavljaju i dele značenja vrednosti, način života i preko koga se prikazuje status.

---

<sup>243</sup> Guy Julier, *The Culture of Design*, Sage Publications, London, 2000, 65.

#### 1.4. Kultura i ideologija savremenog dizajna

Dizajn kao disciplina funkcioniše po fukoovskim načelima discipline. Pre svega potrebno je definisati grane dizajnerske discipline, te se u skladu s tim predlaže podela dizajna na nekoliko velikih dizajnerskih područja u skladu sa analiziranom literaturom. Viktor Margolin dizajn vidi kao proces koji povezuje mogućnosti sa željama. Moć dizajna nalazi se u konceptualizaciji i planiranju; ideja se prvo generiše, zatim oteletvoruje u produktu, bilo da se radi o predmetu, slici, sistemu, ili okruženju. Istorija dizajna se može definisati i kao istorija umetnosti oblikovanja robe.<sup>244</sup> Noks smatra da se dizajn bavi formom i funkcijom novih produkata, zgrada, slika i pejzaža, brinući o tehničkim, estetskim i marketinškim aspektima proizvoda. Predložena podela dizajnerskih grana je sledeća:

1. grafički dizajn (vizuelne komunikacije)
2. dizajn usluga i iskustva
3. produkt (ili industrijski) dizajn
4. modni dizajn
5. dizajn enterijera
6. arhitektura
7. pejzažna arhitektura
8. urbani dizajn
9. urbanističko planiranje

U suštini, prisutna je velika međuzavisnost ovih grana što omogućava dizajnerima da prelaze iz jedne u drugu sferu. Inovacija u dizajnu zahteva kombinaciju širokog spektra znanja koje se pojavljuje u interakciji različitih aktera koji sintetišu i kombinuju znanja.<sup>245</sup> Dizajn se bavi stilizacijom, ambalažom, brandingom, advertajzingom, uslugama, iskustvom, produktima, zgradama, okruženjem (otvorenim i zatvorenim) kao vidljivim produktima, a delotvorni radni principi su istraživanje tržišta, njegova interpretacija, modeli, prototipovi, izvođački crteži, planske i tehničke specifikacije, i inženjerski alati. Dizajnerski proizvod se može podeliti i još na dve kategorije i to *čvrsti dizajn (hard design)* i *meki dizajn (soft design)*; u prvu kategoriju spadaju

---

<sup>244</sup> Victor Margolin, Design for a Sustainable World, *Design Issues*, Vol.14, No.2, 1998, 87.

<sup>245</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 39.



arhitektura, urbani dizajn, građevina, nameštaj, proizvod i tako dalje, a u drugu konfekcija, marketing, grafički dizajn, magazini i tako dalje.<sup>246</sup>

#### 1.4.1. Kultura dizajna i kreativne industrije

Dizajn je proces koji se upliće u društvene odnose. Džulijer podvlači da koliko god se dizajneri trudili, oni ne kontrolišu procese kako javnost čita, interpretira i koristi predmete, slike ili prostore koji su produkt tog dizajna. Postoji paradoks u tome da dizajneri kontrolišu svoj rad, ali su u isto vreme agenti određene ideologije – dizajneri su podizvođači u širem sistemu mehanizma upravljanja. Tu kontradikciju Džulijer vidi kao središte *kulture dizajna*.<sup>247</sup> Kultura dizajna se definiše kao proces kulturološkog dijaloga, forum kanala kao što su magazini, naučne konferencije, svakodnevni govor o dizajnu koji globalno povezuje aktere koji komuniciraju i opravdavaju svoje aktivnosti. Dalje navodi da je kultura dizajna sistemskog i organizacionog karaktera. Kultura dizajna ima svojstva agenta, onog koji dodatno pokušava da reformiše ciljeve, prakse i efekte dizajna usmerene ka većoj socijalnoj i prostornoj dobrobiti. Kultura dizajna je još i praksa stvaranja vrednosti. Ona predstavlja i konceptualni dah koji ide preko tradicionalno korišćenih shvatanja inovacije i kvaliteta. Džulijer se u svojoj analizi kulture dizajna ne bave kvantitativnom ocenom, već kvalitativnim vrednostima koje dizajn praktikuje, cirkuliše i percipira u kontekstu globalizovane kulture. Prema tome, kultura dizajna ima ulogu u kreiranju i artikulaciji vrednosti, strukturiranju informacija i formiranju svakodnevnog života.

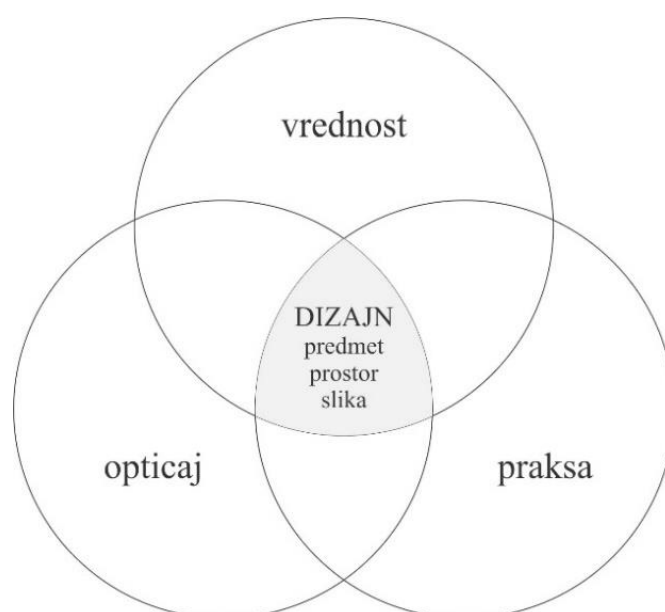
Džulijer je prepoznao ulogu dizajnera u kreiranju dodate vrednosti. To je svakako komercijalna vrednost, ali uključuje i socijalnu, kulturnu, političku i simboličku vrednost. Džulijer izdvaja tri elementa preko kojih se dizajn može analizirati u tom kontekstu – to su *vrednost, optičaj i društvena praksa (dijagram 2)*. Vrednosti koje proizvodi kultura dizajna ne podrazumeva samo *dobar dizajn*, već podrazumeva i socijalne, kulturološke, političke, i simboličke vrednosti. To je polje aktivnosti koje orkestrira i koordiniše nematerijalne i materijalne rezultate. Kreativno delovanje stvara, pozicionira i diferencira artefakte kako bi se vrednosti uvećale. Optičaj je sistem elemenata koji podupiru i oblikuju produktivne procese kulture dizajna, uključujući dostupne tehnologije, ljudske i faktore okoline. U optičaje još spadaju i utiču na konstituisanje kulture

---

<sup>246</sup> Deyan Sudjic, *Design Cities 1851–2008*, The Design Museum, London, 2008.

<sup>247</sup> Guy Julier, From Visual to Design Culture, *Design Issues*, Vol 22, No. 1, 2006, 64–76.

dizajna: mreža znanja, pravni okvir, politički procesi, fluktuacije tržišta i fiskalna politika. Informacije koje šalju artefakti su kanalisane, formatizovane, zabranjene, ili na njih utiču sistemi snabdevanja. Društvena praksa podrazumeva specifični tip i raspon aktivnosti, koje se još mogu označiti kao polja. Različite prakse imaju svoja pravila delovanja. Društvena praksa podrazumeva rutinsko ponašanje, koje je u isto vreme individualno izabrano i socijalno primenjivo. Kultura dizajna zahteva od posmatrača da analizira stvari koje se nalaze ispod vizuelnih i materijalnih atributa, i da zatim razmotri komplikovane mreže kreacije, manifestacije i značenja. Sa ove tačke gledišta može se jasnije razumeti uloga dizajna u širem kontekstu održavanja i podržavanja političke ekonomije kapitalizma.



*Dijagram 2: Kultura dizajna – vrednost, opticaaj i društvena praksa.<sup>248</sup>*

U okviru kulture dizajna stvaraju se proizvodi dodatnih vrednosti koji potpadaju pod šire polje ekonomskog delovanja koje se u literaturi naziva polje  *kreativnih industrija*. U sektor kreativnih industrija spadaju advertajzing, arhitektura, tržište umetnosti i antikviteta, računari i video igre, zanatstvo, modni dizajn, film i video, muzika, izvođačke umetnosti, izdavaštvo, softver, televizija i radio, i dizajn kao disciplina. Andi Prat je istraživao prirodu kulturnih i kreativnih industrija (kao što su film, novi mediji, pozorište, galerije, muzika, dizajn i advertajzing), kao i važne bliskosti i razlike među njima. On navodi da su kreativne industrije one koje proizvode visoki nivo estetskog i simboličkog sadržaja, a u vezi su sa njihovim funkcionalnim ili

---

<sup>248</sup> Ibid.

utilitarističkim osobinama. Kreativne industrije se oslanjaju na zahteve konzumenata kako bi stvorili ugodno okruženje, *cool* i osobene proizvode, a u cilju zabave, samoafirmacije i društvenog prikazivanja, paradiranja, i izlaganja.<sup>249</sup> Kreativne industrije pobuđuju prepoznatljivost i generišu marketinške proizvode sa efemernim i nedostižnim kvalitetima: glamur stila, *cool* i trend. Uz to, kreativne industrije u svoj sklop uvlače široki spektar hibridnih industrija kao na primer kulinarsvo, odnosi s javnošću, turizam, industrija nasleđa, frizura. šminka, dizajn nakita, veb-dizajn, kao i neformalne kreativne aktivnosti poput grafita.

U literaturi se govori o *produktima kulturne industrije (cultural-product industries)*. Alen Skot, teoretičar geografije i javnih politika, posebno je zainteresovan za ovaj pojam. Skot navodi da najpogodnije tle za razvoj proizvoda kulturne industrije jeste grad, sa većom ili manjom vezom sa fizičkim okruženjem (kao što je izraženo u pejzažima ulica ili arhitekturi).<sup>250</sup> Kulturne industrije su povezane sa socijalnom i kulturnom infrastrukturom: muzej, galerija, pozorište, trgovinski centar, objekti zabave, i tako dalje. Kulturna infrastruktura danas je povezana sa industrijskim oblastima specijalizovanim za aktivnosti kao što su reklama, grafički dizajn, audio-vizuelnih usluga, izdavaštvo ili konfekcije. Skot ističe:

*(...) kao i u drugim dinamičnim sektorima modernog kapitalizma, nad produktima kulturnih industrija dominiraju multinacionalni konglomerati, od kojih je najveći broj involviran u sve faze proizvodnje, od nastanka, preko distribucije do finalne prodaje.*<sup>251</sup>

Skot nudi kategorizaciju produkata kulturnih industrija:

*Osnovni sektori nove ekonomije uključuju tehnološki intenzivnu proizvodnju, usluge svih vrsta (poslovne, finansijske, i personalne), proizvode kulturnih industrija (kao što su mediji, film, muzike, i turizam), i novozanatski dizajn i modno orijentisani oblici proizvodnje, kao što su konfekcija, nameštaj ili nakit. Ove i srodne industrije su danas zamenile dispozitive masovne proizvodnje kao glavnog izvora rasta i inovacija u vodećim*

---

<sup>249</sup> Andy C. Pratt and Paul Jeffcutt, *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*, Routledge, London and New York, 2009.

<sup>250</sup> Videti: Allen J. Scott, *Geography and Economy: Three Lectures*, Clarendon Press, Oxford, 2006. i Allen J. Scott, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford, 2008.

<sup>251</sup> Allen J. Scott, *Geography and Economy: Three Lectures*, Clarendon Press, Oxford, 2006, 77.

*centrima svetskog kapitalizma gde konstituišu glavne temelje onoga što sam nazvao nova kognitivno-kulturna ekonomija.*<sup>252</sup>

Skot navodi da se kulturna ekonomija zasniva na međudisciplinarnosti dizajna. Međudisciplinarnost je podstaknuta profesionalnom ekologijom koja se javlja u okviru gradova. Ona se neguje uspostavom brenda, zatim željom dizajnera da izvrše veću integraciju produkta, grafičkim i enterijerskim dizajnom kako bi kreirali što koherentniju celinu u vidu dizajnerskog rešenja. Takva pretpostavka odražava se na svojevrstan habitus dizajnerske zajednice, njihovog načina života, muzike kojoj su naklonjeni, estetike, dekora i odeće koju nose, i sve ovo kao po pravilu reflektuje se kao afinitet za nečim što je *cool*, na ivici i neo-boemskog.

#### *1.4.1. Ideologije dizajna / dizajn diskurs*

Do sad je uočena povezanost i sistem mnogostrukih mreža i odnosa dizajnerskih disciplina. U okviru te organske organizacije odigravaju se društveni odnosi, aktivnosti i strukovna saradnja. Takvu mrežu karakteriše međuzavisnost i široki spektar aktera i institucija, koji zajedno konstituišu *sistem snabdevanja-pružanja-davanja*. Njihove aktivnosti vođene su specifičnom dizajnerskom ideologijom, odnosno dogmom koja se formirala istorijskim razvojem dizajna, uticajem avangardnih pokreta, uzorima, strukovnim udruženjima, sistemima nagrađivanja, stručnom literaturom, kao i ideologijom kojom se oblikuju dizajneri u okviru edukativnih institucija. Dizajneri su, u međuvremenu, uhvaćeni u mrežu permanentnih kontradikcija, s jedne strane u želji za postizanjem estetskih ideala, a sa druge, u ekonomske i političke zahteve sistema kontrole i nadzora.

U tom kontekstu značajno je pomenuti Fukoovu interpretaciju ideologije. Fukoova analiza fundamentalno se razlikuje od marksističke analize u svom generalnom odbijanju koncepcije ideologije. Ideologiju Fuko kao koncepciju odbija iz tri razloga. Prvo, jer stoji u suprotnosti sa istinom. Drugo, jer se pojam ideologije odnosi na naredbe subjektu. I treće, jer ideologija podrazumeva postojanje univerzalne racionalnosti i univerzalne istine. Fuko kaže:

---

<sup>252</sup> Allen J. Scott, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford, 2008, 12.

*Unutar svojih granica, svaka disciplina priznaje istinite i lažne iskaze (...) Da bi mogao pripadati celini jedne discipline, jedan stav treba da ispuni složene i teške zahteve, pre no što može biti izrečen kao istiniti ili lažan, on mora da bude, kao što je govorio Kangilem, „u istinitom“ (...) Disciplina je kontrolni pritup proizvodnje govora. Ona mu utvrđuje granice igrom identiteta koji ima oblik reaktualizacije pravila.<sup>253</sup>*

Prema tome, poredak istine je ono što se nalazi u diskursu jedne discipline. To je mesto u kome se određuju istina i neistina, međutim univerzalna istina ne postoji. Fuko ne odbacuje univerzalnu istinu koja se plasira u kapitalizmu jer je ona lažna, već zbog samog efekta koji ta istina proizvodi a to je potčinjavanje. Fuko odbacuje ideologiju kao prihvatljiv koncept jer odbacuje ideju univerzalne racionalnosti, istina se konstituiše u određenom istorijskom kontekstu u okviru određene disciplinarne racionalnosti. Ideologija prema marksističkom definiciji kod Fukoa ne postoji, postoji samo *diskurs*. Diskurs je u neku ruku ideologija, pa se prema tome ne može govoriti o dizajnerskoj ideologiji već o dizajnerskom diskursu.

Nešto suptilniju interpretaciju ideologije dao je Altiser. Ideologija društva predstavlja imaginarnu verziju realnosti u kojima društvo obitava; ideologija se sukobljava sa interpelacijom pojedinca kao subjekta; ideologijom arbitrira DIA (državni ideološki aparat) koji na svakodnevnoj razini postoji otvoreno i skriveno.<sup>254</sup> Prema tome, svaki od navedenih koncepata u vidu ključnih aktera dizajnerske discipline razvija set određenih profesionalnih ideologija ili diskursa, sistema vrednosti koje rezultiraju u regrutovanju, vrbovanju, jačanju, edukaciji i strukovnim sistemima dodeljivanja nagrada. Oslanjajući se na takve ideologije, u svakodnevnom odlučivanju i interpretaciji društvenih potreba, prioriteta i uticaja marketinga, ključni akteri imaju odlučujući uticaj na ishode.

Dizajnerske ideologije zasnovane su i povezane sa istorijskim procesima razvoja dizajna kao discipline, uzimajući u obzir dizajnerske i avangardne pokrete koji su vremenom kreirali slojevito nasleđe ideja i vizija. Dizajn kao i druge kreativne industrije, dodaju svoje distinktivne diskurse (ideologije) koje nastaju u okviru edukativnih institucija, organizacija, preduzeća, profesionalnog kriticisma, sistema nagrađivanja, strukovne literature, uticaja avangarde. Ovi diskursi se naslanjaju i izvlače iz istorije dizajnerskih pokreta koji se preklapaju – nekada su

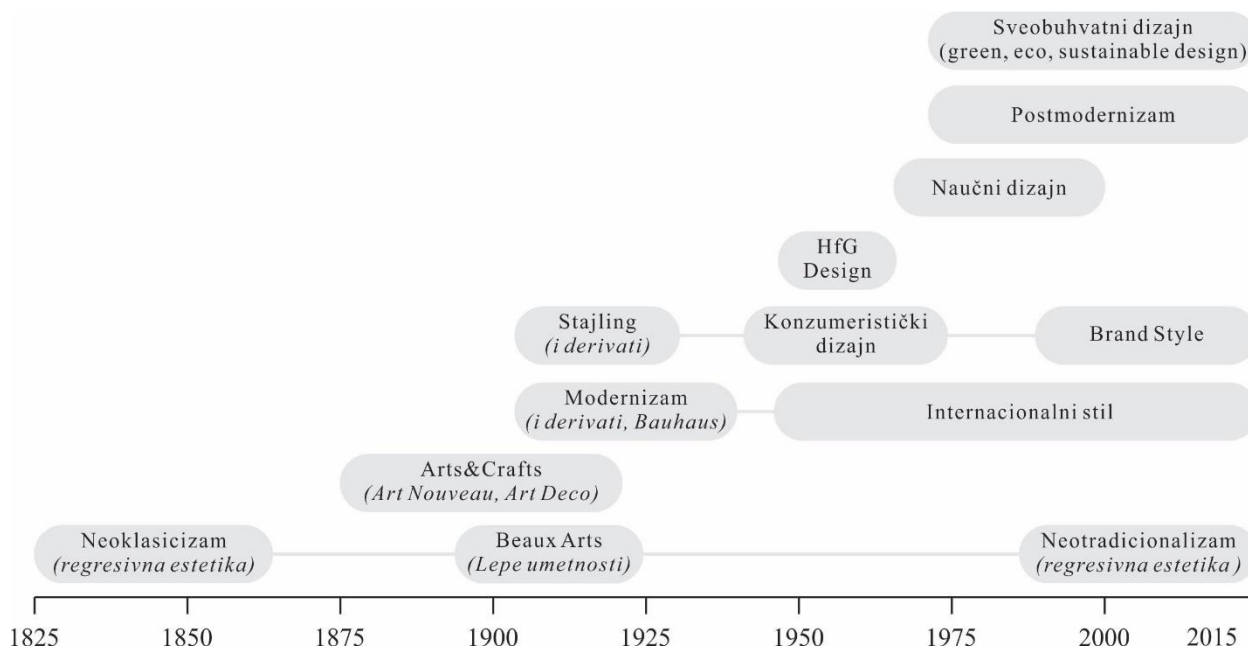
---

<sup>253</sup> Mišel Fuko, Poredak govora (1971), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured.), *Mišel Fuko, 1924–1984–2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 46.

<sup>254</sup> Luj Altiser, *Ideologija i državni ideološki aparat*, Karpos, Beograd, 2009.

kompetitivni, nekada sinergijski, nekada u direktnom sukobu, kako smo videli u prethodnom poglavlju – oni kreiraju slojevito nasleđe ideja, pretpostavki i konvencionalne mudrosti. Prethodno poglavlje je detaljno ispitalo dizajnerske pokrete i njihova ideološka stajališta.

Sada će ukratko biti izložena, a inače daleko složenija, istorijska slika izvedena iz prvog poglavlja, kako bi se definisali najuticajniji pokreti i identifikovali njihovo nasleđe u kontekstu diskursa savremenog dizajna (*dijagram 3*).



Dijagram 3: Istorijski dizajnerski pokreti.

Inicijalni estetski odgovor na industrijsku revoluciju bio je regresivan, nazadan, neprosvećen. Dizajneri su se opredelili za ponovno uspostavljanje ili potvrđivanje neoklasičnih stilskih motiva i ornamenta. Do sredine XIX veka, većina dizajnerske profesije se *koprcala* kako bi pronašla valjan odgovor tendencijama industrijske revolucije. Prvi estetski i svesni dizajnerski pokret javio se u Engleskoj: pokret *Arts&Crafts*, čiji je diskurs bio zasnovan na romantičnoj idealizaciji pre-industrijskih metoda proizvodnje. U tom periodu u Americi se javio nastavak regresivnog dizajna, *Beaux Arts* (lepe umetnosti).<sup>255</sup> *Arts&Crafts* je podstakao rađanje novih pokreta u kontinentalnoj Evropi, kakva je bila grupa pokreta *Art Nouveau* (sinonim za francusko-belgijski naziv mladog pokreta, u Austriji je poznat kao Secesija, Nemačkoj Jugendstil, ili Španiji

<sup>255</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 45.

Katalonska secesija).<sup>256</sup> Ubrzo pripadnici pokreta *Art Nouveau* počeli su da se okupljaju oko organizacija kao što su *Deutsche Werkstätten*, *Dresden Werstätten*, *Debschitz School* u Minhenu, *Deutscher Werkbund*, što je dovelo do osnivanja *Staatliches Bauhaus* 1919. godine.<sup>257</sup>

Bauhaus je srce modernističkog pokreta. Zbog političko-društvenih prilika, tridesetih godina XX veka, vodeći dizajneri i arhitekti Bauhauusa bili su primorani da napuste Evropu, što je uticalo na pojavu internacionalnog pokreta ili kasnog modernizma. Modernizam je postao zaista internacionalan i vodeći stil tokom dvadesetog veka sve do današnjih dana. Internacionalni stil je prihvaćen od strane korporativnih i političkih institucija, što je dovelo do odbacivanja prvobitnih diskurzivnih ciljeva pionira modernizma. Arhitekta i dizajneri tokom pedesetih i šezdesetih godina povezali su se sa novim naučnim otkrićima u okviru društvenih i tehničkih nauka.<sup>258</sup> Nekoliko godina ranije na temeljima i u prvi mah idejama Bauhauusa uspostavljena je škola oblikovanja *Hochschule für Gestaltung* (Visoka škola za oblikovanje) u Ulmu. Pripadnici ove škole razvili su karakteristične dizajnerske postavke zasnovane na semiotici, kritičkoj teoriji i socijalnoj odgovornosti. Zbog unutrašnjih političkih i ideoloških nesuglasica i zbog spoljašnjeg faktora škola je zatvorena, ali je njen uticaj na dizajn kao disciplinu bio isto onoliko veliki koliko je bio i uticaj Bauhauusa.<sup>259</sup>

Paralelno sa modernizmom Bauhauusa i internacionalnim stilom razvijala se još jedna linija dizajna sa svim prerogativima komercijalnog elementa. Takva forma dizajna razvila se u tri faze, počevši kao *stajling* u Sjedinjenim Državama i sa inicijalnom politikom da se stvari bolje prodaju ako bolje izgledaju. Globalnim širenjem uticaja američkog ekonomskog modela, *stajling* se uspostavio i u evropskim državama, kao na primer u Italiji ili skandinavskim zemljama, te su se javili derivati *stajlinga* u vidu Italijanskog dizajna (*Italian look*), ili Skandinavskog dizajna (*scandinavian design*).<sup>260</sup> Evolucija *stajlinga* pod uticajem marketinga nastavila se na

---

<sup>256</sup> Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 18–20.

<sup>257</sup> Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986.

<sup>258</sup> Videti: Nigel Cross, Can a machine design?, *Design Issues*, Vol 17, No. 4, 2001, 44–50, Nigel Cross, Designerly ways of knowing, *Design Studies*, Vol 3, No.4, 1982, 221–227. i Nigel Cross, Forty years of design research, *Design Studies*, Vol 28, 2007, 1–4.

<sup>259</sup> Kenneth Frampton, *The Ideology of Curriculum/The Development of Critical Theory* (1974), in Herbert Lindinger (ed.), *Ulm Design, the Morality of Objects*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1991.

<sup>260</sup> Videti: Đulio Karlo Argan, *Projekat i sudbina: Ogledi o modernoj i postmodernoj umetnosti i arhitekturi, industrijskom dizajnu, istoriji umetnosti i umetničkoj kritici*, Jerko Denegri (ured.), Orion art, Beograd, 2011, David Gartman, Harley Earl and the Arts and Colors Section: The Birth of Styling at the General Motors (1994), in Denis P. Doordan (ed), *Design History: An Anthology, A Design Issues Reader*, MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1995, i Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 50–57.

*konzumeristički dizajn*,<sup>261</sup> a krajem XX veka, razvojem marketinške strategije brenda *konzumeristički dizajn* se transformisao u tako zvani *brand style*.<sup>262</sup>

U sedamdesetim godinama, javio se *postmoderni dizajn*. Postmoderna estetika je prvo bila reakcija na kasni modernizam, da bi kasnije pristala na ista pravila igre u kontekstu političkih i ekonomskih tendencija. Postmoderni dizajn razvio se kao veza između statusa i potrošnje koje je oličavalo društvo tog perioda, i menadžera koji su u to vreme predstavljali nove, modernije i fleksibilnije forme kapitalizma. Danas se često spominje termin savremenog modernizma kao *euro-dizajn*, evocirajući njegove korene u Bauhausu.<sup>263</sup> U međuvremenu, sedamdesetih godina razvija se nova estetska retorika, u vidu novog pokreta koji je označen kao *sveobuhvatni dizajn*. Reč je o pokretu koji karakteriše ne stilska pojavnost, već briga za energetsom efikasnošću, zdravim okruženjem, ekologijom.<sup>264</sup> U literaturi za ovaj pokret se vezuju pravci kao što je *green-design*, *eko-design* ili *održivi (sustainable) dizajn*.

U srcu savremenog dizajn diskursa (ideologije) leži interes za estetiku i funkcionalnost. U praksi, sa druge strane, dizajneri rade za klijente koji su u većoj meri usmereni ka profitu i sopstvenim politikama. Uhvaćeni u ovaj simbolični odnos, dizajneri imaju tendenciju da se distanciraju od tvrdih političkih i ekonomskih elemenata tako što sebi pripisuju attribute apolitičnih umetnika.<sup>265</sup> Framton sugeriše da takmičenje među praktičarima, i konstantna medijska pažnja, dovode do pre-estetizacije dizajnerskih produkata.<sup>266</sup> Sarfati-Larson ističe da profesionalni diskursi u okviru kojih se kreiraju čisti dizajnerski manevri jesu zapravo propaganda. Dok je u profesionalnom diskursu dominantan govor o estetskim vrednostima, tokom dizajnerskog procesa postoji veliki kontingent, koji uključuje ne samo same dizajnere već i njihove klijente, regulatorne propise, dizajn tehnologije, dizajn medije i popularne stavove.<sup>267</sup> Kao rezultat takvog diskursa

---

<sup>261</sup> Nigel Whiteley, *Dizajn po mjeri potrošača* (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Krićka antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012.

<sup>262</sup> Oscar Person and Dirk Snelders, *Brand Styles in Commercial Design*, *Design Issues*, Vol 26, No.1, 2010, 82–94

<sup>263</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 48.

<sup>264</sup> Videti: Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980., Victor Papanek, *Dizajn za stvarni svet*, Nakladni zapod Marko Marulić, Split, 1973, i Tomás Maldonado, *Prema projektovanju okoline* (1966), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: Krićka antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012.

<sup>265</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 48.

<sup>266</sup> Kenneth Frampton, *The Evolution of 20th Century Architecture: A Synoptic Account*, Springer-VerlagA/Vien and China Architecture & Building Press, Beijing, 2007.

<sup>267</sup> Magali Sarfatti-Larson, *Behind the Postmodern Facade: Architectural Change in Late Twentieth-Century America*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1995.



dizajneri su uhvaćeni u permanentnu kontradikciju između potrage za estetskim idealima, s jedne strane, i sa druge heterogenim društvenim odnosima koji dizajn čine neizbežnom političkom aktivnošću. U literaturi se ističe da je u dizajnerskom diskursu izuzetno jak mit, odnosno ideal asocijalnog kreativnog dizajnera koji služi konvencionalnoj profesionalnoj ideologiji.

Jedna od tema koja se pojavljuje među dizajnerima, nezavisno od pokreta, stila, ili pravca jeste arogantni dizajnerski determinizam (doktrina). Zbog dominantnog diskursa o estetici u struci dizajneri imaju tendenciju da svoje delo kao i svoj identitet percipiraju odvojeno, gotovo autistično, od ljudi, vremena i prostora kome pripadaju. Ovakvo nastojanje je verovatno posledica napadne tendencije da sebe vide kao *trend-mejkere*, dakle navodno one koji ne potpadaju pod opšti uticaj kulture. Stvara se gotovo posebna kulturna klasa u okviru društva sa posebnim značajem i ulogom u društvu. Pjer Burdije je u tekstu *Klasni ukusi i životni stilovi* objasnio da ne postoji nešto što egzistira kao prirodan ukus, već je ukus arbitriran spolja i duboko povezan sa klasnom strukturom, na osnovu koje se društvene grupe legitimišu.<sup>268</sup> Uvodeći pojam kulturnog kapitala, Burdije objašnjava kako različite klase formiraju ukus koji se ogleda u izboru pića, odeće, umetničkih dela, muzike, hrane, sporta, programa na televiziji i tako dalje. Upravo na osnovu kulturnog kapitala različite društvene grupe, u ovom slučaju dizajnerska profesionalna strukovna skupina, dizajnerska kultura, postaju dominantne i nameću svoj ukus kao prirodan stvarajući time razliku između sebe i drugih grupa koje smatraju nižim. Burdije navodi da ono što se određuje kao najbolje u jednoj kulturi jeste zapravo diskurs onih koji jesu najdominantniji, a to je u ovom slučaju dizajnerska grupa. U tom smislu dizajn ima veoma važnu ulogu u legitimisanju društvenih nejednakosti.

#### 1.4.3. Ideologija u obrazovanju dizajnera

Najčvršći koreni dizajnerskog diskursa mogu se pronaći u edukativnim institucijama dizajnera. Kada se student upiše u dizajnersku školu postaje sastavni deo opšte atmosfere, šireg dizajnerskog diskursa koji ga obuzima. Student, ako želi da postane dizajner, poprima attribute životnog stila svojstvenog dizajnerima. Meštović navodi:

---

<sup>268</sup> Pjer Burdije, *Klasni ukusi i životni stilovi*, (1987), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 155–177.

*(...) edukacija dizajnera opterećena je pedagoškim sistemom koji potiče još iz viktorijanske epohe. Ni dva značajna eksperimenta dvadeseti godina, Bauhaus u Njemačkoj i Vhutemas u SSSR-u, nisu ga uspjela transformirati, zavaljujući upornosti akademskih struktura (...) Jedno od najnegativnijih iskustava dizajnerskih škola bila je njihova izoliranost od sveučilišta. Ta je spoznaja priznata i prihvaćena, ali je najveća teškoća u tome što su same strukture sveučilišta zastarjele, neadekvatne i neefikasne, podijeljene i usmjerene prema drugim departmanima i katedrama.*<sup>269</sup>

Đilo Dorfles smatra da je daleko rešenje pitanja obuke dizajnera, ponajviše zbog posebne strukture ove discipline. On ističe da se često događa, da bi se prethodne didaktičke strukture prilagodile novim disciplinama potrebno mnogo vremena:

*(...) jasno je da je jednoj tipično tehnološkoj oblasti, ali i neposredno vezanoj za estetičke probleme, veoma teško stići do iskristalizovanog i koherentnog načina prenošenja nastavnih materijala. 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 didaktička metodologija (...) zanatsko poreklo naše discipline, što je doprinelo da dizajn, u mnogim zemljama gde su zanatske škole bile razvijene, bude nakalemljen na već postojeće zanatsko stablo.*<sup>270</sup>

Uvođenje tela u dizajnersku disciplinu i njegovo utapanje u postojeći profesionalni diskurs nije novost niti se razlikuje od ostalog šireg sistema obrazovanja. Meštrović i Dorfles predlažu alternativne načine obrazovanja dizajnera koji se razlikuju od viktorijanskog modela. Mišel Fuko objašnjava nastanak i prirodu šireg obrazovnog sistema otvaranju prvih škola u okviru manufaktura, preciznije goblenske manufakture. Prve moderne škole imale su obeležje esnafskog šegrtovanja, gotovo isto kao i u prvim dizajnerskim školama poput Bauhauusa. Fuko navodi:

*(...) reč je o odnosu individualne i potpune zavisnosti od majstora-učitelja; dalje pravilnikom se određuje trajanje obuke koja se završava kvalifikacionim ispitom, ali nije utvrđen tačan program prema kojem bi se ta obuka odvijala; naposljetku, u pitanju je*

---

<sup>269</sup> Matko Meštrović, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980, 118–119.

<sup>270</sup> Đilo Dorfles, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994, 87.

*globalna razmena između učitelja koji nudi svoje znanje s jedne strane, te šegrtu s druge strane, koji treba da da doprinos svojim radom, uslugama i često svojim novcem.*<sup>271</sup>

Prema Fukou, primer goblenske škole je paradigma za jednu značajnu pojavu, odnosno način kako se razvijala nova tehnika strukturiranja vremena pojedinca. On smatra da se ta tehnika pre svega odnosi ne na samo sticanje znanja već na uređivanje odnosa između vremena, tela i snage. Tom tehnikom, u širem smislu pojedinci, odnosno tela, treba da obezbede u kasnijem delanju kvalitetniju akumulaciju vremena, čiji se protok pretvara u sve bolji profit i sve veću korist. Drugim rečima, telo dizajnera se odgaja da bude u službi šireg kapitalističkog sistema i kao takvo korisno za sticanje dobiti i održavanje sistema.

Vodeće dizajnerske škole predstavljaju diskurzivne centre dizajnerske discipline i često koriste snažan uticaj na samu profesiju. Dizajnerske škole neguju odnos sa profesijom, restrukturiraju kurikulum u skladu sa akreditacionim komisijama koju čine drugi profesionalci, i prenose probleme sa kojima će se diplomci suočiti u transdisciplinarnom i komercijalnom svetu dizajna kada napuste škole. U dizajnerskim školama se neguje posebno idolopoklonstvo i svojevrsna mitologizacija velikih dizajnera. Njihovi manifesti i aforizmi često se citiraju, te podsvesno unose u telesni sadržaj i reflektuju idealističke, utopijske i doktrinarne stavove kod mladih dizajnera. Noks navodi da je reč o veoma individualnim karijerama koje se često vode radikalnim egocentrizmom pažljivo kultivisanim u herojske slike velikih majstora.<sup>272</sup> Neguje se kult ličnosti kao jedna od ključnih dimenzija dizajnerskog diskursa. Na primer, tu se izdvaja Le Korbizje, koji predstavlja svojevrsan primer briljantnog prikaza ličnog brenda. Poznate su publikacije koje sadrže savete velikih majstora kao na primer *Razgovori sa studentima arhitektonskih škola*<sup>273</sup> knjigom kojom Le Korbizje daje primer svog dela i umetničke koncepcije. Noks ističe da je po sredi samopublicitet, čak je i Le Korbizjeov potpis dizajniran. Iako talentovan umetnik i arhitekta, Le Korbizjeovi profesionalni uspesi naglašeni su kao narcistički i pesnički temperament i duboki autoritativnost, kao i oportunistički i cinični pristup profesiji. Bez obzira na to njegovo delo i njegova ličnost postali su uzor za one manje talentovane.

---

<sup>271</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997, 208.

<sup>272</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 51.

<sup>273</sup> Le Korbizje, *Razgovori sa studentima arhitektonskih škola*, Karpos, Loznica, 2013.

Ekspanzija dizajn publikacija samo je dodatno potvrdila, ustanovila i zakovala stare slike velikih majstora kao što je Le Korbizje, Čarls Ims, Arne Jakobsen, Džordž Nelson ili Mis Van De Roe. Oni, kao i mnogi drugi, predstavljaju uzore mladim dizajnerima o kojima se govori u dizajnerskim školama i koji se sistemski diskurzivno oblikuju prema svojim herojima. Vodeći savremeni dizajneri uglavnom dizajniraju sopstvene ikone, kreiraju jedinstvene identitete koji odgovaraju korporativnom brendingu i globalnoj konzumerističkoj ekonomiji. Najbolji primeri su Filip Stark, Frenk O Geri, Rem Kulhas ili Zaha Hadid.

## 2. DIZAJN KAO DISPOZITIV

*„Kako?“ ne u smislu „Kako se manifestuje?“ već „Kako se izvodi?“ i „Šta se desi kada pojedinci vrše (kako kažemo) moć nad drugima?“<sup>274</sup>*

Mišel Fuko

U narednim redovima biće proširena i detaljnije obrađena teza da je dizajn mehanizam preko koga se u savremenom društvu kontrole izvodi moć, vrši potčinjavanje i upravljanje telima. Pre svega, to će se odnositi na interpretaciju dizajna kao dispozitiva moći. Društva discipline tranzitirala su u društva kontrole. Paradigma tranzicije predstavlja prelaz sa fabrika na korporacije i sa mašina na računare. Disciplinovanje tela u fizičkom smislu zamenjeno je neuhvatljivim, gasovitim sistemom kontrole. Sistemom u kome nema ni samostalnog oblika ni konstantne zapremine; prozračni, providni, nevidljivi sistem koji se neograničeno širi društvenim prostorom i tkivom. Reč je o sistemu u kome su dispozitivi, mehanizmi zamenili pogled nadzornika koji je postojao u društvu discipline. Ljudska vrsta više nije samo zatvorena fizičkim barijerama, već je zauvek uhvaćena u zamku sistema beskrajnog, neograničenog i neprestanog odlaganja. Život je tako postao mesto preseka tehnika upravljanja, kontrole i praćenja, što zahteva konstantnu proizvodnju dispozitiva. Pojam dispozitiva je prvi uveo Fuko i postavio ga kao epistemološki alat kako bi mogao da razradi sopstvena istraživanja u polju seksualnosti. Potom su dispozitiv kao pojam razradili Delez i Agamben. Za Fukoa dispozitiv je sistem odnosa koji se uspostavlja između heterogenih elemenata u polju izvođenja moći. Delez je izmestio dispozitiv iz polja epistemološkog alata u polje ontološkog entiteta. Prema Delezu dispozitiv karakteriše nestalan, promenljiv odnos same formacije, samog sistema odnosa. Agamben je postavio vezu između dispozitiva i tehnologije. Za njega rezultat delovanja dispozitiva na biće je subjekt, potčinjeni pojedinac, ali u širem sistemu dispozitiva subjekt postaje i čitav skup pojedinaca, populacija.

Dosadašnje tumačenje dizajna ticalo se njegovog karaktera kao biopolitičkog mehanizma upravljanja. Iznescena je teza da je dizajn šire ugrađen u mehanizam vladanja u urbanom prostoru

---

<sup>274</sup> Michel Foucault, *The Subject And Power*, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954-1984*, The New Press, New York, 2002, 337.

i nad telima koja taj prostor okupiraju. Savremeni dizajn predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, produženu ruku, prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije. Drugim rečima, dizajn kao mehanizam upravljanja i kontrole jeste specifični dispozitiv moći. Dizajn dispozitivi se stvaraju i akumuliraju neprestano, oni oblikuju, kontaminiraju, nadziru, upravljaju subjektivacijom i kretanjem. Kao dispozitiv, dizajn na mikro nivou produkuje subjekt, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. Dizajn dakle, kao kreativna industrija, proizvodi ukupnu materijalnu okolinu, urbani pejzaž, zgrade, objekte, predmete i slike i kao takav je mehanizam izvođenja biopolitike. *Prema tome, dizajn u svim svojim oblicima predstavlja ultimativnu i elementarnu formu dispozitiva, koja se ne odnosi samo na prostorne i fizičke dimenzije kontrole, već na sve mere koje doprinose potčinjavanju, upravljanju i izvođenju kontrole samog života.*

Kako bi se bolje shvatio dizajn kao biopolitički mehanizam, u narednim pasusima biće predložene četiri dimenzije dizajn dispozitiva. Prve tri dimenzije *diskurs, institucija i praksa*, odnose se na sistem samoodržanja discipline kao biopolitičkog mehanizma. Ovaj stvaralačko-konstitutivni nivo karakteriše međuzavisnost ovih dimenzija. Diskurs utiče na instituciju, institucija utiče na praksu, a praksa se opet reflektuje na diskurs i instituciju. Takva mreža odnosa konstituše disciplinu koja produkuje čitavu materijalnost u okviru koga se izvodi bio-moć. Bio-moć se praktično manifestuje na jedinku i stanovništvo preko četvrte dimenzije – *dizajn predmeta*. Predmet ne treba shvatiti kao upotrebnirani dizajnirani predmet, već šire kao materijalnu pojavnost dizajna kao proizvoda, odnosno rezultata dizajniranja. Prema tome, dizajn je dispozitiv koji u okviru biopolitičkog upravljanja deluje uvek na dve razine: prvo, na mikro nivou subjektivacijom, i drugo na makro nivou, panopticismom.

## 2.1. Dispozitiv i društva kontrole

Francuski filozof Žil Delez (Gilles Deleuze)<sup>275</sup> jedan je od najinovativnijih mislilaca u eri povećanog interesovanja za pitanja kompleksnosti. Jednom je i Mišel Fuko predvideo da će dvadeseti vek biti poznat kao delezovski.<sup>276</sup> Delez u eseju *Postscript on the Societies of Control*<sup>277</sup> razrađuje teme koje je postavio Fuko. Delez navodi Fukoov zaključak da je društvo discipline svoj vrhunac doseglo na početku XX veka. Društva discipline iniciraju prostor koji je sačinjen od *ograda*, u okviru koga pojedinci neprestano prelaze iz jednog zatvorenog prostora u drugi, svaki prostor ima svoja pravila i zakone. Takvi prostori, prema Fukou, mogu se prepoznati u porodicama, školama, kasarnama, fabrikama, bolnicama ili zatvorima, i predstavljaju najslikovitije primere ograđenog prostora. Delez ističe da je Fuko došao do značajnog saznanja da je društvo discipline prolaznog karaktera. Taj prolaz se desio u vremenu kada su discipline prošle kroz krizu iz koje su se postepeno izrodile i uspostavile nove snage. Taj proces se nakon Drugog svetskog rata rapidno ubrzao i doveo do definitivnog prelaza iz disciplinarnog društva u *društvo kontrole*. Delez je zaključio da su društva kontrole zamenila disciplinarna društva. Fuko je uvideo da će se u budućnosti vladati *kontrolom*. Svaki režim, svaka vlast, starešinstvo ili uprava koji dolaze biće teži jer se unutar njih sukobljavaju oslobađajuće i porobljavajuće sile. Delez ističe da su različita zatočeništva u ograđenim prostorima, kroz koje prolazi pojedinac, nezavisne varijable čiji mehanizmi kontrole oblikuju sistem koji funkcioniše po modelu mreže.

U društvu kontrole korporacija je zamenila fabriku. U fabrikama se podsticao sistem bonusa, danas u korporacijama podstiče se sistem neprestane metastabilnosti koja navodi na izazove, utrke, takmičenja. Delez podvlači da korporacija zapravo zagovara najbezočnije rivalstvo

---

<sup>275</sup> Gilles Deleuze (1925–1995), francuski filozof, razvija koncept *razluke* kao početka filozofije u dve knjige *Razlika i ponavljanje* (1968), i *Logika čula* (1969). Njegov susret sa psihoanalitičarom Feliksom Garatijem (Pierre-Félix Guattari, 1930–1992) dovodi do *pisanja u dve ruke*, u cilju rehabilitacije želje u njenoj revolucionarnoj dimenziji nasuprot psihoanalitičkoj instituciji. Njih dvojica pisali su knjige kao što su *Anti-Edip* (1972), *Rizom* (1976), *Šta je filozofija* (1991). Delez je u svom delu *Hiljadu platoa* (1980) objedinio ideje iz različitih polja prakse i znanja. Zanima ga slikarstvo, književnost, film. 1995. godine savladan teškom bolešću Delez je izvršio samoubistvo. Njegov teorijski rad u literaturi se smatra za jedan od najrelevantnijih za dizajn i arhitekturu. On je ponudio uvid i shvatanje društva kontrole kao fundamentalnog razumevanja uticaja dizajnerskih predmeta, slika, i arhitektonske forme na ponašanje ljudskih bića. Njegov rad se pre odnosi na proces misli nego na samu materijalnost koja okružuje čoveka.

<sup>276</sup> Neil Leach, *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 292.

<sup>277</sup> Gilles Deleuze, *Postscript on the Societies of Control*, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.

kao zdrav oblik takmičenja, kao oblik motivacione snage koja suprotstavlja pojedince među sobom, a zapravo deleći ih iznutra. Delez objašnjava da takva tehnološka evolucija predstavlja specifičnu mutaciju kapitalizma, o kojoj je bilo reči u analizi teorija italijanske škole biopolitičke teorije. Kapitalizam više nije zaokupljen proizvodnjom stvari, danas je na delu kapitalizam višeg reda; on prodaje usluge, a ono što kupuje su vrednosni papiri. Danas je kapitalizam disperziran, a fabrika je ustupila mesto korporaciji:

*(...) čak je i umetnost napustila ograđene prostore kako bi ušla u otvorene krugove, mreže banaka. Osvajanje tržišta ostvaruje se osvajanjem kontrole, ne više disciplinarnim treningom, utvrđivanjem tržišnih razlika više nego snižavanjem troškova, transformacijom proizvoda prije nego specijalizacijom proizvodnje. Korupcija stoga stiče novu snagu.<sup>278</sup>*

Prema Delezu, marketing je postao središte, odnosno *duša* korporacije. Današnji režimi edukuju stanovništvo da korporacije imaju *dušu*; rad tržišta je instrument društvene kontrole i oblikuje soj novih upravljača, nadzornika. Kontrola je kratkoročna, poveza sa prebrzim sistemom obrta, ali i kontinuirana, bez granica. Delez ističe da savremeni čovek nije zatočen, on je čovek u dugovima. Kapitalizam je kao konstantu zadržao krajnje siromaštvo u tri četvrtine sveta, koje nije u mogućnosti da vraća dugove, a previše je brojno da bi bilo zatočeno. Kontrola danas mora da se nosi ne samo sa nestajanjem granica, već i sa određenima rascepima, eksplozijama, nemirima, unutar ograđenih prostora.

Ideja o mehanizmima kontrole nije naučna fantastika. U literaturi mehanizmi kontrole pronalaze svoj funkcionalni i formalni oblik u konceptu koji se naziva *dispozitiv*. Drugim rečima, *dispozitiv je pojam kojim se opisuju mehanizmi kontrole*. Dispozitiv je pojam koji se kod Fukoa pojavljuje često, identifikovan je, obrađen, objašnjen i produbljen u radovima Žila Deleza i Đorđa Agambena. Fuko *dispozitiv* koristi u specifičnom vremenu svog teorijskog razmatranja koje korespondira sa bitnim teorijskim i empirijskim izmeštanjima. Agamben ističe da se kod Fukoa dispozitiv nije ranije pominjao,<sup>279</sup> dok Delez identifikuje pojavu dispozitiva u Fukoovim radovima sa odjekom koji se javio u krizi njegovog promišljanja.<sup>280</sup> Fukou ovaj koncept predstavlja alat koji mu omogućava nastavak istraživanja, ali je ujedno i veza njegovih starijih promišljanja kao

---

<sup>278</sup> Ibid, 113.

<sup>279</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009.

<sup>280</sup> Gilles Deleuze, *What is dispositif?*, in *Michel Foucault Philosopher*, (translated by Timothy J. Armstrong), Routledge, New York, 1992, 159–168.



naznaka novog diskursa. Delez i Agamben se prema konceptu dispozitiva odnose na isti način, smatrajući da se radi o fundamentalnom elementu Fukoove filozofije.

U knjizi *Volja za znanjem: Istorija seksualnosti* Fuko intenzivno pominje *dispozitiv*, te analitički eksponira ovaj pojam u smislu analitičke funkcije i u odnosu na otpor, kao istorijski proces, ali i kao način delovanja moći. Dispozitiv je preduslov za izvođenje *moći* koju Fuko ne shvata kao:

*(...) „vlast“ („le Pouvoir“) kao skup institucija i aparata koji obezbeđuju potčinjavanje građana u datoj državi. Pod moć ne razumevam ni način potčinjavanja koji bi, za razliku od nasilja, imao formu pravila (...) ni neki opšti sistem vladavine što ga jedan element ili grupa sprovodi nad drugim i čija dejstva, neprekidnim račvanjem, prožimaju društveno telo s kraja na kraj (...) pod moć treba, pre svega, shvatiti mnogostrukost odnosa snaga koji su imanentni području na kom deluju i koji organizuju; kao proces koji ih, putem neprestanih borbi i sučeljavanja, preobražava, pojačava, obrće; oslonac što ga ti odnosi snaga nalaze jedni u drugima tako da stvaraju lanac ili sistem ili, suprotno, iskliznuća, protivrečnosti koje ih odvajaju jedne od drugih; konačno, strategije putem kojih ti odnosi postižu dejstvo a čiji se opšti okvir ili institucionalno kristalisanje utelovljuje u državnim aparatima (...)<sup>281</sup>*

Prema tome moć se nalazi svuda, i to ne zbog toga što sve obuhvata, već što dolazi sa svih strana. Pod vlašću Fuko ne prepoznaje ni jednu ustanovu, instituciju ili pojedinca, pa čak ni strukturu kojom je pojedinac ili ona sama obdarena – *moć je ime koje se daje nekoj složenoj strateškoj situaciji u određenom društvenom kontekstu*. Moć se ne stiče, niti se otima i deli, ona polazi od bezbroj tačaka, u međudejstvu odnosa nejednakosti i pokretljivosti. Jedno od ključnih pravila moći jeste *pravilo imanentnosti*.

U knjizi *Volja za znanjem*, u poglavlju *Područje* Fuko analizira vezu između dispozitiva seksualnosti i njegovog prethodnika, dispozitiv bračnih odnosa. Fuko prikazuje kako se dispozitiv menjao kroz vreme, kako je preklapao određene predmete i diskurse. Kao metodološki alat dispozitiv predstavlja centralni element u Fukoovoj istorijskoj analizi seksualnosti, koja ujedno i služi da demonstrira teorijski i metodološki doprinos ovog koncepta. Analizirajući odnos

---

<sup>281</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006, 105.

dispozitiva bračnog vezivanja i dispozitiva seksualnosti, Fuko kaže da je prvi dispozitiv sredstvima prinude koja su ga obezbeđivala, izgubio značaj utoliko što ekonomski tokovi i političke strukture više u njemu nisu mogli da nađu pogodno oružje. Na mesto njega, zapadna društva su izumela novi dispozitiv – dispozitiv seksualnosti:

*(...) dispozitiv seksualnosti: kao i dispozitiv bračnog vezivanja, i on se priključuje na seksualne partnere, ali na sasvim drugi način. Mogli bismo te dispozitive protivstaviti tačku po tačku. Dispozitiv bračnog vezivanja gradi se oko jednog sistema pravila koji definiše dopušteno i zabranjeno, propisano i nedozvoljeno, dok dispozitiv seksualnosti funkcioniše pomoću mobilnih, polimorfnih i proizvoljnih tehnika moći.<sup>282</sup>*

Fuko dodaje da dispozitiv seksualnosti dovodi do neprestanog širenja područja i oblika kontrole. Za dispozitiv seksualnosti je presudan osećaj u telu, svojstvo zadovoljstva, prirodni utisak. On je povezan sa ekonomijom preko mnogostrukih, suptilnih prenosilaca od kojih je najvažnije *telo*, ono koje produkuje, ono koje troši. Fuko smisao postojanja dispozitiva seksualnosti ne pronalazi u reprodukciji, već u umnožavanju tela, obnavljanju, prisjedinjavanju, prožimanju i na sveobuhvatnijem načinu kontrolisanja tela, odnosno stanovništva.

Žil Delez, blizak Fukoov prijatelj i saradnik, je prvi koji se posebno bavio Fukoovim konceptom *dispozitiva*. Na konferenciji *Michel Foucault Philosophe* u Parizu 1988. godine, Delez je izložio rad *Qu'est-ce qu'un dispositif?*. On je uvideo da koncept *dispozitiva* zahteva dodatnu analizu i elaboraciju u smislu teorijskog i empirijskog razlaganja. Delez je tretirao ovaj koncept kao onaj koji se kreće i naznačava nekoliko bitnih aspekata Fukoovog metoda. Delez smatra da je dispozitiv centralno mesto u Fukoovom radu i to u najširem smislu. Ističe nekoliko bitnih dimenzija dispozitiva. Prve dve dimenzije su vidljivost i potvrđivanje.<sup>283</sup> Svaki dispozitiv ima sebi svojstvenu strukturu koja određuje načine na koje svetlo pada, disperzira, distribuira vidljivost i nevidljivost. Treća dimenzija odnosi se na liniju sile.<sup>284</sup> Linija sile dolazi u bilo kom odnosu između dve tačke, i prolazi kroz svaki domen dispozitiva. Reč je svakako o dimenziji moći, moć koja je treća dimenzija prostora, imanentna dispozitivu, i promenljiva je u dispozitivu. Ona je formirana kao moć koja dolazi iz znanja. Četvrta dimenzija, otkriva se na razini subjektivacije.<sup>285</sup>

---

<sup>282</sup> Ibid, 120.

<sup>283</sup> Gilles Deleuze, What is dispositif?, in *Michel Foucault Philosopher*, (translated by Timothy J. Armstrong), Routledge, New York, 1992, 160.

<sup>284</sup> Ibid, 160.

<sup>285</sup> Ibid, 161.

Linija subjektivacije je proces, produkcija potčinjenosti. Subjekt se formira onako kako ga dispozitiv postavi, on je neka vrsta kalupa koja subjekt postavlja u stvarnost ili ga omogućava. Subjekt pre svega treba shvatiti kao podanika, potlačenog, porobljenog. Fuko navodi da svakodnevna kategorizacija pojedinca navodi na formiranje identiteta; to je specifična forma moći koja od pojedinaca čini subjekte. Fuko subjekt definiše kao nekog ko je izložen zavisnosti i kontroli, ali i kao nekog ko je samospoznajno vezan za sopstveni identitet.<sup>286</sup> U svakom slučaju, oba značenja sugerišu oblike moći koji stvaraju subjekte.

Agambena je posebno privukao koncept *dispozitiva*. On ga je razradio i dao tehnički aspekt. Agambenov esej *What is apparatus?* sadrži fascinantni uvid, razlaganje i dopunjavanje Fukoovog koncepta. Agamben ovaj tekst počinje citatom iz Fukoovog intervjua iz 1977. godine, perioda kada je Fuko počeo obrađivati teme vladanja i upravljanja stanovništvom. Prema Agambenu, Fuko nikada nije jasno definisao sam koncept *dispozitiva*, ali se definiciji najviše približio u navedenom intervjuu. Fuko kaže da pod dispozitivom:

*(...) pokušavam naznačiti, prvo, odlučni heterogeni skup koji sadrži diskurse, institucije, arhitektonska rešenja, poretke, zakone, upravne mere, naučne izjave, filozofske, moralne, humanističke tvrdnje, ukratko: kako rečeno tako i nerečeno; to su elementi dispozitiva. Sam dispozitiv je mreža koju možemo uspostaviti među tim elementima (...) Treće, razumem pod dispozitivom nekakvu, recimo, formaciju, čija je glavna funkcija u određenom istorijskom trenutku da odgovara nekoj nužnoj potrebi. Dispozitiv ima dakle dominantnu stratešku funkciju (...) Rekao sam da je dispozitiv u svojoj biti strateški, što pretpostavlja da je reč o nekakvom manipulisanju odnosima sila, o nekom racionalnom i usklađenom interveniranju u te odnose sila s namerom da ih u određenoj meri razvijemo, blokiramo, možda utvrdimo, upotrebimo itd. Dispozitiv se dakle uvek upisuje u igru sila, isto tako svagda se drži jednoga ili više rubova znanja što nastaju iz dispozitiva, ujedno ga uslovljavajući. To je dispozitiv: strategije odnosa sila koji podupiru te tipove znanja i tim su tipovima poduprte.<sup>287</sup>*

---

<sup>286</sup> Michel Foucault, *The Subject And Power*, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954–1984*, The New Press, New York, 2002, 331.

<sup>287</sup> Fukoov citat u: Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009, 2.

Prema tome, dispozitiv je heterogeni skup koji doslovno uključuje sve: diskurse, institucije, zgrade, zakone, mere, sile, filozofske propozicije, i tako dalje. Dispozitiv je mreža koja se uspostavlja među tim elementima. Dispozitiv ima stratešku funkciju i zapisuje se u odnose moći. I na kraju, dispozitiv proizilazi iz ukrštanja odnosa moći i odnosa znanja.

Obrazlažući genealogiju dispozitiva, Agamben ukazuje na to da Fuko, kada je pisao *Arheologiju znanja*, nije koristio termin dispozitiv, već *positivité* ili pozitivitet. Pozitivitet je blizak terminu dispozitiv, ali Fuko ni njega ne definiše. Agamben otkriva da je Fuko ovaj termin pronašao u spisu Žana Ipolita *Uvod u Hegelovu filozofiju istorije*, tvrdeći da je Fuko imao snažan odnos sa Ipolitom, koga je spominjao kao svog učitelja.<sup>288</sup> Agamben navodi da:

*(...) Fuko se, pozajmljujući termin (koji će kasnije dobiti ime "dispozitiv"), dotiče presudnog i njemu svojstvenog problema, to jest odnosa između individua kao živih bića i istorijskog elementa, pod kojim se misli na skup institucija, procesa subjektivacije i pravila u kojima se konkretizuju odnosi moći. Fukoov konačni cilj nije, kao kod Hegela, pomirenje tih dveju elementa, niti naglašavanje konflikta među njima. Za Fukoa, u pitanju je istraživanje konkretnih načina u kojima pozitivitet (ili dispozitivi) deluju u odnosima, mehanizmima, i "igramama" moći.<sup>289</sup>*

Agamben dalje objašnjava Fukoov koncept dispozitiva i ističe da dispozitivi kod Fukoa nisu jednostavno neka policijska mera, ili tehnologija moći, već se radi o mreži koja se uspostavlja između elemenata. Agamben navodi da se u francuskom jeziku značenje reči dispozitiv u svoja tri oblika pojavljuje kod Fukoa: i u prvom smislu reči (daje dispozitiv deo suda koji obuhvata pravnu odluku, odnosno deo presude), i da ima tehnološko značenje (način rasporeda delova određenog stroja ili mehanizma, a i sam mehanizam), i vojno značenje (skup sredstava raspoređenih u skladu s određenim ciljem).

U smislu naređivanja, upravljanja i rasporeda, Agamben, pravi vezu između *dispozitiva* (*dispositivio*) i termina *oikonomia*. U knjizi *The Kingdom and The Glory*<sup>290</sup> Agamben ističe da je

---

<sup>288</sup> Fuko u poslednjem poglavlju *Poredak diskursa* ističe: (...) *ali smatram da najviše dugujem Žanu Ipolitu: Mišel Fuko, Poredak diskursa (Pristupno predavanje na Kolež de Fransu, održano 2. decembra 1970. godine)*, Karpos, Loznica, 2007, 56.

<sup>289</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009, 6.

<sup>290</sup> Giorgio Agamben, *The Kingdom and The Glory: For a Theological Genealogy of Economy and Government (Homo Sacer II, 2)*, Stanford University Press, Stanford, 2011.

Ciceron grčku reč *oikonomia* stavio u istu ravan sa dispozitivom. U tekstu *What is an Apparatus?* Agamben kaže:

*(...) u prvim je vekovima istorija Crkve – između II i VI veka – grčki termin oikonomia igrao unutar teologije odlučnu ulogu. Oikonomia na grčkom znači vođenje oikosa, domaćinstva, još šire, upravljanje, menadžment. Kako Aristotel kaže, nije reč o određenoj epistemološkoj paradigmi, nego o praksi odnosno praktičnoj delatnosti koja se svuda iznova suočava s određenim problemom i partikularnom situacijom.*<sup>291</sup>

Šta se podrazumevalo po ovom teološkom upotrebum termina *oikonomia*? Odgovor na ovo pitanje jedan je od ključnih pitanja kojim se bavi Agamben u *The Kingdom and The Glory*, gde ispituje upotrebu *oikonomie* u nekoliko različitih sfera politike. Ovo je ključno i za Fukoovu interpretaciju jer dispozitivi o kojima govori Fuko jesu na određeni način povezani sa teološkim nasleđstvom.<sup>292</sup> Agamben *oikonomiu* opisuje sledećim rečima:

*Reč je o izuzetno osetljivom i vitalnom, možda čak presudnom pitanju u istoriji hrišćanske teologije: o pitanju Trojstva. Kad su se sredinom II veka započele voditi rasprave o tri božanske figure, Ocu, Sinu i Duhu Svetome, tada se, kao što je bilo za očekivati, unutar Crkve pojavio snažan otpor razumnih osoba koje su, zgrožene, mislile da se tako rizikuje ponovno uvođenje politeizma i paganstva u hrišćansku veru. Da bi uverili te tvrdoglave protivnike (koji su kasnije bili označeni kao "monarhijani", to jest zagovornici vladavine jednoga samog), teolozi su (...) upotrebili termin oikonomia. (...) Oikonomia je tako postala dispozitiv, preko kojega su u hrišćansku veru uveli dogmu Trojstva i ideju vlasti božje providnosti. Ali, kao što se često događa, taj prelom, što su ga tako teolozi pokušali izbeći i zatreti u Bogu, na razini samog bivstvovanja ponovo se pojavljuje u obliku cezure koja u samom Bogu odvaja bivstvovanje i delovanje, ontologiju i praksu.*<sup>293</sup>

Dispozitiv prema Agambenu označava ono u čemu i preko čega se ostvaruje prosto delovanje upravljanja bez ikakvog temelja u bivstvovanju. Zato dispozitivi moraju uvek da impliciraju neki proces subjektivacije, odnosno moraju da proizvode vlastiti subjekt. U svetlu teološke genealogije Fukoovi dispozitivi dobijaju značenje u kontekstu u kojem se ukrštaju sa

---

<sup>291</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009, 9.

<sup>292</sup> Ibid, 10.

<sup>293</sup> Ibid.

pojmom *pozitiviteta* čija je etimologija u konačnoj fazi etimologija termina *dis-positio, dis-ponere*. Svim tim terminima zajedničko je to da upućuju na *oikonomiu*, na skup praksi, znanja, mera, institucija, čiji je zadatak da upravlja, vlada, nadzire i usmerava tela i misli ljudi.

Konačno, Agamben predlaže da se na ovakvoj interpretaciji Fukoove ideje o dispozitivu uspostavi nova, šira, jasna i definisana *teorija dispozitiva*. Agamben dispozitive smešta u novi kontekst. On u dispozitive uvodi tehnički aspekt. Predlaže da se opšta podela izvrši na dve klase. Prva klasa, živa bića, i druga – dispozitivi u koje su živa bića uhvaćena. Ako se još uopšti Fukoova ionako opšta definicija dispozitiva, onda se u dispozitive može ubrojati bilo šta. Na primer, pored zatvora, ludnica, bolnica, škola, fabrika, discipline, zakova (i tako dalje), u dispozitive mogu da potpadnu i upotrebnici predmeti, pismo, literatura, arhitektura, filozofija, poljoprivreda, cigare, brodovi, računari, mobilni telefoni, smart-telefoni, pa i sam jezik.

Agamben objašnjava, da se pred nama nalaze dve skupine: živa bića i dispozitivi, a između njih javlja se klasa subjekta. Agamben subjektom naziva sam rezultat odnosa živih bića i dispozitiva:

*Jasno je da se supstance i subjekti, kao u staroj metafizici, na izgled prekrivaju, ali ne u celini. U tom smislu isti individuum, ista supstanca, može biti mesto mnogih procesa subjektivacije, odnosno ujedno korisnik mobilnog telefona, posetilac Interneta, pisac propovedi, ljubitelj tanga, antiglobalizacijski aktivist itd. Današnji prekomeran rast dispozitiva prati isto tako prekomerna proliferacija procesa subjektivacije.*<sup>294</sup>

Agamben zaključuje da današnju krajnju fazu kapitalističkog razvoja definiše kao gigantsku akumulaciju subjekata. Danas nema trenutka u životu individua koji ne bi bio oblikovan, kontaminiran ili nadziran nekim dispozitivom. Na primer, upotreba mobilnog telefona potpuno je preoblikovala ponašanja i pokrete pojedinaca. Dispozitivi nisu greška u evoluciji, oni imaju svoje korene u istom procesu hominizacije.

Fuko je dispozitiv postavio kao epistemološki alat kako bi mogao da razradi sopstvena istraživanja u polju seksualnosti. Za njega je dispozitiv sistem promenljivih odnosa koji se uspostavlja između heterogenih elemenata. Sam karakter odnosa je stabilan. Delez je, nastavljajući se na Fukoa, izmestio dispozitiv iz polja epistemološkog alata u polje ontološkog entiteta. On je fokus

---

<sup>294</sup> Ibid, 14.

pomerio sa ideje dispozitiva kao mehanizma uspostave relacija i veza između heterogenih elemenata koji ga konstituišu, na promenljiv odnos, razdvojenost i u stvari nestabilan karakter same takve formacije. Agamben je postavio vezu između dispozitiva i tehnologije. Dispozitivi eksterni elementi, odvojeni od bića kojim upravljaju. Kao rezultat tog upravljanja, delovanja dispozitiva na biće stoji subjekt, potčinjeni pojedinac, ali u širem sistemu dispozitiva subjekt postaje i čitav skup pojedinaca, populacija.

## 2.2. Dizajn dispozitiv

Imperija se realizuje pred našim očima. Hart i Negri imperiju vide kao koncept koji se odnosi na vladavinu bez granica, režim delovanja koji zaokružuje ukupnost sveta, i vlada celim svetom. Politički nadzor, državne funkcije, regulativni mehanizmi, normativni mehanizmi, produžili su vladati proizvodnjom, razmenom i potrošnjom, kako u ekonomskom tako i u društvenom smislu. Zajedno sa globalnim tržištem i globalnim krugovima proizvodnje pojavio se i globalni poredak, nova logika, mašinerija, sistem, struktura upravljanja – novi oblik suverenosti. Novac, tehnologija, ljudi i roba kreću se velikom lakoćom preko nacionalnih granica. Nikakve barijere, granice, ograde ne mogu ograničiti vladavinu imperije koja upravlja ne samo stanovništvom već i stvara svet kojim upravlja. Predmet vladavine imperije je ukupan društveni život u celini te u tom smislu imperija predstavlja modalitet, primer, obrazac, prototip, ispoljavanje i rezultat biomoći, biopolitike.<sup>295</sup> Biopolitika je bila nužni aspekt konstituisanja i razvoja oblika života unutar šireg svetskog poretka imperije. Ona se zasniva na kontrolisanom uvođenju tela u aparat proizvodnje i potrošnje, te je usmerena ka prilagođavanju ljudskog života ekonomskim procesima. Biomoć je osnovni element, razvojna snaga kapitalizma. Kapitalizam se mogao zasnovati i opstati samo po cenu kontrolisanog uvođenja tela u proizvodni aparat i uz pomoć prilagođavanja populacije ekonomskim procesima. Njemu je potreban rast, jačanje tela, u isto vreme kao i njegova korisnost i poslušnost – potčinjavanje. U održavanju takvog poretka kapitalizmu su potrebni dispozitivi, odnosno mehanizmi moći sposobni da uzdignu snage, sposobnosti, i na kraju sam život, ali da time ne oteža potčinjavanje.<sup>296</sup>

Teze koje je originalno postavio Mišel Fuko savremena biopolitička teorija je razvila. Čitanje biopolitičke teorije italijanske škole karakteriše uvođenje kritike kapitalizma Karla Marksa, teorije ljudske istorije Valtera Benjamina, filozofije Hane Arent, kao i radovi Deleza i Gatarija. Agamben biopolitičku teoriju zasniva na trajnom stanju izuzetka, kao i na *homo saceru* (*golom životu*), istinskom subjektu savremenih ljudskih prava. Goli život je istinski nosilac ljudskih prava, on nije čovek (*human*) nasuprot građaninu, on predstavlja jaz između biološkog života (*zoe*) i političkog života (*bios*), on je forma nepomirljive praznine između građanina i

---

<sup>295</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003.

<sup>296</sup> Videti u: Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006, Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.



čovjeka. Agamben biopolitiku shvata kao jezgro klasične definicije suverene moći od grčkog polisa do danas. Za Agambena koncentracioni logor predstavlja paradigmu, odnosno model savremene politike, kao primer imanentnog, unutarnjeg odnosa suverene moći i golog života. Logor je nenadmašni biopolitički prostor koji otkriva model savremenog političkog prostora. Savremeno demokratsko-globalističko uređenje sa karakteristikama neoliberalizma, u kome se ne ukida sveti život, nego se razbija i raspršuje u svako pojedinačno telo. Biopolitika, prema tome, grabi uslove života pojedinca, pripadnika nekog društva koji danas bivstvuje u vanrednom stanju. Politika se odavno pretvorila u biopolitiku i jedina je garancija određivanju sistemskog oblika prikazivanja pri jačanju brige, nadzora i uživanja golog života.<sup>297</sup> Poslednjih decenija javila se nova politička ekonomija – ekonomija duga. Ekonomija duga je lišila ogroman broj stanovništva političke moći, koje su bili već i ranije lišeni konsekvencama reprezentativne demokratije. Kriza je proizvela figuru koja okupira javni prostor - čoveka duga. Razlozi za konstantno javljanje periodičnih kriza leže u prekomernim zahtevima vlasti koji su ogrezle u korupciji elita, koji su se bavili internacionalnom podelom rada i moći. Neoliberalni blok moći ne želi da reguliše i reši krizu, jer se njihovi politički programi zasnivaju na izborima i odlukama koji su doneli najnoviju krizu. Dug reprezent ekonomskih odnosa nerazdvojan od proizvodnje subjekta dužnika i njegove moralnosti. Sadašnja kriza je permanentno vanredno stanje.<sup>298</sup>

Disciplinarne tehnike i tehnike kontrole su postavljene u javni prostor, te omogućuju stavljanje vremena i njegovih virtualnosti u prvi plan sa ciljem subjektivacije pojedinaca i populacije. Mehanizmi kojima se izvodi subjektivacija i upravljanje u biopolitičkoj teoriji opisani su konceptom dispozitiva. Javna sfera je oblik subjektivacije koja najbolje izražava plastičnost i funkcionalne različitosti bilo koje subjektivacije. Model društva discipline prolaznog je karaktera. Tranzicija se desila u vremenu kada su discipline sa svoje strane prošle kroz krizu iz koje su se izrodile nove snage koje su se postepeno uspostavljale. Ovaj proces se nakon 1945. godine ubrzao i doveo do definitivnog prelaza iz disciplinarnog društva u društvo kontrole. Različita zatočeništva, intervencije u okviru ograđenih prostora kroz koje prolazi pojedinac jesu nezavisni elementi čiji mehanizmi kontrole oblikuju sistem mreže vršeći potčinjavanje.<sup>299</sup> Biopolitička teorija iznosi,

---

<sup>297</sup> Giorgio Agamben, *Homo sacer, Savremena moć i goli život*, Arkzin, Zagreb, 2006.

<sup>298</sup> Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012.

<sup>299</sup> Gilles Deleuze, Postscript on the Societies of Control, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.

koncizno rečeno, ideju da savremeni oblici izvođenja potčinjavanja, kontrole, upravljanja i moći treba shvatiti kao biopolitiku. Fuko ističe da moć deluje na dva nivoa, odnosno igra dve uloge: prvo onu globalizujuću i kvantitativnu, koja se tiče populacije, i drugu analitičku, koja se tiče pojedinca.<sup>300</sup> Prema tome, biopolitika deluje uvek na dve razine: prvo, na mikro nivou, produkcijom subjekta preko različitih mehanizama praćenja tela, i drugo na makro nivou, na kome se pojedinci tretiraju kao statistički fenomen, i kada su upleteni u kolektivne forme reprodukcije i života, na nivou populacije. U okviru ove dualne strukture dispozitiva, biopolitika postavila je vezu između produkcije subjekta i kolektivnog entiteta. Život je tako postao mesto preseka tehnika upravljanja i kontrole što zahteva konstantnu proizvodnju dispozitiva. Dispozitivi se stvaraju i akumuliraju neprestano, oni oblikuju, kontaminiraju, nadziru, upravljaju subjektivacijom i kretanjem. Dispozitivi na mikro nivou predstavljaju heterogeni skup koji virtuelno uključuje diskurse, institucije, zgrade, zakone, svakodnevene upotrebne predmete, i tako dalje. Dispozitiv na makro nivou predstavlja mrežu koja se uspostavlja među ovim elementima, i ima konkretnu stratešku funkciju koja sprovodi i upisuje se u odnose biomoći. Oni proizilaze iz odnosa moći i odnosa znanja.<sup>301</sup>

U prethodnim redovima izvedena je teza da je dizajn šire ugrađen u mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Drugim rečima, savremeni dizajn predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, element, produženu ruku, prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije. Kao mehanizam potčinjavanja, a zatim i upravljanja populacijom, dizajn dolazi u formi dispozitiva. Kao dispozitiv, dizajn *na mikro nivou produkuje subjekt, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije*. Dizajn dakle, kao kreativna industrija, proizvodi ukupnu materijalnu okolinu, urbani pejzaž, zgrade, objekte, predmete i slike i kao takav je tehnika, odnosno mehanizam izvođenja biopolitike. Prema tome, dizajn u svim svojim oblicima predstavlja ultimativnu i elementarnu formu dispozitiva, koja se ne odnosi na prostorne i fizičke dimenzije kontrole, već na sve mere koje doprinose potčinjavanju, upravljanju i izvođenju kontrole samog života.

---

<sup>300</sup> Michel Foucault, *The Subject And Power*, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954–1984*, The New Press, New York, 2002, 335.

<sup>301</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009.

Sama reč *dizajn* izaziva pometnju. U engleskom jeziku *design* označava kreiranje, osmišljavanje, rešenje u idejom smislu, kao i samu završenu oblikovnu stvar.<sup>302</sup> Marenko i Braset ističu da se u svakodnevnoj upotrebi dizajn koristi kao pojam za objekat, predmet ili sliku koji su nastali procesom dizajniranja. Oni dizajn razumeju kao neprestani postupak izvođenja kreativnosti i kreiranja okruženja.<sup>303</sup> U literaturi se ističe promenljiva priroda projektovanja i oblikovanja, te se izbegava sama definicija zbog izmeštanja pojma. Kernes dizajn definiše kao *ontološki nepotpun*.<sup>304</sup> Prema tome, ako se dizajn shvati konvencionalno, može se govoriti o planiranju, oblikovanju, idealnom planu. Međutim, prema Vilijemu Fluseru ovakva objašnjenja daleko su od same suštine. Fluser suštinsko značenje dizajna pronalazi u korenu same reči *design*: lukavi plan, nečasna akcija i prevara. Njegovo objašnjenje dizajna, nije samo bitno zbog uvida u etimologiju reči, već i zbog pitanja koja se odnose na širenje dizajna u savremenom društvenom poretku. Prema Fluseru ova reč se pojavljuje u kontekstu povezanim sa lukavstvom i prevarom (obmanom). Dakle, dizajner je lukavi obmanjivač koji postavlja svoje zamke.<sup>305</sup>

Dizajn je suštinski ugrađen u savremenu kulturu i društvo, u formi dispozitiva moći. Agamben navodi da sve može biti dispozitiv od sistema do predmeta. U tom smislu u ovoj disertaciji predlaže se podela dizajn dispozitiva na četiri potkategorije, ili četiri dimenzije, kako bi se bolje razumeo ovaj mehanizma potčinjavanja. Dizajn kao dispozitiv ima tri elementa koji ga pokreću i njegovo kretanje održavaju, a to su: *diskurs*, *institucija* i *praksa*. I četvrta kategorija javlja se kao derivat, kao rezultat delovanja mehanizma: *predmet*. Ovde *predmet* ne treba shvatiti kao upotrebnii predmet, već generalno kao materijalnu pojavnost dispozitiva u formi dizajna kao proizvoda dizajniranja. Što se prvog stvaralačko-konstitutivnog nivoa tiče, dizajn kao disciplina u međuzavisnom odnosu i međudelovanju ovih dimenzija sebe uspostavlja kao dispozitiv da bi na drugom nivou proizvela i otelotvorila dispozitive kojim se izvodi subjektivacija. Drugim rečima, diskurs utiče na instituciju, institucija utiče na praksu, a praksa se opet reflektuje na diskurs i instituciju. Ova mreža odnosa konstituše disciplinu koja produkuje čitavu materijalnost u okviru

---

<sup>302</sup> John Heskett, Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna, (2002), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 528.

<sup>303</sup> Betti Marenko and Jamie Brassett (ed.), *Deleuze and Design*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2015, 12.

<sup>304</sup> Matthew Kearnes, Chaos and Control: Nanotechnology and the Politics of Emergence, *Paragraph*, Vol:29, No.2, 2006, 57–80.

<sup>305</sup> Vilem Flusser, *The shape of things: A philosophy of design*, Reaktion Books, London, 1999.

koga se izvodi bio-moć (dijagram 4). Drugim rečima, dizajn kao mehanizam, kao dispozitiv, treba razumeti u četiri dimenzije:

- I. *Dizajn diskurs* je kroz dvovekovno angažovanje i kroz praktično delovanje izrastao u svojevrsno interdisciplinarno teoretsko polje, sa svojim teorijama, ideologijama, dogmama, manifestima, ikonama, i tako dalje.
- II. *Dizajn institucije* predstavljaju mrežu, sklop, ustrojstvo i sistem u obliku škola, strukovnih organizacija, državnih agencija koje deluju kako na samu disciplinu tako i na društvo u celini.
- III. *Dizajn praksa* jeste konkretno angažovanje i delovanje oblikovanja okruženja, koja funkcioniše po disciplinarnom ustrojstvu, te se koristi sopstvenim tehnikama i metodama koje su po karakteru interdisciplinarne i skopčane sa marketingom i brendingom.
- IV. *Predmet*, fizički element realnosti, objekat materijalne kulture sa svim svojim fizičkim i apstraktnim karakteristikama, kojim se zapravo izvodi subjektivacija.

DIZAJN DISPOZITIV		
DISKURS	INSTITUCIJA	PRAKSA
<i>Teorije</i>	<i>Škole</i>	<i>Metodi</i>
<i>Dogme</i>	<i>Strukovne organizacije</i>	<i>Tehnike</i>
<i>Ideologije</i>	<i>Državne agencije</i>	<i>Kreacija</i>
<i>Manifesti</i>	<i>Saveti</i>	<i>Saradnja</i>
PREDMET		
<i>(dispozitiv kao materijalna pojavnost)</i>		
<i>Pojedinac</i> <i>(mikro nivo)</i>	<i>Populacija</i> <i>(makro nivo)</i>	

*Dijagram 4: Dizajn dispozitiv.*

Ovo dovodi do postavljanja četiri dimenzije dizajna kao dispozitiva. Njih ne treba shvatiti kao metodološke imperativne niti fiksne konstante. Oni upućuju samo na sagledavanje odnosa elemenata dizajna kao mehanizma upravljanja i daju sistematski presek karaktera savremenog dizajna. U daljem tekstu ove četiri dimenzije izložiće se detaljnije.

## *I Dizajn diskurs*

Prva dimenzija upućuje na diskurzivno polje dizajna. Dizajn se u dvovekovnoj istoriji zasnovao i kao svojevrsna teorijska oblast. Fuko predstavlja tezu da se u svakom društvu produkcija diskursa u isti mah kontroliše, selektuje, organizuje i raspodeljuje, i to u postupcima čija je uloga da ukrote moć i opasnosti diskursa, da ovladaju njegovim nepredvidljivim događajima, da izbegnu njegovu tešku i opasnu materijalnost. On prepoznaje tri velika sistema istine isključivanja koji pogađaju diskurs: zabranjena reč, isključivanje ludila i volja za znanjem. Svi ovi sistemi duboko su skopčani sa moći, tehnikama disciplinovanja tela (ako ne i same tehnike), a u njihovom međusobnom poretku treći sistem (volja za znanjem) pokušava podrediti ostale kako bi ih istovremeno modifikovao i zasnovao dok prva dva postaju slomljena.<sup>306</sup> Drugim rečima, volja za istinom je mašinerija namenjena isključivanju. Dizajnerski diskurs se ne razlikuje od ostalih dispozitiva moći. On u ima sopstveni jezik, sopstvene tehnike disciplinovanja, i poredak koji se ogleda u dizajnerskim doktrinama, odnosno dizajnerskom determinizmu.

U okviru dizajnerskog diskursa operišu ideologije, dogme, manifesti, koje dizajnere usmeravaju prema estetici kao profesionalnoj ideologiji. One prave rascep između stanovništva i dizajna; dizajnu na izgled pripisuju brigu za okruženjem i društvom, neguju stavove dizajnera uglavnom u praznom maštanju, himeri o odnosu ljudi i okoline, društva i materijalne kulture, stvaranje uslova za kvazi-dizajnersku praksu, samopromociju, idolopoklonstvo.<sup>307</sup> To se ogleda u manifestima koji ponekad jesu manifesti, ali često se radi o ličnim ispovestima, stavovima vodećih dizajnera, teorijama i ličnim pogledima na svet. U dizajnerskim manifestima i u nizu tekstova nazire se diskurzivna mreža koja insistira na određenom jeziku, ponašanju, etici, ideologiji. Nekada takvi stavovi, odnosno ideologije, stoje u opoziciji, nekada se oslanjaju jedni na druge, a suštinski se nadopunjuju.

## *II Dizajn institucija*

Druga dimenzija, upućuje na dizajnerske institucije. O dizajnerskim institucijama i njihovoj ulozi u društvu, uspostavi ideologije, prakse, usmerenju i delovanju bilo je reči u prvom poglavlju. Ovde vredi naglasiti da je uloga dizajnerskih institucija (odnosno škola, strukovnih

---

<sup>306</sup> Mišel Fuko, *Poredak diskursa (Pristupno predavanje na Kolež de Fransu, održano 2. decembra 1970. godine)* Karpos, Loznica, 2007.

<sup>307</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 49.

organizacija, državnih agencija) usmerena na disciplinovanje, određivanje pravila, širenje ideologije dizajna i doprinos uspostavljanju kontrole u dizajnerskom telu. Na institucije deluje s jedne strane diskurs, a sa druge strane praksa. Ona se ponaša u skladu sa onim idejama koje se od nje zahtevaju. Pre svega njena glavna uloga je da postavi okvir održanja same discipline; da neguje ideje koje dolaze iz diskursa i da te ideje implementiraju u telo dizajnera.

### *III Dizajn praksa*

Treća dimenzija upućuje na izvođenja oblikovanja. Praksu dizajna treba shvatiti kao svojevrsno izvođenje gestova prema ustanovljenim pravilima discipline, odnosno disciplinovanom postupku oblikovanja okoline. Ideologija dizajna nalaže kvalitetno izvođenje oblikovanja, koje dolazi kao rezultat usvojenih pravila. Drugim rečima, nameće se poslušnost telesnih snaga u okviru same prakse. Disciplinovanom izvođenju oblikovanja telo dizajnera ujedno se potčinjava ali i samo vrši subjektivaciju. Reč je o proračunatoj manipulaciji kako Fuko kaže: (...) *njegovim elementima, pokretima, ponašanjem. Ljudsko telo potpada pod mašineriju moći koja ga istražuje, raščlanjuje i ponovo sastavlja.*<sup>308</sup> Prema tome, disciplina znači uspostavljanje prinudne veze između telesnih sposobnosti i jačanja discipline nad telom. Fuko navodi da su tehnike sprovođenja disciplina minuciozne, međutim vrlo učinkovite. Tehnike discipline se šire na različite oblasti, i danas su preplavile sva društvena polja, pa tako i dizajn. U kontekstu rezultata oblikovanja ovde se radi o lukavstvima koja su sumnjiva, i služe nečasnim ekonomskim ciljevima. Pre svega je bitno naglasiti da se radi o svojevrsnom i konkretnom oblikovanju *predmeta*, onih dispozitiva koji će izvoditi subjektivaciju. Dizajn praksa koristi dizajnerska iskustvena znanja, metode i tehnike kako bi izvodila kreaciju. Ne treba zaboraviti ni njen interdisciplinarni karakter, odnosno njenu povezanost i partnerstva pre svega sa politikom, ekonomijom, marketingom, brendingom, tehnologijama, ali i sa drugim naučnim ili kreativnim disciplinama.

### *IV Dizajn predmet*

Konačno, četvrta dimenzija upućuje na pojavnost, odnosno na fizičke i prostorne karakteristike dizajna. U biopolitičkoj teoriji postoje koncepti pomoću kojih je moguće razumeti fizičku pojavnost dispozitiva. Iako u literaturi predstavljeni kao virtuelni, lako se mogu preslikati i u fizičku, materijalnu pojavnost. U pitanju su koncepti kao Panoptikon (Fuko), model ograde

---

<sup>308</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997, 192.

(Delez) i grad kao logor (Agamben). Panoptikonom se objašnjava neprekidna prisutnosti kontrole nad ljudskim telom u savremenom društvu. Panoptikon je dijagram zatvora, arhitektonski prostorni raspored u kome sve se odvija pod budnim okom stražara koji i ne mora biti prisutan jer se kontrola uselila u same subjekte.<sup>309</sup> Gotovo nadovezujući se na koncept Panoptikona, Delez i Gatari predlažu koncept ograda. Radi se konceptu društva discipline koje je tranzitiralo u društva kontrole. Delez ističe da različita zatočeništva, intervencije u okviru ograđenih prostora kroz koje prolazi pojedinac jesu nezavisne varijable čiji mehanizmi kontrole oblikuju sistem koji funkcioniše po modelu mreže. Model ograda ogleda se u sveopštem ograđenom privatnom i javnom prostoru urbanog pejzaža. Društvo funkcioniše po principu enterijera u svakom smislu.<sup>310</sup> Ograde ljude treba da zadrže na mestima kako bi se upravljanje i kontrola mogla izvršiti ekonomično i efikasno. Treći koncept je grad kao logor, u najširem smislu, uzimajući u obzir sva tela, prirodna i veštačka koja konstituišu grad.<sup>311</sup> U ovom svetlu dizajn je angažovan u oblikovanju predmeta kojim se izvodi kontrola, protok materijalnih, virtuelnih, vizuelnih i tekstualnih informacija u obliku objekata, proizvoda i ukupne okoline. Proizvodnja i potrošnja upisuju informacije za formiranje subjekta, oblikuju način na koji su predmeti predstavljeni i norme uspostavljene kako bi se proizvod (bilo da se radi o zgradi ili upotrebnom predmetu) konzumirao u skladu sa posebnim obrascima i značenjima.<sup>312</sup> Bitno je podvući da dizajn predmet, odnosno rezultat oblikovanja, jeste otelotvoreni dispozitiv koji poklapa pojedinca i populaciju svojim vidljivim i nevidljivim moćima vršeći subjektivaciju. U narednim redovima detaljnije će biti predstavljene strategije delovanja dizajn dispozitiva na mikro i na makro nivou.

---

<sup>309</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

<sup>310</sup> Gilles Deleuze, Postscript on the Societies of Control, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.

<sup>311</sup> Giorgio Agamben, *Homo sacer*, Suvremena moć i goli život, Arkzin, Zagreb, 2006.

<sup>312</sup> Guy Julier, Guy, *The Culture of Design*, Sage Publications, London, 2000.

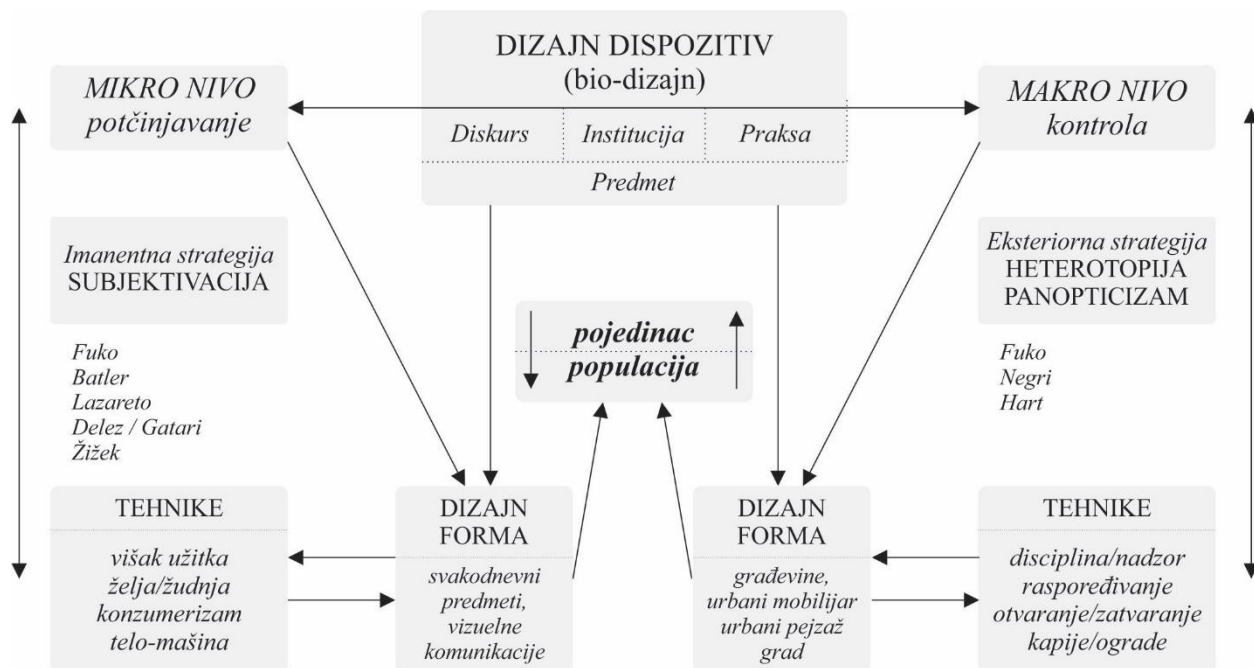
### 2.3. Strategije potčinjavanja i kontrole

Fuko navodi da su disciplinovanje tela i regulisanje stanovništva dva pola oko kojih se izvodi organizacija moći nad životom.<sup>313</sup> Dizajn je dispozitiv, mehanizam, šira strategija, produžena ruka, nemi saučesnik koji se nalazi u pozadini imanentnog i stvarnog vršenja kontrole i discipline. Prema Fukou, Delezu i Agambenu dispozitivi se pojavljuju u mnogo oblika. U ovom radu se ne tvrdi da je dizajn jedini ili najbitniji oblik dispozitiva. Međutim, može se zaključiti da je dizajn zasigurno jedan od najfundamentalnijih, a svako najstvarnijih, najmaterijalnijih, najopipljivijih oblika dispozitiva. Čak i sami pojedinci, socijalne grupe, manjine, organizacije, institucije, pa i države, narodi i nacije pod uticajem su dizajna kao dispozitiva u pojedinačnim i konkretnim društvenim oblicima: predmeti, okruženje, slike. U društvu kontrole, savremenom globalizovanom svetu, disciplina i kontrola su, nadovezujući se jedna na drugu, izgubile eksteriorni karakter i postale su imanentne telu. Prelaz sa društva discipline na društvo kontrole i nadzora, ne znači da je disciplina nestala, naprotiv, ona se nadogradila, postala je unutrašnji element svakog ljudskog bića. U tom smislu, dizajn reprodukuje materijalno okruženje u kome su dispozitivi kadri da osvoje pojedince i populaciju. Moć je ugrađena i širi se preko slika, iskustva, upotrebnih predmeta, odeće, enterijera, građevina, urbanih pejzaža, topologije gradova, i tako dalje. U društvu kontrole pojedinci su potčinjeni a populacija je strogo kontrolisana najfinijim strategijama. Vršenje kontrole i discipline je uvek i svuda prisutno, kako oko pojedinca tako i u pojedinca. Fuko je u radu *The Subject And Power* utvrdio da se moć izvodi na dva nivoa: na mikro i na makro nivou. Prema tome dizajn se kao dispozitiv moći angažuje na dve razine, na mikro i makro nivou, na nivou pojedinca i na nivou populacije. Na nivou pojedinca viši se potčinjavanje, a na nivou populacije kontrola i nadzor. Uslov za kontrolu populacije jeste stvaranje subjekta. U biopolitičkoj teoriji procesi potčinjavanja pojedinca objašnjeni su preko koncepta *subjektivacije*, a izvođenje kontrole populacije objašnjava se konceptima *panopticisma* i *heterotopija (dijagram 1)*. U narednim pasusima biće detaljnije objašnjeni pomenuti koncepti te povezani sa dizajnom kao biopolitičkim mehanizmom upravljanja.

---

<sup>313</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006, 156.





Dijagram 1: Dijagram dejstva dizajn dispozitiva na mikro i marko ravni.

### 2.3.1. Subjektivacija

Dizajn kao dispozitiv u svim svojim dimenzijama, na mikro nivou, kontrolu i disciplinovanje tela, odnosno potčinjavanje izvodi konceptom *subjektivacije*. Fuko ističe da u osnovi subjektivacije leže promenljivi odnosi moći. Odnosi pokoravanja mogu da proizvedu subjekte, podanike. Subjekt je mesto preseka različitih sila, on je istorijski konstruisan raspored odnosa snaga i medijum konstituisanja vlasti. Subjektivacija se ne odvija izvan privremenih tokova, ona predstavlja izvođenje strategija moći. Fuko objašnjava da se izvođenjem moći u formi tehnike vladanja deluje na svakodnevni život kategorizujući pojedinca, obeležavajući njegov identitet – moć od pojedinaca pravi subjekte. Prema Fukou, subjekt ima dva značenja: subjekt je potčinjen nečijoj kontroli i zavisi od njega, i vezan je za sopstveni identitet samosvešću ili samospoznajom. Oba značenja sugerišu formu moći koja potčinjava i stvara subjekta.<sup>314</sup> Drugim rečima, Fuko opisuje subjektivaciju kao paradoks koji označava postajanje subjektom i potčinjavanje pojedinca. On postaje autonomna ličnost tako što se potčinjava moći, a to potčinjavanje podrazumeva zavisnost. On ovaj koncept objasnio pojmom *assujettissement*.

<sup>314</sup> Michel Foucault, The Subject And Power, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954-1984*, The New Press, New York, 2002, 331.

Analizirajući Fukoov koncept subjektivacije, Džudit Batler proširuje i razrađuje njegov koncept u tekstu *Potčinjavanje, otpor i promena značenja*.<sup>315</sup> Analizirajući subjektivaciju, kroz Fukoova dela *Nadzirati i kažnjavati* i *Istorija seksualnosti*, Lakanov koncept simboličkog konstruisanja, kako i Altiserov koncept interpelacije (prekida, sprečavanja), Batler objašnjava da pojedincem ne upravlja spoljašnji odnos moći, prema kome neko uzima već formiranog pojedinca za metu pokoravanja. Naprotiv, pojedinac se formira na bazi svog diskurzivnog konstituisanog identiteta. Potčinjavanje jeste doslovno pravljenje subjekta, princip regulacije na osnovu kog je subjekt formiran, odnosno proizveden. Moć je ta koja formira i aktivira subjekat. Batler kaže:

*Otuda potčinjavanje nije ni jednostavna dominacija nad subjektom, ni njegovo proizvođenje. Potčinjavanje zapravo oblikuje određenu vrstu ograničenja u proizvođenju, ograničenja bez kojeg proizvođenje subjekta ne bi bilo moguće (...) jasno je da su proizveden subjekt i potčinjen subjekt, odnosno subjekt kojim se upravlja, jedan isti subjekt i da je neizbežna proizvodnja istovremeno i oblik upravljanja.*<sup>316</sup>

Batler smatra da diskurs deluje na telo pojedinca, ali to čini tako što prisiljava pojedinca da stremi idealu, normi ponašanja, obrascu poslušnosti najprefinjenijim i perfidnim sredstvima. Na taj način individualnost pojedinca postaje koherentna, totalizovana, oblikovana prema unutar diskurzivnim oblicima i granicama. Batler ističe da moć ne deluje samo na telo, ona deluje i u telu, ona ne proizvodi samo granice subjekta nego i potčinjava njegovu unutrašnjost. U normativnom idealu stvara se vrsta psihičkog identiteta, odnosno ono što Fuko naziva *dušom*. Duša postaje normativni i normalizujući ideal u skladu sa kojim se telo trenira, oblikuje, kultiviše i potčinjava; to je jedan istorijski specifičan imaginarni ideal prema kome se telo materijalizuje. Batler tvrdi:

*(...) Ovo „potčinjavanje“ ili assujettissement nije samo podređivanje nego i obezbeđivanje i održavanje, postavljanje na mesto subjekta – subjektivacija.*<sup>317</sup>

Batler navodi da se u izvesnoj meri proizvodnja subjekta odvija na račun podređivanja tela, pa nekad čak i razaranjem. Subjekt zaposeda i formira telo, te deluje kao duša. Prema tome, telo se može razumeti kao mesto izgradnje i razaranja usled kojeg se istovremeno formira subjekat. Nastajanje subjekta jeste i nametanje okvira telu, njegovo podređivanje i regulisanje, kao oblik u kojem se čuva to razaranje u normalizovanju.

---

<sup>315</sup> Džudit Batler, *Potčinjavanje, otpor i promena značenja*: Između Frojda i Fukoa, *Časopis za književnost i kulturu, i društvena pitanja Reč*, br. 56. 2, 1999, 163–175.

<sup>316</sup> *Ibid*, 163.

<sup>317</sup> *Ibid*, 167.

Nastajanje subjektom Delez i Gatari poistovetili su sa procesom produkcije i reprodukcije mašine. Suštinski su povezali potčinjavanje sa predmetima materijalne kulture. Balantaj navodi da napredne tehnologije zavise od reprodukcije i evolucije ljudi. Subjektivacija zavisi ne samo od dizajnera koji unapređuju predmete, objekte, slika koje nas okružuju već i od samih korisnika, potrošača, konzumenata, koji *pozajmljuju* te objekte, i sebi ih dodaju kao nezamenljivi deo. Mašina, kao subjektivizovan pojedinac, je sastavljena kako od organskih tako i od neorganskih delova, koji zajedno konstituišu svoj život i proizvode moć. Na primer, danas postoje kompjuteri koji pomažu ljudima da misle. Danas deluje da su pojedinci zavisni od upotrebnih predmeta više nego ikada. Čini se da upotrebnih predmeta upravljaju životima ljudi. Balantajn navodi da se potrebe danas javljaju kao želje upravo uticajem upotrebnih predmeta. Balans moći između ljudi i predmeta čini se narušen u korist predmeta. Balantajn se pita da li predmeti rade za nas ili mi radimo za njih.<sup>318</sup> Danas su veze između ljudi i predmeta ključne – između motora i inženjera, između radnika i kancelarija. Veze se rutinski prave preko elektronskih mreža. Prema tome, izuzetno je bitno naglasiti uticaj upotrebnih predmeta (objekata, slika, gradova i tako dalje) na svakodnevni život ljudi, u okviru koga se izvodi kontrola i nadzor pojedinca, kako imanentno tako i eksteriorno. Upravo kroz veze pojedinaca i stvari materijalne kulture nastaju novi identiteti u formi subjekta, a tela se formiraju preko okvira kontrole i nadzora.

Balantajn, kroz analizu teorija Deleza i Gatarija, posmatra telo kao otvoreno. Ako se telo posmatra u kontekstu mašine, onda nema razloga da se ne zaključi da telo jeste ograničeno na organske delove, ali se njegova ograničenja itekako teleskopski produžavaju kada mu se dodaju predmeti u vidu protetika i time se uvećavaju mogućnosti tela. Drugim rečima, protetika kao upotrebnih predmeta ili okruženje postaje deo čoveka. Na primer, dodatak ruci je mobilni telefon ili dodatak ukupnom telu je automobil. Ovi predmeti olakšavaju komunikaciju na daljinu, ali i ubrzavaju kretanje. Oni jesu korisni i pomoćno oruđe telima, međutim u isto su vreme su i ključni elementi koji izvide subjektivaciju. Telo sa jedne postaje motor procesa proizvodnje i potrošnje i time održava kapitalistički sistem, a sa druge strane postaje subjekt zavisni od materijalnog dizajniranog sveta.

U neoliberalnom kapitalizmu prvi proizvod je proizvodnja subjekta. Kapitalizam je zapravo masovna industrija koja proizvodi subjekt. Subjekt je prva proizvedena roba jer učestvuje

---

<sup>318</sup> Andrew Ballantyne, *Deleuze and Guattari for Architects*, Routledge, London and New York, 2007, 25.

u proizvodnji svih roba, predmeta, objekata i slika. Materijalna kultura i dizajn su mehanizmi koji proizvode subjekta. Lazareto kaže:

*Živimo u kapitalizmu koji ne proizvodi samo modele roba. Taj kapitalizam ne proizvodi samo automobile; on proizvodi i modele subjektiviteta, način razmišljanja o odnosima između muškaraca i žena, način razmišljanja o odnosima sa decom, sa svetom, sa drvećem, sa bilo čime. Cilj te proizvodnje su homogenizacija i individualizacija, standardizacija proizvodnje subjektiviteta.*<sup>319</sup>

Prema Lazaratu subjekt se proizvodi specifičnim mehanizmima proizvodnje. Mehanizmi su ljudi, predmeti, mašine, različite semiotike, institucije, država blagostanja. Drugim rečima, subjekt proizvode dispozitivi koji okružuju ljudsko biće i koji se nalaze u njemu. Lazarato ističe da diskurs kojem se danas teži jeste proizvodnja standardizovanog subjekta koji odgovara proizvodnji i potrošnji. Ranije u tekstu je pomenuto da je dizajn je ključni činilac uspostave i održanja začaranog kruga proizvodnje i potrošnje. Subjekt je potreban kako bi se izgradio određeni način ponašanja, ono što je Fuko imenovao kao *upravljeno ponašanje*. Kapitalizam funkcioniše kao opšte upravljanje društva. Lazarato navodi:

*(...) načelo konkurencije, ali i načelo formiranja subjektiviteta, a tu ulazi u igru niz mehanizama, od škole do masovnih medija, preko kulture. Mislim da je kultura u potpunosti deo toga, ona proizvodi određeni tip publika – televizijsku, muzejsku publiku (...)* *To su međusobno povezane stvari.*<sup>320</sup>

U suštini sve koncepte biopolitike karakteriše dvostrukost, paradoks, odnosno sopstvena negacija. Na primer, moć ovladava ali je i ovladana, diskurs je stvoren ali i razoren. Tako i u samom konceptu potčinjavanja postoji pukotina koja ostavlja mogućnost oslobađanja. Agamben uvodi pojam *desubjektivacije*, i tvrdi da dispozitivi u neoliberalizmu ne produkuju samo subjekat. Proces desubjektivacije se nalazi u samom procesu subjektivacije, što znači da se konstituiše od sopstvene negacije. On ističe da procesi subjektivacije i desubjektivacije danas uzajamno ukidaju međusobnu razliku što za posledicu nema nastanak novog subjekta. Subjekt ostaje subjekt.<sup>321</sup> Na

---

<sup>319</sup> Maurizio Lazzarato, Razgovor sa Mauriziom Lazzaratom - treća sesija Javne redakcije, zajedničko izdanje *Le Journal des Laboratoires* i *TkH časopisa za teoriju izvođačkih umetnosti*, br. 17, 2010, 14, [http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/iscrpljujuci\\_nemtaer\\_ijalni\\_rad\\_u\\_izvedbi.pdf](http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/iscrpljujuci_nemtaer_ijalni_rad_u_izvedbi.pdf), ac. 20. 02. 2016 at 08.54 AM

<sup>320</sup> Ibid.

<sup>321</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009, 20.

primer, mobilni telefon svog korisnika ne pretvara u novi subjekt, on ne dobija novu subjektivnost, već predmet postaje mesto preko koga može biti nadziran. Ili konzument televizora u zamenu za desubjektivaciju ne dobija neki novi subjektivitet, već biva upisan u indeks gledanosti. Agamben kaže:

*(...) čini se da previdaju zaključak da ako svakom dispozitivu odgovara određeni proces subjektivacije (ili desubjektivacije), potpuno je nemoguće da bi ga subjekt dispozitiva upotrebljavao na „pravilan način“. Oni koji ustrajavaju na sličnim raspravama, zapravo su učinak dispozitiva medija u koji su uhvaćeni.<sup>322</sup>*

Negi i Hart navode da je proizvodnja subjekta, odnosno izvođenje subjektivacije podsticala vladavinu i olakšavala širenje kapitala. Agamben smatra da se savremena društva predstavljaju kao inertna tela ispresecana gigantskim procesima desubjektivacije čija posledica nije nikakva realna subjektivacija. Trijumf *oikonomia* kao delatnosti upravljanja izvodi samo sopstvenu produkciju. Mehanizam upravljanja igra bez skrupula na desubjektivaciju i na onoga ko bi izvodio tu desubjektivaciju, pokrio maskom dobrog građanina. Takav građanin ispunjava što mu se kaže, i dopušta da njegove najintimnije navike, želje i potrebe budu vođene i nadzirane dispozitivima moći.

Savremeni dizajn proizvodi identitete u formi subjekata. Dizajn utiče na formiranje subjekta putem želje i užitka, želje za robama i užitkom potrošnje. On stvara oblike želje i užitka koji su povezani sa subjektivacijom pojedinca. Kako je disciplina tranzitirala u kontrolu, tako je potreba tranzitirala u želju. Žižek je na primeru *koka-kole* objasnio da poželjnost za predmetom dolazi iz njegove suvišnosti:

*(...)Budući da kola ne zadovoljava nikakvu određenu potrebu, neočekivani rezultat te njene značajke nije taj da je pijemo samo kao dodatak, nakon što je neki drugi napitak zadovoljio našu pravu potrebu – upravo suprotno, ta njena suvišnost je ono što našu žeđ za koka-kolom samo još većom (...) Koka-kola ima to paradoksalno svojstvo da što je više pijete, postajete sve žedniji, i potreba da je još pijete, raste (...)<sup>323</sup>*

Žižek se poziva na Ničeovu opoziciju između *želeti ništa* i nihilističkog stava konstantnog priželjkivanja *ništavila*. On se poziva na Lakana i naglašava kako, na primer, kod anoreksije osoba

---

<sup>322</sup> Ibid, 21.

<sup>323</sup> Slavoj Žižek, Coca-cola as „objet petit a“, *The European Design Magazine*, No 191, 2003, 71.

ne samo da ne jede ništa, ona zapravo aktivno želi jesti samo *ništavilo*, koje je i krajnji cilj želje. Logika uravnotežene razmene je odavno poremećena u korist neumerene logike *što više daješ to više duguješ* – logika koja karakteriše neoliberalni poredak ili društvo duga. Ali kada se ta logika prenese u domen dizajna i konzumerizma, ona bi se svela na to da što više osoba ima onoga što želi to joj više toga nedostaje, a želja je još veća. Dakle što se više kupuje više se mora potrošiti čime se obezbeđuje cirkulacija kapitala. Žižek navodi da ključ tog poremećaja jeste višak užitka koji Lakan naziva *objet petit*. Taj paradoks omogućuje reprodukciju i proizvodnju dizajniranih upotrebnih predmeta za tržište. Upravo u tom paradoksu leži moć dizajn dispozitiva. On tvori kapitalističku trgovačku robu i kao takvu u njoj utelotvoruje suvišnu užitak koji pokreće konzumerističku stigmu *što više kupujes moraš više potrošiti*, a u tom začaranom krugu pojedinac postaje subjekt, zavisian od predmeta koje koristi.

Vajtli je objasnio način na koji su dizajneri upotrebljavali svoje veštine za stvaranje novih proizvoda i prostora za potrošnju i time podsticali želje. Vajtli navodi *Sonijev* vodootporni *Walkman* prepoznatljive svetložute boje. Broj potrošača kojima je bio potreban *Walkman* ne bi zadovoljio i opravdao njegovu proizvodnju. Prvi kupci bili su oni koji su se trudili istaknuti činjenicu da su zabavni, da vole provoditi vreme na otvorenom, da žive zdravo, da su seksi, moderni, savremeni, pa čak i napredni. Naglasak je bio na aktivnom stvaranju novih želja potrošača kao preovlađujući razvojni pravac dizajna. Dizajn je u metode oblikovanja integrisao tehnike marketinga. Time je postao ključni element u stvaranju preferenci potrošača: i to ne samo što se tiče boja, oblika i stila, već i ukupnog koncepta proizvoda i životnog stila.<sup>324</sup> Veštačkog zastarevanje i stvaranje želja kod potrošača predstavlja potčinjavanje, u okviru kojeg postoje mehanizmi moći koji u formi hibridnih mreža izvode manipulaciju.<sup>325</sup> Dizajn na taj način postaje spektakl, imanentni i raspršiti mehanizam, aparatura – dispozitiv – predmeta, objekata, slika koji proizvodi i uređuje javni diskurs i mišljenje, ali i vrši subjektivaciju pojedinaca.

### 2.3.2. Druga mesta i Panoptikon

---

<sup>324</sup> Nigel Whiteley, *Dizajn po mjeri potrošača* (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Kriička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 424–452.

<sup>325</sup> Negri, Antonio i Michael Hardt, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 269.

Dizajn kao dispozitiv na drugoj razini, na makro nivou funkcioniše po modelima *heterotopije* i *panopticisma*. Oba koncepta je razradio Fuko i povezo sa javnom sferom, sa javnim prostorom kao mestom nadzora i kontrole. U ovom kontekstu, mreža ulica, zgrada i javnih prostora stoji u snažnoj vezi sa neoliberalnim kapitalističkim konzumerizmom. Kako Negri i Hart navode, trendovi u arhitekturi, ali i u dizajnu, u svetskim megalopolisima pokazuju jedan vid novih segmentacija. Krajnosti bogatstva i siromaštva su se povećale, ali su se fizičke razdaljine približile (kao primere gradovi kao što su Los Anđeles, Sao Paolo i Singapur). Smanjivanje fizičkih razdaljina između bogatstva i siromaštva prouzrokovalo je kreiranje složenih mera održavanja njihove udaljenosti. Danas, ne samo privatne kuće, već i trgovinski centri, institucionalne zgrade, grade otvorene i slobodne prostore iznutra tako da stvaraju zatvorene i neprobojne prostore.<sup>326</sup> Takve pojave u vezi su sa novom ulogom dizajna i privatizacijom javnih prostora. Noks navodi da je dizajn postao veoma značajan u lancu uspostave vrednosti, ostavljajući otisak na gotovo svakom aspektu javnog života.<sup>327</sup> Drugim rečima, dizajn proizvoda, grafički dizajn, modni dizajn i drugi vidovi discipline jednostavno su procvetali u postmodernoj eri, a sam dizajn se pojavio u vidu podsticanja i izraza hedonističkog senzibiliteta bogatih klasa koje deluju u javnom prostoru.

Prema Fukou sadašnja epoha jeste epoha prostora. Dizajn na makro nivo, u kontekstu upravljanja, nadzora i kontrole populacije, deluje preko dva modela kontrole koja se dovode u vezu sa prostorom. U širem kontekstu dizajn deluje kako na privatni tako i na javni prostor u formi dispozitiva moći. Koncept prostora u savremenom društvu Fuko je objasnio kroz dva pojma: heterotopije i panoptizam. Fukoova zainteresovanost za pojam prostora i uloge društva u tom oblikovanju usmeravaju zainteresovanost na funkciju samo prostora. Prostorne raspodele, *raspoređivanje pojedinaca* u okviru tih rasporeda, materijalnog života, proizvoda kulture u materijalnom i nematerijalnom smislu, ekonomske razmene, trgova, pijaca, sajмова prosto oblikuje čitavu civilizaciju. Fuko je razradio jasan oblik poststrukturalističke interpretacije prostora na pojmu *heterotopija*. Za temu ove disertacije značajan je tekst *Druga mesta: utopije i heterotopije*<sup>328</sup> koji objašnjava prostor kao institucionalizovanu demarkaciju struktura moći. Ovaj tekst pripada Fukoovoj strukturalističkoj fazi, dok sa druge strane diskusija o Panoptikonu pripada

---

<sup>326</sup> Ibid, 281.

<sup>327</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 134.

<sup>328</sup> Ovaj tekst predstavlja osnovu za predavanje Mišela Fukoa koje je održao 1967. godine u Tunisu, u okviru ciklusa *Cercle d'études architecturale* (Krug arhitektonskih studija). Tekst je prvi put objavljen posle njegove smrti, oktobra 1984. godine, u časopisu *Architecture, Movement, Continué*, bez njegove autorizacije, a potom uvršten u kritičko izdanje njegovih radova *Dits et écrits*.

njegovoj klasičnoj poststrukturalističkoj fazi. U knjizi *Nadzirati i kažnjavati*<sup>329</sup> Fuko se zanima za izvođenje moći u difuznom obliku. Panoptikon prikazuje model koji okružuje i postoji u društvu kontrole. Panoptikon otelotvoruje sistem nadzora i kontrole u okviru koga je znanje neodvojivo skopčano sa moći. Dizajnerski dijagram Paoptikona omogućava različite tehnike kontrole, za koje je Fuko smatrao da osiguravaju skoro automatsko formiranje subjekta, odnosno subjektivaciju pojedinaca.

Fuko navodi da danas raspoređivanje u prostoru može da se odredi odnosima bliskosti između tačaka, a formalno se mogu objasniti sistemom mreže. Problem smeštanja i premeštanja ljudi nalazi se u domenu demografije. Taj problem raspoređivanja čovečanstva je od prvorazrednog značaja. Fuko navodi da se u današnjoj eri, eri prostora, sam prostor predočava u obliku odnosa raspoređivanja. Fuko govori o spoljašnjim prostorima, o prostorima koji su ispunjeni ljudskim životom:

*(...) prostor u kojem živimo, kojim smo zavedeni da u njega izađemo iz sebe, u kojem se odvija erozija naših života, našeg vremena i naše istorije, taj prostor koji nas slama i troši i sam je isto tako raznorodan (...) mi ne živimo u unutrašnjosti kakve praznine oslikane raznolikim bleštavilom, mi živimo unutar jednog skupa odnosa koji određuje položaje nesvodive jedne na druge, apsolutno nenadređene.*<sup>330</sup>

Fukoa zapravo zanima prostor u kontekstu razmeštanja, odnosno raspoređivanja ali na način da se ukidaju, obesnažuju ili preokreću skupovi odnosa koje prostori sami oblikuju i koji se u njima označavaju. Prostore koji su na neki način povezani a ipak protivrečni sa ostalim raspoređivanjima Fuko naziva *heterotopijama*. Drugim rečima, reč je o prostorima u okviru kojih se vrši distribucija i vršenje moći, o nekoj vrsti mitskog prostora, a u isto vreme i stvarnog prostora koje ispunjavaju pojedinci-subjekti. Fuko izvodi šest načela heterotopija. Prvo načelo objašnjava da ne postoji ni jedna kultura na svetu koja nije sačinjena od heterotopija. Što znači da se heterotopije univerzalne, ali da nemaju univerzalan oblik. Heterotopije odstupanja ispunjene su onima koji odstupaju od uobičajenog proseka, prihvatilišta, klinike, zatvori, starački domovi i tako dalje. Drugo načelo, svaka heterotopija postoji u društvu sa svojom određenom funkcijom, ali može imati i neku drugu funkciju, kao na primer groblje. Groblje nije samo sveti i besmrtni grad,

<sup>329</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

<sup>330</sup> Mišel Fuko, *Druga mesta* (1967), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured.), *Mišel Fuko, 1924–1984–2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 31.



već i drugi grad u kome svaka porodica ima svoj *dom*. Treće načelo, heterotopija objedinjava u jednom mestu nekoliko sučeljenih prostora koji deluju međusobno nespojivima, kao na primer pozorište, bioskop, bašta. Četvrto načelo, govori o tome da su heterotopije prostori u kojima ljudi nalaze svojevrsan prekid sa tradicionalnim vremenom, mesta koja su vezana za akumulaciju vremena: muzeji, biblioteke, vašarišta, sela za odmor. Peto načelo heterotopija odnosi se na istovremeni sistem otvaranja i zatvaranja, izopštavanja i prohodnosti. U njima postoji prisila dolaska, kao što je slučaj sa kasarnom ili zatvorom, ili se mora podvrgnuti pročišćenju. Svako može da uđe u neku od ovih lokacija, ali u času kad uđe unutra on je isključen. I šesto načelo odnosi se na stvaranje prostora privida, iluzija koji razotkriva stvarni prostor, na primer javne kuće. Sa druge strane nalaze se heterotopije zamena čija je uloga stvaranje savršenog prostora, savršenog, preciznog i uređenog, kao na primer jezuitske kolonije u Južnoj Americi.<sup>331</sup>

Prema tome, Fuko je konceptom heterotopija izazvao tradicionalno poimanje prostora kao linearnog i postavio prostor kao mrežu. Heterotopije su dakle, realni prostori koji simultano postoje kao mitski i realni. Sve kulture su heterotopije u doba kriza. Fuko je objasnio da heterotopije dozvoljavaju konsolidaciju i učvršćivanje masa, populacije u društvima koje postoje u datom mestu i vremenu. Koncept heterotopija proširio je konceptom *panopticism*. Panoptički model, odnosno dijagram opisuje neprekidnu prisutnosti kontrole na ljudskim telom. Sve se odvija pod budnim okom posmatrača u društvu discipline. Taj model se temelji, kako kaže Fuko na sistemu stalnih izveštaja, spiskova i zapisnika. Reč je kako o fizičkom tako i o apstraktnom prostoru gde je svako vezan za svoje mesto. Fuko u knjizi predstavlja Bentamov *Panoptikon* koji se odražava na razini arhitekture, u ovom slučaju arhitekture kao dizajnerske discipline. Panoptikon je arhitektonski model zatvora, izgleda kao zgrada prstenastog oblika, a u središtu se nalazi kula na kojoj su veliki prozori koji gledaju na unutrašnji deo prstena. Dovoljan je jedan nadzornik kako bi u svakoj prostoriji unutar prstena vršio nadzor. Ovaj model indukuje zatvorenu svest o stalnoj vidljivosti čime se obezbeđuje automatsko funkcionisanje moći. Nadzor je neprekidan, a ovaj dizajnerski artefakt postaje aparatura, mehanizam, dispozitiv za stvaranje odnosa moći koji je nezavistan od onoga ko je vrši. Potčinjeni subjekti se nalaze u situacionom okruženju moći, te sami takvu situaciju počinju da prihvataju, stvaraju i prenose dalje. Potčinjenost se javlja iz mehaničkog apstraktnog odnosa. Panoptikon je aparatura za pravljenje eksperimenta, za modifikovanje

---

<sup>331</sup> Ibid, 36.

ponašanja, za usmeravanje i preusmeravanje pojedinaca kako u fizičkom tako i u apstraktnom smislu. Drugim rečima, panopticism je model dispozitiva za izvođenje subjektivnosti, ali i razmeštanja i usmeravanja populacije. Uslov širem upravljanju stanovništvom je subjektivacija pojedinca. Fuko navodi da Panoptikon treba shvatiti kao model funkcionisanja moći koji je najšire primenjiv, kao način definisanja odnosa vlasti u svakodnevnom životu ljudi.<sup>332</sup> Treba istaći da moć koja dolazi iz Panoptikona nije izvršna nego posedujuća, ona pre povezuje nego što razdvaja, te produkuje znanje, subjekt i želje.

Panoptikon je dijagram koji je formalan i stvaran, svojstven disciplinarnim društvima, međutim u društvu kontrole on se prenosi kao sistemski dijagram pa i otvoreni prostori postaju zatvoreni, jer se kontrola i nadzor iz spolja prenosi unutra i to u samo društveno tkivo, u pojedinca. Panoptikon u društvu kontrole postaje paradigma savremenog biopolitičkog materijalnog okruženja. Panopticism omogućava upotrebu raznih mehanizama kojima se sprovodi upravljanje i kontrola, te ostvaruje kapacitet dizajna da utiče na ponašanje populacije. Panoptikon ima tri funkcije: da zatvori, da sakrije i da deprivatizuje. Panoptikon je mašina koja omogućava desocijalizaciju, omogućava da se vidi i da se bude viđen čime se otvara kapacitet moći da putuje kroz prostor i kroz vreme u okviru društva. Heterotopije su panoptičkim modelom nadzora i kontrole uspostavile granice sa spoljašnjim svetom kao poretkom svakodnevnog života. U današnjem svetu uspostavljeno je heterotopsko razmeštanje tela i njihovo vezivanje za data mesta – pojedinac je primoran na određeno ponašanje. Moć je panopticismom transponovana u vlast i lokalizovala se kroz heterotopiju. Prostor je prema tome društveni proizvod, u vidu mreže koja uokviruje i zatvara urbani život, materijalni i virtuelni život populacije i konstruiše prostorne jedinice upravljanja, kontrole i nadzora. Stvaraju se ograđeni prostori, dihotomije, oličene u tehnologiji moći i znanja koje su danas podrazumevana u dizajnu, posebno u urbanizmu i arhitekturi.

U savremenom dizajnu koncepti heterotopije i panopticisma ostvaruju se na primer kroz privatizaciju javnih prostora, urbanu gentrifikaciju ili gradnju privatnih neoliberalnih stambenih naselja – kako privatnih tako i državnih developera. Noks navodi da je, posle recesije osamdesetih godina veliki kapital kroz investicije pronašao mesto u domenu razvoja izgrađenog okruženja. Kada se desio ekonomski oporavak developeri su počeli da identifikuju potrošnju kao ključni

---

<sup>332</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

sektor. U Severnoj Americi i Evropskim zemljama, kako navodi Noks, šoping centri na obodima gradova, kao i razvoj gradskih centara postajali su sve veći i spektakularniji. Narastajući materijalizam pop kulture značio je postavljanje razvojne šeme velikih javnih projekata različitih namenama. Na primer, razvoj gradskih obalskih prostora podrazumevao je izgradnju po principu javno-privatnog partnerstva.<sup>333</sup> Ovi prostori nudili su multi-funkcionalne korisne površine sa radnjama, poslovnim prostorom, stambenim objektima, hotelima, i zabavnim sadržajima. Kao primeri izdvajaju se *Baltimore Inner Harbor*, izgrađene 1980. godine, zatim, *South Street Seaport* u Njujorku, *Fisherman's Wharf* u San Francisku, *Granville Island* u Vankuveru, *Harbourside* u Bristolu, *Queen's Walk*, *Baltic Gallery*, *The Stage and the Millennium Bridge*, *Gateshead* u Londonu, *Darling Harbour* u Sidneju.

Konzumerizam, veličina, spektakl i tema kao dizajnerska rešenja zajednički su imenitelj pomenutih projekata. Novi razvojni preduzetnički poduhvati dobili su forme *lifestyle* centara. Vođeni procvatom potrošačkog tržišta nastali su i trgovinski centri ranih dvehiljaditih godina; ovi prostori su manji od tradicionalnih šoping molova integrisani u ideji mimike tradicionalnih gradskih ulica. Takav trend je nastao u Sjedinjenim Državama, te se prema tome tamo nalaze i najpoznatiji primeri: *Santa Row* u San Hozeu, *CityPlace* na Floridi i tako dalje. Ovi takozvani *fashion parkovi*, dobili su formu mini grada, gotovo palanke, sa jednom ili dve ulice izmišljenih imena i gigantskim prostorom za parkiranje vozila. Pored standardnih brendova kao što su *Armani*, *Banana Republic*, *Body Shop*, *Boss*, *Crabtree and Evelyn*, *Diesel*, *H&M*, *Lacoste*, *Mango*, *Sony*, *Swarovski*, *Tommy Hilfiger*, *Urban Outfitters*, *Zara*, i drugi, *fashion parkovi* nude i zabavu: bioskope, restorane, fitness klubove, kafiće, pa i uličnu zabavu. Prema Noksu, 2002. godine u Sjedinjenim Državama bilo je registrovano 30 *fashion* parkova, do kraja 2007. godine njihov broj je porastao na 160.<sup>334</sup>

Dizajn je svojim intervencijama zamaglio razliku između javnog i privatnog prostora – projektujući *pace*, tako zvane ulice, restorane, skulpture, bašte, vrtove. Dizajneri su oblikovanjem zamaglili sagledavanje realnosti i utemeljili pretpostavku da su ti prostori u domenu javnog, međutim prostori su privatni, ili u najmanju ruku deo privatno-državnog partnerstva. U takvim prostorima populacija je dobrodošla dokle god se drži pisanih i nepisanih pravila, dok ne

---

<sup>333</sup> Paul L. Knox, *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011, 136.

<sup>334</sup> Ibid, 138.

predstavlja pretnju ambijentu kakvog su zamislili dizajneri, developeri, vlasnici i menadžeri. Lista zabranjenih radnji je podugačka: prekomerno zurenje, velika zainteresovanost, fotografisanje, audio i video snimanje radnji, proizvoda, zaposlenih i obezbeđenja. Na ovakvim mestima nisu dobrodošle određene grupe ljudi, kao na primer ekscentrici, siromašni, beskućnici, individue koje ne izgledaju normalno i tako dalje.

Urbana gentrifikacija<sup>335</sup> je drugi tipični primer delovanja dizajna na makro nivou. Gentrifikacija je u suštini forma socijalnog čišćenja, kada se na primer žitelji siromašnog dela grada raseljavaju zbog razvojnih projekata poslovnog prostora, a često i bez ponuđenog alternativnog smeštaja. Sami dizajneri, oni čiji se identiteti formiraju po principima *lifesyle*-a, po principima samopromovisanja, modnog dizajna, dekoracije i simbolizma, predstavljaju krucijalni i kritički važan element, u vidu pionira preseljenja pregaženih područja grada, niskih renti. U isto vreme ovim kvartovima dizajneri simultano daju auru *dizajnerskog*. Oni otkrivaju zapuštene i napuštene prostore, skrećući pažnju na njihovu patinu i dajući joj neo-boemsku auru. Time se pobuđuje interesovanje samih developera koji zatim idu brzim nemarnim korakom, gazeći sve ispred sebe, dok im dizajn kao disciplina podupire takvo delanje, i još više od toga formira nove izgleda takozvanih zapuštenih mesta. Jedan od najboljih ishoda gentrifikacije nalazi se na površini od oko 1.3. km<sup>2</sup> u srcu Portlanda, u saveznoj američkoj državi Oregon – *Pearl District*. U literaturi je ovaj mega projekat opisan kao najbolji primer uspeha *novog urbanizma*.<sup>336</sup> Ovaj gradski kvart je poznat kao i *European American Settlement* i razvijao se još od 1840. godine. Ključni momenti razvoja upisuju se u istorijsko tkivo ovog prostora: od indijanske naseobine, mesta nastanjanja pionira američkih doseljenika, rane industrijske faze, do post-ratovske industrijske faze. Kvart je do kraja osamdesetih bio pretežno naseljen siromašnijim stanovništvom, sa industrijskim prerogativima: skladišta, industrijski pogoni. Viša srednja klasa je, kao u svakom američkom gradu

---

<sup>335</sup> Gentrifikacija podrazumeva proces kada se stare i jeftine zgrade ili čitavi kvartovi, radnička naselja, delovi u kome žive siromašni, pretvaraju u naselja za bogate pripadnike srednje ili više klase. Ova klasa se razmešta u bivše radničke kvartovima umesto originalnog stanovništva koje je prvo tu živelo. Najčešće se gentrifikuju centri gradova sa tendencijom pomeranja siromašnog stanovništva ka periferiji.

<sup>336</sup> Za Noksa, novi urbanizam ima pežorativno značenje. Po prihvaćenju definiciji novi urbanizam je progresivni urbanističko-arhitektonski princip, ili tehnika dizajniranja, koji se zasniva na devet principa razvoja urbanog prostora. Kao progresivan i poželjan element održivog prostornog rasporeda, novi urbanizam u sebi nosi paradoks koji je opisan kao *degenerativna utopija*. Ovaj princip dizajniranja je optužen za esencijalizam u kome su svi kompleksni urbani elementi pojednostavljeni na autoritativne principe, jednostavne strategije i verbalne iskaze. Noksa recimo Diznilend kategoriše kao novi urbanizam jer predstavlja paket urbanog pejzaža, dizajniran kao harmonični i nekonfliktni idealni utopijski prostor koji potpuno zanemaruje realni svet u kome obitava, gotovo forma heterotopije.

nastanjivala predgrađa, podstičući urbanističko širenje. Kada se pojavio novi trend, krajem osamdesetih, u zajedničkom poduhvatu gradskih vlasti, developera, i dizajnera pod ideološkim usmerenjem novog urbanizam, ovaj kvart doživljava gentrifikaciju. Zadnjih dvadeset pet godina kvart je potpuno promenio izgled i demografsku strukturu. Danas je ovaj *ekološki kvart*, koji leži uz reku titravog urbanog okruženja, izrastao iz skladišta i industrijskih pogona, ispunjen novim stambenim objektima i kulturnim sadržajima, parkovima. Danas ga nastanjuju pripadnici konzumerističke više srednje klase koji uživaju u dometima dizajnerske struke, dok su stari stanovnici potisnuti i zaboravljeni pod spektakularnim svetlima novog urbanističkog projekta.<sup>337</sup>

Na kraju, možda najbizarniji i neprozračniji vid heterotopija i panopticisma u savremenim društvima jeste gradnja *neoliberalnih stambenih naselja*. Njihov zajednički imenilac je kodifikacija zajednice u smislu prostora, koja je pažljivo kultivisana dizajnerskim metodama i tehnikama kao što je na primer novi urbanizam, uz finansijsku podršku developera. Ovakva naselja tipični su primeri dizajn dispozitiva kao mehanizmima potčinjavanja koji se pojavljuju po modelima tematskih parkova i brendinga. Ovakvi prostori se prepoznaju preko zvučnih imena i marketinga. Njih karakterišu ograde (u stvarnom i virtuelnom prostoru) i veliki zidovi. Pod izgovorom sigurnosti stanovnici su potčinjeni, posebno kada su okruženi obezbeđenjem i nadzornim uređajima. Najbolji primer ovakvih prostora je *Town of Celebration* korporacije *Disney* na Floridi. Ovo naselje, ili bolje rečeno mali grad, izgrađen je 1994. godine na oko 10.000 ari, južno od Orlanda. Izvedeno po pravilima retrogradnog neo-tradicionalnog stila, u vidu imitacije starih gradova sa centralnom gradskom ulicom. Ovaj projekat je predvideo gradsku većnicu, ali bez vlade. Umesto vlade u kancelariji gradonačelnika sedi menadžer *Disney* korporacije. Ovo mesto ima i školu, ali je kurikulum odobren od strane korporacije. Budući stanovnici ovog naselja potpisuju *Declaration of Covenants*, pre nego što im se dopusti useljavanje u dom. Ovakvi dokumenti su normalna praksa u tematskim gradovima. U pravničkoj terminologiji ovaj dokument označava *režim ropstva (servitude regime)*: set konvencija, kontrola i zabrana koje uobličavaju ponašanje ljudi i njihove mogućnosti da izmene svoj dom i okućnicu. U centru grada nalaze se prodavnice i restorani koji su pre svega orjentisani turizmu.<sup>338</sup> Na dizajn ovakvih heterotopija, drugih prostora, snažno je uticao dizajnerski diskurs, posebno u domenu arhitekture i urbanizma,

---

<sup>337</sup> Christopher S. Gorosek, *Images of America: Portland's Pearl District*, Arcadia Publishing, Charleston, South Carolina, 2012.

<sup>338</sup> *Ibid*, 142.

u vidu ideologija koje zagovaraju limitiranje urbanističkog širenja, briga o zajednici, civilizovanost i osećaj pripadnosti mestu i za mesto, pešačke zone, i tako dalje. Drugim rečima, dizajn kao dispozitiv iskorišćen je u vidu produžene ruke upravljanja, pa kao i sam Diznilend, inkorporirao je spektakl, bezbednost, isključivanje kroz sistem nadzora, ograda i kapija.

### 3. OSLOBODANJE DIZAJN DISPOZITIVA

*Tamo gde ima moći ima i otpora (...)*<sup>339</sup>

Mišel Fuko

*Nakon toliko mnogo kapitalističkih pobjeda (...) možemo postaviti pitanje zašto se još uvijek javljaju slučajevi borbenosti, zašto su se otpori probudili (...). Borbenost je danas pozitivna, stvaralačka i inovativna djelatnost.*<sup>340</sup>

Hart/Negri

U veku globalizma dizajn predstavlja fundamentalni, ključni element, produženu ruku biopolitičke mašinerije. Kao takav široko je ugrađen u mehanizam vladanja društvenim životom u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor ispunjavaju. Dizajn na mikro nivou produkuje subjektivnost, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde kojima se izvodi upravljanje kretanja i kontrola populacije. Prema tome, dizajn je ultimativna forma dispozitiva moći. U radovima Fukoa, Agamben, Butler, Lazarata i drugih teoretičara, naznačena je mogućnost otpora i pobune. Moć u sebi nosi izvesnu dvosmislenost, jer tamo gde ima moći ima i otpora. Otpor dolazi u mnogostrukim oblicima i sa raznih strana, kao i moć. U narednim redovima će biti obrađena druga teza *da su otpor i pobuna protiv dizajn dispozitiva mogući i to gestom profanacije*. Profanacija stoji na raspolaganju kao emancipatorsko sredstvo, te ukoliko bi se primenila u polju dizajnerske prakse i dizajnerskog diskursa uopšte dizajn bi se vratio sebi i svakodnevnim korisnicima, odnosno bio bi izmešten iz polja biopolitike. Agamben je postavio *profanaciju* kao način naturalizacije biomoći koja dolazi od dispozitiva, kao gest koji deaktivira dispozitive i vraća ono što je premešteno iz zajedničke upotrebe u domen svetovnog. Drugim rečima, profanacija kao gest može otključati, otvoriti, deaktivirati, izmestiti potencijalnosti temporalnosti, i postaviti jednu novu viziju zemaljskog.

Stari sistemi discipline zamenjeni su novim daleko suptilnijim mehanizmima upravljanja. Delez je proglasio kraj Fukoovog društva discipline i najavio društvo kontrole. Danas se kontrola izvodi u otvorenom prostoru; ona identifikuje pojedince u okruženju. Zatvor je danas paradigma

---

<sup>339</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006, 108.

<sup>340</sup> Michael Hardt i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 340.

prostora, a kontrola je kao ribarska mreža, stalna fizička konstantna. Odnosi moći i znanja stvaraju dispozitive i produkuju subjektivitete i ograde, oblikujući današnji poredak do najsitnijih detalja tela i želja. U obrađenoj literaturi se navodi da ipak ovakav sistem ostavlja prostor za otpor i pobunu. Upravo u dualitetu, u procepu, u rascepu između reprodukovanja subjekta, javljaju se mogućnost otpora i pobune. Otpor dolazi u formi profanacije koji se može prevesti u postupak izvođenja dizajna oslobođenog od biopolitičkih stega. Kada se ne zasniva na marketingu i brendingu, kada nije usmerena ka proizvodnji želja, kada je usmeren na rast a ne na izgradnju, kada ga karakteriše odgovornost a ne izopačenost, dizajn u svojoj najdubljoj prirodi jeste emancipatorska kreativna delatnost.

Dizajn dispozitiv iznad svega igra ključnu ulogu u održavanju kapitalističkog sistema potčinjavajući živote i stanovništvo. Međutim, dizajn ima kapacitete da iznad svega odigra ključnu ulogu u oslobađanju. Dizajn može biti osnovna tačka otpora biopolitičkom sistemu. Prema Agambenu, *igra* i *kreativnost* jesu načini izvođenja profanacije. Profanaciju je moguće izvesti kroz umetnost, ali i kroz dizajn. Dizajn kao gest profanacije dobija status instrumenta koji može identifikovati rascepe i pukotine u biopolitičkom sistemu, posebno u današnjem periodu velikih društvenih kriza. Dizajn subverzijom originalnog značenja može da izvede preznačavanje. Preznačavanje se izvodi kreativnim tehnikama od kojih je i sama dizajnerska praksa sazdana. Dizajnu su poznate kreativne tehnike kao što su: metafora, analogija, improvizacija, asocijacija, intuicija, mutacija, empatija, inkluzija i tako dalje, koje predstavljaju srž oslobađajućeg koncepta profanacije.



### 3.1. Otpor, pobuna i konstitutivna moć

U izvesnom smislu savremeno društvo se nalazi u zatvorenom krugu potčinjavanja i kontrole. Čini se da iz neoliberalnog globalizovanog sveta i kapitalističkog sistema ne postoji izlaz, a svakako ne i alternativa. Međutim, Negi i Hart objašnjavaju da danas, u doba imperije, u eri savremenog globalnog svetskog poretka, ipak postoje izvesne alternative. *Revolucija* je u današnje vreme realnija opcija, više nego što je bila moguća u ranijim režimima moći jer imperija pruža alternativu:

*(...) skup svih eksploatiranih i potčinjenih, mnoštvo koje se izravno suprotstavlja Imperiju, bez posredovanja između njih.<sup>341</sup>*

Pojmovi otpor, pobuna i konstitutivna moć, prema Gerald Raunigu, označavaju tri dimenzije savremene definicije revolucije. Drugim rečima, revolucija preseca otpor, pobunu i konstitutivnu moć:

*Poststrukturalistička teorija revolucije koja to treba da razvije projektuje revolucionarnu mašinu kao trojstvo, nadovezujući se na Antonija Negrija. Tri pojedinačne komponente revolucionarne mašine, kako se one i u analizi mogu jasno izdvojiti, među sobom se diferenciraju i aktualizuju u svom uzajamnom odnosu; njihovo parcijalno preklapanje i nerazličitost određuje konzistenciju događaja kao i pojma revolucije.<sup>342</sup>*

Otpor i pobuna se tako objašnjavaju kao elementi, odnosno načini izvođenja revolucije, elementi revolucionarne mašine. Oni su elementi koje se međusobno ostvaruju u savremenosti i u njihovom međusobnom odnosu. Kao dimenzije revolucije, otpor, pobuna i moć se međusobno preklapaju, konstituišući moć iz same moći. Šuvaković ističe da je samo neoliberalno stanje često otvorena i kontradiktorna politička platforma kojom je liberalna ekonomska paradigma podsticaj za permanentni ekonomski razvoj, stoga obezbeđuje političke slobode u odnosu na ekonomske uslove tržišta. On objašnjava da se neoliberalizam definiše kao doktrina, odnosno tržišna aktivnost. U realpolitičkom smislu neoliberalizam je biopolitički protokol o državnim kompetencijama moći

---

<sup>341</sup> Antonio Negri i Michael Hardt, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 325.

<sup>342</sup> Gerald Raunig, *Umetnost i revolucija: Umetnički aktivizam tokom dugog 20. veka*, Futura publikacije, 2001, 19.

u odnosu na ekonomske zahteve koje se izvodi privatizacijom javnog.<sup>343</sup> Drugim rečima, intervencije države u ekonomiji se smanjuju, što daje veći prostor privatnom sektoru da deluje.

Temin *revolucija* se u poststrukturalističkoj literaturi ne koristi često. Autori ove teorijske platforme pre govore o otporu ili pobuni, a na osnovu Fukoove definicije *da tamo gde ima moći ima ipak i otpora, da otpor nikada ne stoji po strani od moći*. Fuko navodi da se pojedinac uvek nalazi unutar moći koja potpuno obuzima njegovo telo i njegov identitet čineći ga subjektom. On navodi da jednoznačno posmatranje da moć uvek *dobija*, predstavlja osnovno ne poznavanje karaktera moći. Moć kao takva može da postoji samo ukoliko u njoj simultano postoje i mnogostruke tačke otpora. Tačke otpora u okviru moći igraju ulogu protivnika, oslonca, ali i pristupnog mesta. Fuko ističe:

*U odnosu na moć ne postoji, dakle, „jedno“ mesto velikog Odbijanja – duše pobune, žiže svih buna, čistog zakona revolucionara. Već ima „raznih“ otpora, različitih vrsta: mogućih, nužnih, neverovatnih, spontanih, nasilnih, usamljenih, dogovorenih, podlih, žestokih, nepomirljivih, spremnih na pogodbu, koristoljubivih ili žrtvenih; oni, po definiciji, mogu da postoje samo u strateškom polju odnosa moći. Ali to ne znači da su oni samo reakcija ili negativna forma, forma koja u odnosu na suštinsku vladavinu tvori jedno u krajnjoj liniji uvek pasivno naličje osuđeno na bezgranični poraz.*<sup>344</sup>

Otpori nisu, dakle, jednocentrični i ne napadaju moć spolja. Otpor, kao i moć, dolazi sa različitih strana, u različitim oblicima i sa šarolikim namerama. Ovi elementi su u odnosu moći upisani kao nezaobilazna suprotna strana – drugim rečima, bez otpora nema moći i obrnuto. Otpori se raspoređuju u mreži, kao i moć, nepravilno konstituišući i mobilisući grupe ili pojedince. Tačke otpora u društvo unose cepanja i prelome i podstiču nova grupisanja. Kao što mreža moći stvara gusto tkivo koje prolazi kroz dispozitive, tako isto i otpor prolazi kroz društvena raslojavanja i jedinstvo pojedinaca. I konačno, upravo takva strateška kodifikacija tačaka otpora omogućuje *prevrat*.

Džudit Batler se slaže sa Fukoom u tome da se otpor javlja kao rezultat moći, kao njen deo i sopstvena subverzija. Otpor bi se mogao odrediti kao imanentna subverzija moći. Otpor se javlja

---

<sup>343</sup> Miško Šuvaković, *Umetnost i politika: Savremena estetika, filozofija, teorija i umetnost u vremenu globalne tranzicije*, Službeni glasnik, Beograd, 2012, 157.

<sup>344</sup> Mišel Fuko, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006, 109.

u podudarnosti sa dugim diskurzivnim režimima, zbog čega neplanirana diskurzivnost podriiva svrhe normlaizovanja. Batler razmatra pojam otpora kako kod Fukoa tako i kod Altisera. Kod Altisera Batler izdvaja shvatanje *interpelacije* (upadice, prekida, sprečavanja), prema kome se određeni subjekt formira time što je prozvan, odnosno imenovan. Ovaj performativni čin deluje kao konstrukcija subjekta i uvek ima zvuk izvesnog pogrešnog imenovanja. Dakle, ne radi se o vlastitom imenu nego o socijalnoj kategoriji. Batler naglašava da kada neku osobu ženskog ili muškog pola neko prozove kao *ženu, Jevreja, pedera, crnca*, to može zvučati kao uvreda. Međutim, zavisno od konteksta samog prozivanja može zvučati i kao afirmacija. Kao afirmacija otvara se mreža otpora, a zavisno od grupe ili pojedinca zavisi kako će se ona dalje iskoristiti.<sup>345</sup>

Kako je ranije objašnjeno, subjektivacija pojedinaca izvodi se konstantnim ponavljanjem po protokolima. Subjekat ostaje subjekat putem ponavljanja ili ponovne artikulacije svoje sopstvenosti. Takvim ponavljanjem zapravo se otkriva njegov nedovršeni karakter subjekta, odnosno nekoherentnost subjektivacije. U ponavljanju, u rascepu između, javlja se mogućnost otvora; otvara se mogućnost postavljanju drugačije samoinicijativne normativnosti nezavisne od dispozitiva moći.

U eseju *The Subject and Power* Fuko istražuje i razlaže forme otpora. Analizirajući odnose opozicija koji se javljaju između otpora i moći, u odnosima između muškarca i žene, roditelja i deteta, psihijatra i pacijenta, medicine i populacije, birokratije i građanstva, Fuko pronalazi nekoliko zajedničkih imenitelja. Prvo, da su otpori svojstveni svakom društvu, u svakoj zemlji. Drugo, meta borbe je uvek moć kao takva; moć koja se izvodi nad telima ljudi, njihovom zdravlju, životu i smrti. Treće, radi se o neposrednim borbama, gde ljudi kritikuju instance moći koje su im najbliže; borba ne traži jednog neprijatelja, niti traži određeno rešenje u doglednom vremenu, to je anarhistična borba. Četvrto, to su borbe koje u pitanje dovode status individue, njeno pravo da bude drugačija, preciznije rečeno, borba protiv *upravljanja vladavine nad individualizacijom*. Peto, otpor se javlja kao efekat moći koja je povezana sa znanjem, kompetencijama i kvalifikacijama – borba protiv privilegovanog znanja. Ali to su takođe otpori protiv tajanstvenosti, deformacija i mistifikacija. I konačno, otpori se javljaju usled pitanja *Ko smo mi?* Drugim rečima,

---

<sup>345</sup> Džudit Batler, Potčinjavanje, otpor i promena značenja: Između Frojda i Fukoa, *Časopis za književnost i kulturu, i društvena pitanja Reč*, br. 56. 2, 1999, 163–175.

kada Fuko govori o otporu moći, on zapravo ne govori o otporu prema institucijama moći, ljudima, elitama, grupama, klasama, već prema tehnici i formi moći kao takve.<sup>346</sup>

Fuko ističe da postoje tri tipa otpora: otpor protiv određenih oblika *dominacije* (etničke, socijalne, religijske), protiv oblika *eksploatacije* koji odvajaju pojedince od onoga što proizvode, i protiv onoga što pojedinca vezuje za sebe i *podređivanja* drugima (dakle, otpor *subjektivaciji*). Fuko smatra da ovakva vrsta delovanja moći zapravo potiče od hrišćanskih institucija, koje su sprovodile, a danas države sprovode određeni oblik *pastoralne moći*, odnosno moći koju karakteriše pastveni, dušebrižnički, duhovnički oblik brige prema pojedincu i društvu uopšte. Ona je usmerena prema kvazibrizi za drugoga i orjentisana opštem spasenju, što na kraju rezultira prepuštanjem, gubljenjem suverenosti i subjektivacijom. Moć koegzistira sa životom proizvođači svoju istinu. Vraćajući se na glavno pitanje koje izaziva otpor a to je *Ko smo mi?*, Fuko kaže:

*Možda cilj danas nije otkriće ko smo mi, nego da odbacimo ono šta jesmo. Mi moramo da zamišljamo i dograđujemo šta možemo biti da bi smo odbacili ove vrste političke „dualne sputanosti“, istovremene individualizacije i totalizacije modernih struktura moći. Zaključak bi bio da politički, etički, socijalni, filozofski problemi naših dana nisu pokušaji oslobođenja pojedinca od države i od državnih institucija, već pokušaj da se oslobodimo i države i oblika individualizacije koja je povezana sa državom. Moramo da se zalažemo za nove oblike subjektiviteta tako što ćemo odbiti onu vrstu individualnosti koja se nameće već nekoliko vekova.*<sup>347</sup>

Mogućnost otpora prepoznali su Negri i Hart u opipljivijem obliku. U knjizi *Imperija* Negri i Hart su zaključili da imperija vlada nad globalnim poretkom koji nije samo fragmentiran i hijerarhisan, već je i *zaražen permanentnim ratom*. Ratno stanje funkcioniše kao instrument vladavine. Današnji imperijalni mir lažna je obmana koja zapravo upravlja stalnim ratnim stanjem. Oni naime uvode pojam *mnoštva* kao i njegovu potencijalnu političku moć, koju vide kao živu alternativu koja se rađa unutar Imperije:

*Moglo bi se reći, vrlo pojednostavljeno, da postoje dvije strane globalizacije. Na jednoj strani Imperij globalno širi svoju mrežu hijerarhija i podjela koje održavaju poredak*

---

<sup>346</sup> Michel Foucault, *The Subject And Power*, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954–1984*, The New Press, New York, 2002, 326–348.

<sup>347</sup> *Ibid*, 336.

*pomoću novih mehanizama kontrole i stalnog sukoba. Međutim, globalizacija je ujedno proizvod novih krugova kooperacije i suradnje koji se protežu diljem nacija i kontinenta te omogućuju bezbrojne susrete. Kod te druge strane globalizacije ne radi se o tome da svi u svijetu postanu isti, već ona naprotiv dopušta da zadržavajući različitost otkrijemo zajedničkost koja nam omogućuje da zajedno komuniciramo i djelujemo. Mnoštvo bi se također moglo zamisliti kao mreža: otvorena i ekspanzivna mreža u kojoj se sve razlike mogu slobodno i ravnopravno iskazati, mreža koja nudi sredstva susretanja kako bismo mogli raditi i živjeti zajedno.<sup>348</sup>*

Prema tome, mnoštvo predstavlja takođe imanentnu stranu moći, dakle ono što Fuko naziva otporom, Hart i Negri objašnjavaju pojmom mnoštva. Pojavnost mnoštva kao političkog agensa postaje onda kada se počne jasno i primereno svesno suprotstavljati represivnim zahtevima Imperije. Oni izdvajaju nekoliko zahteva mnoštva i to: zahtev za globalnim državljanstvom, odnosno pravo nadziranja vlastitog kretanja, zatim društvenu nadnicu i garantovani dohodak za sve, pravo na ponovno prisvajanje sredstava za proizvodnju, slobodan pristup znaju, informacijama, komunikacijama i afektima, te nadzor nad njima, jer su oni svojevrsni dispozitivi biopolitičke proizvodnje.<sup>349</sup>

Ovoj definiciji globalnog poretka – koji funkcioniše kroz održavanje ratnog ili, Agambenovim rečima, vanrednog stanja – može se dodati i još jedan dispozitiv moći, a to je stanje duga koji je uveo Lazarato. Lazarato takođe uviđa mogućnosti otpora i on ga vidi u strukturi političkog pokreta kome je svojstven kreativni potencijal. Politički pokret po definiciji raskida sa temporalnošću tržišta, jer ako to ne čini nije politički. Prema Lazaretu taj događaj prekida uvodi drugačiju temporalnost koja najpre dotiče potčinjenost. Politički pokret otvara novi prostor u okviru koga je moguće aktuelizovati otpor prema svim činiocima kako ih je Fuko opisao. Lazarato ističe da:

*Treba stvarati prekide i na tim prekidima scenu na kojoj nastaje drugi tip značenja. Zbog toga je Deleuze, a pre svega Guattari, odlučio da za model uzme jednu estetiku. On kaže da iz umetnosti treba uzeti ne toliko proizvedene predmete već određeni tip metodologije,*

---

<sup>348</sup> Antonio Negri i Michael Hardt, *Mnoštvo: Rat i demokratija u doba Imperija*, Multimedijalni institute, Zagreb, 2009, 13.

<sup>349</sup> Antonio Negri i Michael Hardt, *Mnoštvo protiv Imperija*, u *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003, 325–341.

*odnosno prekid vremensko-prostornih odrednica u kojima smo svakodnevno. Prekid otvara različitu temporalnost, a proces koji otvara ta nova temporalnost je stvaralački proces. Da bi se došlo do novog značenja prethodno se prolazi kroz jedan nivo prekida značenja ili nultog značenja. Upad druge temporalnosti može proisticati iz različitih situacija: može se videti u političkom pokretu, pozorišnoj predstavi, individualno. Problem je što kasnije treba videti kako taj miniprekid može da funkcioniše. Ali to se na neki način događa svakodnevno.<sup>350</sup>*

Prema tome otpor se javlja u prekidu od koga se očekuje određeni kreativni potencijal. U prekidu se kreira drugačija temporalnost koja utiče na subjektivnost koja se može pokrenuti i na neki drugi način. Tada se otvaraju novi konstitutivni procesi izgradnje nove moći. Lazarato smatra da je od suštinskog značaja da se pre svega izađe iz tržišne temporalnosti. Dakle, prekidi i promene u svakodnevnom izvođenju određuju mogućnosti otpora. Problem leži u činjenici da se tim prekidom stvaraju mogućnosti, što ne znači da je uspeh zagarantovan. Potrebno je pre svega raskinuti sa određenim načinom razmišljanja čime se ostvaruje pravi raskid. Potrebno je pronaći taktike da bi se promenio način izvođenja svakodnevnog života. Stoji činjenica da dizajnerima i dizajnu nedostaje političko obrazovanje kako bi mogli da izvedu prekid. Lazarato smatra da uloga autora u društvu nije više ista i treba je drugačije osmisliti. On dodaje da je neophodno rekonfigurirati mehanizme proizvodnje:

*Umetnik kao takav ne može da osmisli, da obnovi, kao što sama politička avangarda neće moći ljudima da objasni kako treba promeniti društvo. Ima različitih vidova znanja, različitih dinamika koje treba pokrenuti i urediti. Politička direkcija partija koja je nekada davala političku liniju, to više neće funkcionisati. Ali još nismo pronašli način da spojimo različite tipove načina rada, subjektiviteta. Mislim da treba raditi u tom pravcu.<sup>351</sup>*

---

<sup>350</sup> Maurizio Lazzarato, Razgovor sa Mauriziom Lazzaratom - treća sesija Javne redakcije, zajedničko izdanje *Le Journal des Laboratoires* i *TkH časopisa za teoriju izvođačkih umetnosti*, br. 17, 2010, 15, [http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/iscrpljujuci\\_nemtaer\\_ijalni\\_rad\\_u\\_izvedbi.pdf](http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/iscrpljujuci_nemtaer_ijalni_rad_u_izvedbi.pdf), ac. 20. 02. 2016 at 08.54 AM

<sup>351</sup> Ibid, 16.

### 3.2. Taktike deaktivacije: profanacija

Ranije je predstavljen teorijski model dizajn dispozitiva preko koga se izvodi subjektivacija pojedinaca, ali i kontrola i upravljanje populacije. U ovoj tački otvoriće se pitanje taktike izvođenja otpora odnosno oslobađanje dispozitiv moći, koje je Agamben opisao u zbirci eseja pod imenom *Profanacije*. U eseju *Šta je dispozitiv?*, Agamben ističe da je teoretski okvir *profanacije* akt oslobođenja od moći, odnosno put otpora. U *Profanacijama* je dodatno i temeljno obrazložio tu taktiku dekodiranja dispozitiva moći. Agamben profanacijama naziva naročite *kontradispozitive*, odnosno akt *vraćanja nečega u zajedničku upotrebu, onoga što je bilo uzeto i izlučeno iz nje*.<sup>352</sup> Ova taktika otpora, te oslobađanja od dispozitiva, pa i njeno funkcionisanje Agamben je detaljno obrazložio u knjizi *Profanations*.<sup>353</sup>

Taktika koja se mora usvojiti u susret dispozitivima nije nimalo jednostavna. Taktiku otpora koju Agamben naziva *profanacija* potiče iz rimskog prava i religije. Agamben tvrdi da su u Starom Rimu pravo i religija tesno svezani. Rimski juristi, pravnici, bili su upoznati sa značenjem termina *profano*. Sveto ili religijsko bili su pojmovi koji su na određeni način pripadali božanskom. Kao takvi, oni su izmešteni iz slobodne upotrebe i tržišta ljudi. Oni nisu mogli biti ni prodati ni zadržani, niti poklonjeni pravom uživanja tuđe svojine, ali ni postati deo ropstva. Svaka vrsta akta kojim bi se prekršilo ovakvo stanje smatrano je svetogrđem. Ako se pojam *osveštati* ili *posvetiti* (*sacrare*) odnosio na izmeštanje stvari iz sfere ljudskog zakona, *profanirati* značilo je suprotno – vratiti u sferu ljudskog. Stvari koje su vraćene u zajedničku upotrebu, u vlasništvo ljudi jeste čisto profano, očišćeno od konotacije svetog. Agamben navodi da prema tome postoji određen odnos između termina *korišćenja* i *profaniranja*. Ovaj koncept treba dodatno razjasniti.

Naime, religija se može definisati kao dispozitiv koji premešta stvari, mesta, životinje, predmete i ljude iz zajedničke javne upotrebe i transferuje ih u zasebnu izdvojenu sferu. Mehanizam koji izvodi i reguliše separaciju je *žrtvovanje*: serijom minucioznih rituala u zavisnosti od kulturnog konteksta, žrtvovanje uvek znači prelaz iz sfere ljudskog u sferu božanskog. Kada je stvar izmeštena, dovoljan je samo dodir učesnika u ritualu kako bi se sveto vratilo u profano. Dakle profano deluje skoro kao zaraza. Dovoljan je jedan dodir da profanog da bi se zarazilo sveto. Agamben navodi da termin *religio* ne dolazi od *religare* (koji u svom značenju objedinjava i vezuje

---

<sup>352</sup> Giorgio Agamben, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009, 24.

<sup>353</sup> Giorgio Agamben, *Profanations*, Zone Books, New York, 2007.

ljudsko i božansko). Agamben navodi da njegovo značenje potiče od termina *relegere* koji se odnosi na stav savesnosti i opreza koji se mora usvojiti kada pristupamo odnosu sa Bogom, odnosno jedna vrsta oklevanja.<sup>354</sup> Prema tome, samo je potrebno posmatrati kako se iskazivalo poštovanje odvajanja koja se odvila između svetog i profanog. *Religio* ne predstavlja ono što povezuje čoveka i Boga, već ono što omogućava njihovo razdvajanje. U pitanju je dispozitiv, mehanizam stanja svesti u odnosu prema božanskom. *Profanirati* se dakle odnosi na mogućnost otvaranja prostornih oblika relativne nemarnosti, nehata koji apsolutno ignoriše separaciju, i zadatu odvojenost. Drugim rečima ono sveto se stavlja u praktičnu upotrebu.

Agamben navodi da prolaz od svetog ka profanom može takođe da se ostvari i neprikladnom upotrebom – preciznije *igrom*. Poznato je da su igra i sveto blisko svezani, jer mnogo igara upravo dolazi od antičkih svetih ceremonija. Igra kao takva oslobađa čovečanstvo iz čeljusti svetog, jednostavno poništavajući ga. Agamben navodi da profanacija igrom ne deluje samo na religioznu sferu. Ako se odnos prema svetom uzme kao dispozitiv onda je moguća profanacija i svih drugih dispozitiva. Kao pojednostavljeni oblik profanacije Agamben navodi dete koje se igra bilo kojim starim predmetom i od njega čini igračku. Na primer, taj predmet je mogao pre spadati u sferu ekonomije, rata ili zakona, koji bi mogli biti shvaćeni kao vrlo ozbiljni domeni. Kada dete neki od takvih predmeta uzme kao igračku odjednom takav predmet, recimo da je reč o pištolju, postaje igračka. Drugim rečima, u stanju stvari moguće je na izvestan način preimenovati dispozitive u nešto sasvim drugo, okrenuti im prvobitnu namenu u momentu rascepa koji uvek stoji kao mogućnost. Ono što je zajedničko svim slučajevima je prolaz od *religio* koji se sada ispostavlja kao lažan i postavlja u značenje sjedinjenja *religare* – povezanost a ne separaciju. Ovaj postupak, kako navodi Agamben, svakako ne isključuje prelazak u novu dimenziju upotrebe. Dakle, kada se izvodi igra nad *svetim*, a ne samo njegovo posmatranje, otvaraju se vrata upotrebi, tako da moći ekonomije, prava i politike, jesu zapravo deaktivirane u igri. Igra postaje izlaz novoj sreći. Agamben navodi da vraćanje igri kao čisto profanom jeste prvorazredni politički zadatak.

U tom smislu moramo razlikovati sekularizaciju<sup>355</sup> od profanacije. Sekularizacija predstavlja formu represije, jer sekularizacija samo izmešta postojeće sile iz jednog mesta u drugo, pri tom se sekularizacija označava kao ideološki politička platforma – transcendencija Boga kao

---

<sup>354</sup> Ibid, 74.

<sup>355</sup> Sekularizacija označava proces u kome predmet, institucije, društvo, gube religijska obeležja, te se uspostavlja svetovna (sekularna) oznaka.



paradigme suverene moći. Prema tome sekularizacija ne radi ništa drugo sem što izmešta nebesku u polje zemaljske monarhije, a moć ostaje netaknuta. Agamben naglašava da sa druge strane profanacija neutrališe ono što je profano – profano znači da je nemoguće da se ponovo odvoji od ljudi.<sup>356</sup> Činjenica je da su oba postupka svojevrzni politički postupci. Sekularizacija garantuje izvođenje moći imitacijom religijskog modela, ono što Fuko naziva pastoralnom moći, a *profanacija deaktivira dispozitive moći i vraća zajedničkoj upotrebi predmete i prostore koje je moć oduzela.*

Agamben uviđa bliskost između *profanacije* i *homo sacera*, ističući njihovo zajedničko svojstvo dvosmislenosti. *Profanare* naime u latinskom jeziku znači *učiniti profanim*, a u isto vreme označava *žrtvovanje*. Isto tako o pridev *sacer* znači u isto vreme *posvećen bogu* i *proklet, isključen od društva*. Dvosmislenost ne predstavlja prosto nerazumevanje pojmova, već stoji kao konstitutivni element izvođenja ove operacije. Slično kao i značenje *homo sacer-a*, osobe koja pripada bogovima a prešla je obred koji ga je odvojio od sfere čoveka, ali je u isto vreme nastavio da živi u sferi profanog. Iako živi u profanom svetu, njegovo telo nosi određenu svetost. Ona ga izuzima iz svakodnevne upotrebe i izlaže smrti čime se goli život definitivno vraća Bogu. Drugim rečima, mehanizam žrtvovanja u sebi nosi oba pola, i sveto i profano, u okviru koga stvar (predmet ili prostor) putuje od jednog do drugog pola. Upravo se takvim izmeštanjem obezbeđuje moć. Potrebno je to kretanje zaustaviti profanacijom.

Agamben navodi da su mehanizmi kapitalizma od samog početka preuzeli mehanizme religije, prema tome kapitalizam se izjednačava sa religijom. Način na koji se u religiji vrši separacija isto tako se separacija odvija u kapitalizmu, i to do krajnjih granica:

*Gde je žrtvovanje jednom označilo prolaz od profanog prema svetom i od svetog ka profanom, sada je taj jedan, raznoliki, neprekidan proces separacije koji saleta svaku stvar, svako mesto, svaku ljudsku aktivnost u cilju da je odvoji od nje same (...) U ovoj ekstremnoj formi, kapitalistička religija ostvaruje, čist oblik podvajanja, do tačke kada ništa više nije ostalo da se odvoji.<sup>357</sup>*

Agamben zapravo govori o savremenoj potrošnji. Separacija je prouzrokovala da predmet bude podeljen na upotrebnu vrednosti i vrednost razmene te ga je izmestila u domen nepojmljive

---

<sup>356</sup> Giorgio Agamben, *Profanations*, Zone Books, New York, 2007, 78.

<sup>357</sup> Ibid, 81.

fetišizacije. Sve što se izvodi, a nad čim kapitalizam, tržište i potrošnja imaju uticaj, sve što se radi, produkuje, podvaja se do krajnjih granica bilo da se govori o upotrebnom predmetu, mestu, objektu, gradu, telu, seksualnosti, pa čak i jeziku. Svi elementi društvenog života podvojeni su od sebe samih i smešteni u sferu koja ne podrazumeva nikakvu jasnu podeljenost već prelaze s kraja na kraj pola, u okviru koje svaka upotreba jeste moguća. To je sfera potrošnje. Agamben navodi da je spektakl ekstremna faza kapitalizma u kojoj egzistira savremeno društvo. Sve je podeljeno od sebe, a spektakl i potrošnja predstavljaju dve strane, dva pola nečega što je zapravo nemoguće koristiti. Ono što se ne može koristiti je kao takvo predato potrošnji ili spektakularnom izlaganju. I kao takvo nije ga moguće profanirati. Konačno Agamben navodi ako profanacija znači vraćanje u zajedničku upotrebu iz koje je nešto bilo premešteno u sferu svetog, to bi u kontekstu kapitalizma kao religije u svojoj ekstremnoj fazi značilo kreaciju, stvaranje, izvođenje ili obavljanje nečega što je apsolutno *neprofitnog karaktera*, u najširem značenju. Agamben smatra da ako današnje konzumerističko društvo nije društvo sreće, onda nije samo razlog što pojedinci konzumiraju predmete koji su inkorporirani sa njima samima, već i zato što su predmeti napravljeni da mogu potčinjavati.<sup>358</sup> Razlog tome je iznad svega što pojedinci veruju da izvode pravo nad svojinom preko tih predmeta, i u toj zamci su postali nesposobni da ih učine profanima.

U kontekstu dizajna, analogija između kapitalizma i religije je jasna. Dizajn jeste okupirao prostor i funkcije predmeta. On se iskazuje kao kult i obred koji potrošači izvode u supermarketima, prodavnicama, tržnim centrima ili kod kuće, koristeći upotrebne predmete i enterijere, upijajući emitovane slike, oblačeći standardizovanu odeću, i tako dalje. Upotreba takvih predmeta i prostora je unapred određena i izvežbana, čemu je dokaz između ostalog i preveliki broj stranica uputstava za upotrebu koji stižu zajedno sa kupljenim predmetima. Takvim mehanizmom ljudi su praktično zavedeni kako ne bi izveli profanaciju. Međutim, danas ipak postoje efektivne forme profanacije, o kojima će biti reči više u narednim redovima. Agamben navodi da profanacija mora biti izvedena postavljanjem predmeta u domen prirodne, uslovno rečeno slobodne upotrebe, koja je postojala pre separacije. Kako je preko primera igre pokazao, ova operacija je daleko kompleksnija. Izvođenja profanacije ne brišu samo podeljenost, već otvaraju mesto novoj upotrebi koju treba osmisliti. Tada na pozornicu stupa kreativnost pojedinca. Kreativnost i kreacija nove upotrebe je moguća samo ako se prethodno deaktiviraju dispozitiv

---

<sup>358</sup> Kako primer i dokaz ove teze, Agamben navodi pretvaranje čitavog sveta u muzej, i to ne kao instituciju već kao platformu za razvoj turizma, zatim daje primer jezika i pornografije.

moći koji su separaciju izvršili. Dizajn kao i kapitalizam, ne samo da sprovodi moć već hvata čistu suštinu, želeći da onemogući profanaciju.

Kako kapitalizam prisvaja, čini privatno, zarobljava, manipuliše, isto tako profanaciju odlikuju igra, neprofitabilnost i kreativnost. Da bi se sproveda profanacija, odnosno našla prava mesta slobode, potrebno je primenjivati kreativnost. Mišel de Serto je takođe istakao značaj kreativnosti kao najdelotvornijeg oblika otpora biopolitičkim mehanizmima moći. Specifična kreativna moć pojedinca i grupe leži u mogućnosti suočavanja sa svakodnevnim životom, na osnovu čega se stvara jedna nova temporalnost. U tekstu *Pronalazak svakodnevnog*<sup>359</sup> De Serto uvodi razliku između institucionalnih struktura moći i malih svakodnevnih praksi koje pojedinac izvodi kako bi ostvario sopstveni autonomni prostor od niza svakodnevnih kreativnih aktivnosti – agambenovski rečeno kako bi izveo profanaciju. De Serto ističe razliku između strategija i taktika. *Strategija* je proračun odnosa snage koji postaje mogućan počev od trenutka u kome se neki pojedinac može izdvojiti od okruženja. S druge strane *taktika* je proračun koji ne može da računa na svojstvenost, ona je mesto drugoga, njoj je potrebna konstantna igra sa događajima kako bi od nje napravila prilika, a sam izlaz i način nije projektovan i nepoznat je. Prema tome profanacija jeste taktika a ne strategija. De Serto navodi da je interes pojedinca usmeren na:

*(...) prakse vezane za prostor, načinima posvećivanja nekog mesta, složenim procesima kulinarskog umeća i bezbrojnim načinima stvaranja poverenja u situacije koje su nam se dogodile, to jest otvaranju mogućnosti da ih doživimo uvodeći ponovo u njih pokretnu pluralnost interesa i zadovoljstva, umeće manipulisanja i uživanja.*<sup>360</sup>

Kako u moći leži njena potencijalna subverzija, kako u dispozitivu leži mogućnost za otporom, tako i u samom dizajnu, kao predmetu i kao akciji, leži njegova potencijalnost za deaktiviranjem njegovih kreativnih performansi. U ranijim poglavljima prikazana je zavisnost savremenog dizajna od kapitala, marketinga, brendinga, upravljačkih struktura koji jesu dizajn potčinili biopolitici upravljanja stanovništvom. Agamben predlaže neprofitabilnost pre kao koncept profanacije. Profanacija je politički zadatak generacije koja stasava, kaže Agamben.

---

<sup>359</sup> Mišel de Serto, *Pronalazak svakodnevnog*, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 232–246.

<sup>360</sup> *Ibid*, 244.

### 3.3. Preoblikovane rutine i nova očekivanja

Dizajn od svog nastanka, a posebno u eri globalizma predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, element, produženu ruku biopolitičke mašinerije. Dizajn je široko ugrađen u mehanizam vladanja društvenim prostorom, životom uopšte u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Njegova uloga je da na mikro nivou produkuje subjektivnost, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. Drugim rečima, dizajn u svim svojim formama, oblicima i delovanju predstavlja ultimativnu i elementarnu formu dispozitiva koji doprinosi izvođenju kontrole života pojedinca i populacije.

Do ove tačke, u radovima Fukoa, Agamben, Batler, Lazarata i drugih teoretičara, naznačena je mogućnost otpora i pobune. Moć kao takva u sebi nosi krhkost i dualnost – tamo gde ima moći ima i otpora. Otpor dolazi u mnogostrukim oblicima i sa raznih strana, baš kao i sama moć. Agamben je ponudio taktiku, odnosno način oslobađanja od dispozitiva moći. On je postavio *profanaciju* kao način neutralizacije biomoći koja dolazi od dispozitiva, onu koja deaktivira dispositive moći i vraća ono što je premešteno iz zajedničke upotrebe u domen profanog. Drugim rečima, profanacija kao gest može otključati, otvoriti, deaktivirati, izmestiti potencijalnosti temporalnosti, i postaviti jednu novu viziju zemaljskog. Prema tome, druga teza glasi *da je moguće gest profanacije iskoristiti u kontraofanzivi u vidu emancipatorskih sredstava u kontekstu savremene dizajnerske prakse*. Ukoliko bi se ideja profanacije primenila u polju dizajnerske prakse i dizajnerskog diskursa uopšte, to bi značilo da bi se praksa vratila sebi i svakodnevnim korisnicima, jer bi se izmestila iz polja moći i politike.

Kako je u literaturi naznačeno, stari sistemi discipline koji su ljude stavljali iz jednog zatvorenog prostora u drugi ušli su u krizu, te su zamenjeni novim daleko suptilnijim mehanizmima upravljanja. Delez je proglasio kraj Fukoovog društva discipline i najavio društvo kontrole. Danas se kontrola izvodi u otvorenom prostoru; ona locira pojedince u lokalnom okruženju. Na primer pojedincima su na raspolaganju upotrebnii predmeti, kao što su mobilni telefoni. Agambenovim jezikom: ovi dispozitivi omogućavaju izvođenje kontrole i upravljanja, kao i što svojim perfidnim mehanizmima onemogućavaju aktove profanacije. Zatvorski sistem se reproducira analogno, danas je kontrola interkonektovana i numeričkog je karaktera, baš kao ribarska mreža, stalna fizička konstantna, ali paradoksalno promenljiva u formi. Za razliku od bivših matriksa discipline, danas nove strukture operišu kroz šifre, informacije i komunikaciju,

kako Hart i Negri objašnjavaju. Drugim rečima, u radovima teoretičara prepoznaje se svojevrsna fundamentalna mutacija kapitalizma: zatvorena fabrika zamenjena je uslužnim industrijama, tako i kreativnim industrijama, koje karakteriše disperzivnost.

Fuko i Agamben se, za razliku od Deleza, Lazarata, Negrija i Harta, nisu dublje upuštali u analizu razvoja savremenog društva. Njihova analiza se pre svega odnosila na epohe rađanja biopolitike. Za Fukoa rađanje biopolitike je smešteno u osamnaesti vek, za Agambena antičko doba starog Rima jeste kolevka biopolitike. Njihove teorije su u radovima drugih teoretičara podnele određene promene, međutim interpretacija osnovnih postulata izvođenja i karaktera biomoći nisu se promenili. Odnosi moći i znanja stvaraju dispozitive i produkuju subjektivitete i ograde, oblikujući današnji poredak do najsitnijih detalja tela i želja. Izvođenje kontrole ostavlja prostor za otpor, njihova dvosmislenost je upravo mesto gde su otpor i transformacija mogući. Mogućnosti otpora leže u profanaciji kao gestu, koji se može posmatrati kao svojevrsni gest izvođenja dizajna kao kreativne delatnosti i korišćenja dizajna kao predmeta. Agamben navodi igru kao jedan od osnovnih oblika profanacije – igru koja zahteva kreativnost. Kada se ne zasniva na marketingu i brendingu, kada nije usmeren ka proizvodnji želja, kada je usmeren na rast a ne na izgradnju, kada ga karakteriše odgovornost, dizajn u svojoj najdubljoj prirodi jeste kreativna delatnost, baš kao i igra.

U tom kontekstu više se ne govori o nekom supertemporalnom, natprirodnom, revolucionarnom dizajnu, već o nizu sitnih otpora, malih dizajnerskih gestova, koji dolaze sa svih strana, drugim rečima, malih subverzija biopolitičkog sistema. Iskustvo koje jednako raspoređuje i konstituiše tačke otpora. Dizajneri nisu svesna politička bića, kao i drugi ljudi podložni su uticaju biomoći. Oni kao goli život jesu potčinjeni, a u isto vreme svojim delima potčinjavaju druge. Ta činjenica ih svakako ne lišava odgovornosti. Upravo zbog toga, dizajneri treba da budu daleko svesniji svojih mogućnosti i svoje prave uloge. Kako je prikazano, dizajn iznad svega igra ključnu ulogu u održavanju kapitalističkog sistema. Međutim, dizajn može igrati iznad svega ključnu ulogu u izvođenju otpora. Prema tome, u dizajnu leži odgovornost/mogućnost odgovora savremenom biopolitičkom sistemu.

Jasno je da dizajn operiše u okvirima ekonomije i kulture okruženja koje decenijama stoji u kandžama konzumerizma. Dizajneri su uhvaćeni u stanje permanentnih kontradikcija, sa jedne strane imaju svoju autonomiju rada koja je vođena idealima i dušebrižnim rešenjima, a sa druge strane stoje u realnoj mreži socijalnih uticaja, od interdisciplinarnih partnera, moćnih klijenata,

finansijera, političara, raznolikih društvenih normi i regulacija. Zbog toga, kao i zbog političke i etičke ambivalentnosti, skloni su pravljenju kompromisa. U kontekstu profanacije, igre, kreacije dizajn može biti emancipatorska veština, veština otpora. Konzumerizam je postao surov, diktatorski, pohlepan, te je doveo do krize kapitalističkog globalizma, izazvao je polarizaciju klasa i ekološku nestabilnost. Posledice decenija neoliberalne političke ekonomije, kao što su kriza finansijskog tržišta i ekonomska recesija koje su počele 2008. godine, zapravo su otvorili pukotinu, mogućnost evolucije novih paradigmi, stvaranja novih savremenih politika oblikovanja dizajnerske prakse. Kriza je izazvala kulturnu ideologiju konzumerizma među širom publikom, i otvorila mogućnosti realizacije dizajna kao emancipatorske prakse.

Prema Agambenu, *igra* i *kreativnost* jesu centralni pojmovi izvođenja profanacije. Profanaciju je moguće izvesti kroz umetnost, ali i kroz dizajn. Dizajn kao gest profanacije dobija status instrumenta koji može identifikovati rascepe i pukotine u biopolitičkom sistemu, posebno u doba krize. Osloboditi se dispozitiva biomoći, znači osloboditi se potčinjenosti, podići virtuelne i otvoriti realne ograde. Agamben kaže da su sveto i profano dva pola sistema, u okviru koga označitelj putuje iz jednog u drugi domen bez zaustavljanja. Dizajn ima kapacitete da svojim delanjem profanira i prekida izmeštanja, te da izmešta u domen profanog preko aktova taktika kreativne igre. Drugim rečima, subverzijom originalnog značenja moguće je izvesti preznačavanje. Kreativnost je ključna komponenta dizajna. Dizajn kao fizička igra, igra značenja, *ludas*, dolazi do toga da izaziva trenutne norme, pravila, regulacije biomoći, i dalje da nastavi prema novim političkim paradigama. Dakle, nova dizajnerska taktika može biti profanacija, taktika ponovnog vraćanja stvari u zajedničku upotrebu.

Dizajnu su kreativne tehnike najmanje nepoznate, sama *duša* dizajna sazdana je od kreativnosti, kreativnih tehnika, od igre pojmovima, stvarima, oblicima.<sup>361</sup> U igri profanacije u

---

<sup>361</sup> Na temu dizajn procesa i njegovih metoda i tehnika postoji izuzetno veliki broj pisanog materijala. Među najznačajnijim studijama nalaze se: Ömer Akin and Chengtah Lin, Design protocol data and novel design decisions, *Design Studies*, No.16, 1995, 211–236, Zafer Bilda and Halime Demirkan, An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media, *Design Studies*, No. 24, 2003, 27–50, Nathalie Bonnardel, Towards understanding and supporting creativity in design-analogies in a constrained cognitive environment, *Knowledge-Based Systems*, No. 13, 2000, 505–513., Hernan Pablo Casakin, Metaphors in design problem solving: implications for creativity, *International Journal of Design*, 1(2), 2007, 21–33., Nigel Cross, Descriptive models of creative design: application to an example, *Design Studies*, No. 18, 1997, 427–455, Kees Dorst and Nigel Cross, Creativity in the design process: co-evolution of problem – solution, *Design Studies*, No. 22, 2001, 425–437, John S. Gero and Thomas Mc Neill, An approach to the analysis of design protocols, *Design Studies*, No. 19, 2006, 21–61, Brian R. Lawson, *How designers think*, London, Architectural Press, 2006, Owain Pedgley, Capturing and analyzing own design activity, *Design Studies*, No. 28, 2007, 463–483, Terry Purcell and John Gero, Drawings and the design

dizajnerskom diskursu izdvajaju se kreativne tehnike kao što su: metafora, analogija, improvizacija, asocijacija, intuicija, mutacija, empatija, inkluzija i tako dalje. Analiza konkretnih tehnika u ovoj disertaciji nisu u fokusu, ali treba ustanoviti da one itekako postoje. U literaturi o biopolitičkoj moći ne insistira se na jednom neprijatelju, već na rasutosti biomoći. Ali isto tako i na rasutosti otpora i konstituciji nove moći.

Danas u dizajnerskom kontekstu jeste moguće identifikovati prakse koje deluju kao tačke otpori, čiji se gestovi mogu podvesti pod pojam profanacija. Među najadekvatnijim primerima nalazi se i projekat *Design and Violence* koji prikazuje dizajnerske prakse profanacije. *Design and Violence* je projekat koji se sprovodi u okviru *The Museum of Modern Art* (MoMA). Projekat istražuje mnogostruke veze savremenog dizajna i nasilja, kao takvog. *Design and Violence* je započeo kao internet platforma, da bi se kasnije razvio u niz javnih predavanja i publikacija. Projekat su osmislili i vode Paola Antoneli i Džejmer Hant, a proistekao je iz izložbi koje je organizovala MoMA je u poslednjih deset godina. Ove izložbe prikazale su dizajn u drugom svetlu. One predstavljaju nasleđe na koje se projekt *Design and Violence* nadovezao. *Design and Violence* bavi se proizvodima dizajna uključujući grafički dizajn, dizajn industrijskih proizvoda, arhitekturu i tako dalje. Antoneli i Hant okupljaju teoretičare, profesore, aktiviste, dizajnere i sve one koji ispituju načine manifestacija nasilja i njegove povezanosti sa dizajnom. Njihov fokus je usmeren na vreme posle 2001. godine, odnosno epohu neoliberalizma, novog svetskog poretka, globalizacije, doba krize, ratova, rata protiv terorizma, dakle doba procvata biopolitike. Ovaj projekat je usmeren na pitanja koja se odnose na pojavnost nasilja u savremenom političkom i društvenom trenutku. Svojim tribinama, izdanjima, provociraju, izazivaju i testiraju granice konvencionalne percepcije dizajna kao discipline.

Konvencionalno se smatra da dizajn doprinosi razvoju društva, životne okoline, kulture i ekonomije. Posledica tog doprinosa je kvalitetniji život sadašnjih generacija i onih koje dolaze. Drugim rečima, dizajn se brine za bolji i srećniji život pojedinaca u društvu i stanovništva uopšte. Cilj dizajna jeste ostvarenje ideje o zdravijem, funkcionalnijem, srećnijem i lepšem životnom prostoru. Dizajn sebi pripisuje globalnu odgovornost za izgradnju održivog društva, društva koje

---

process, *Design Studies*, No.19, 1998, 389-430, Masaki Suwa, Terry Purcell and John Gero, Macroscopic analysis of design processes based on a scheme for coding designers' cognitive actions, *Design Studies*, No. 19, 1998, 455–483.

je orijentisano čoveku.<sup>362</sup> Sa druge strane *Design and Violence* ukazuju na dvostruki karakter dizajna, na njegovu dominantnu mračnu stranu. Njihov stav je da je dizajn je svojom ulogom u savremenom društvu gromoglasno, i kroz svoju istoriju u isto vreme podsticao, saučestvovao u nasilju i ovekovečio ga. Dizajn je postao alat koji škodi, kontroliše, manipuliše, uništava život kao takav. Nasilje koje se javlja u savremenom svetu, u raznim oblicima, skovano i satkano je od predmeta, alata i strategija, koje koristi sistem moći preko birokratskih, socijalnih i ekonomskih struktura.

Delovanje ovog projekta izloženo je preko *online* platforme na kojoj su publikovani radovi koji se tiču subverzije savremenog dizajna, odnosno savremenog društvenog poretka. Takođe, ovaj je projekat iza sebe ostavio knjigu pod nazivom *Design and Violence*.<sup>363</sup> U uvodnom delu Antoneli i Hant navode da je uočeno da tamo gde se nalazi dizajn, nalazi se i transformacija – nove politike oblikovanja svakodnevnog iskustva leže u srži dizajna kao takvog. Bilo da se radi o urbanizmu, zgradama, infrastrukturi, mobilijaru, proizvodima svakodnevne upotrebe, interfejsu, pa čak i iskustvu; dizajneri igraju značajnu ulogu u rekonfiguraciji svega, od ekosistema do filozofije morala u svakodnevnom životu ljudi. Uočljivo je prepoznavanje problema koji su do sada izneseni u ovoj disertaciji sa problemima koje identifikuju Antoneli i Hant. Oni ističu da danas dizajnerska profesija stoji nasuprot krize, stoji u čeljusti komercijalnih i estetskih dominantnih elemenata. Uočavaju da dizajn u polju nasilja nije dovoljno istražen. Pozivajući se na analize nasilja teoretičara poput Hane Arent, Antoneli i Hant navode da nasilje predstavlja manifestaciju moći koja se grupiše oko ljudi, protiv njihove volje i na njihovu štetu.

Antoneli i Hant navode da se njihov projekat *Design and Vilonce* pred svega fokusira na period posle 2001. godine pa sve do danas. To je vreme koje karakterišu najteža i najtraumatičnija iskustva u novijoj svetskoj istoriji, od kraja Drugog svetskog rata. Oni navode primer napada na *World Trade Center* (WTC). Po terorističkom napadu predsednik Buš objavio je rat terorizmu, što je dovelo do američke invazije i okupacije nekoliko zemalja Bliskog istoka, počevši od Avganistana. Invazije su zatim prouzrokovale veliki broj terorističkih napada na najveće evropske gradove, Londonu, Parizu, Madrid, Berlin. Od 2001. godine do danas došlo je do sistematske suspenzije Ženevske konvencije, kao i de facto promena pravila ratovanja. Antoneli i Hant navode

---

<sup>362</sup> Yrjo Sotamma, The Kyoto Design Declaration: Building a Sustainable Future, *Design Issues*, Vol 24, No 4, 2009, 51–54.

<sup>363</sup> Paola Antonelli and Jamer Hunt, *Design and Violence*, The Museum of Modern Art, New York, 2015.



da deluje kao da konflikt neprestano traje. Stvoreni su uslovi da se formiraju razne terorističke, kriminalne, fundamentalističke, neo-nacionalističke, revolucionarne, militarističke grupe, sa potpuno novim doktrinama, strategijama i tehnologijama preko kojih ove grupe deluju. Okupacija Avganistana i Iraka od strane Sjedinjenih Država i pojedinih članica NATO-a unela je neke novine u načinju ratovanja, na primer bespilotne letelice i tako dalje. Pored realnih opasnosti pojavile su se i virtuelne pretnje u sajber prostoru: rat na internetu, špijunaža; konflikti danas se sprovode putem i interneta. Porast sajber kriminala, sajber terora, sajber ratnog stanja, u XXI veku dobija forme kompjuterskih virusa i drugih hakerskih derivata.

Antoneli i Hunt navode da *Design and Vilonce* nije samo izložba koja je prenetna na internet, već se zasniva na konkretnim dizajnerskim projektima, seriji debata, na akademskom materijalu, konferencijama, knjigama, a sama platforma predstavlja virtuelnu luku za pristajanje i publikaciju novih ideja. Platforma je otvorena za demokratsku raspravu o izloženim projektima. Kako bi se bolje sagledao i shvatio širi uticaj dizajna. Na platformi je prikazan niz dizajnerskih projekata koji se mogu podvesti pod profanaciju. Ti projekt deluju kao kontra-dispozitiva, kao dispozitivi oslobađanja od dispozitiva bio-moći. Oni deluju kao dokaz da dizajn može delovati kao alat oslobađanja. U narednim redovima biće prikazani karakteristični projekti koji dokazuju drugačiji karakter dizajnerske discipline.

#### *Borderwall as Architecture*

Ronald Rael i Virginia San Fratello, arhitekta i profesori na *UC Berkeley* i *San Jose State University*, osmislili su projekat pod nazivom *Borderwall as Architecture*<sup>364</sup> (Granični zid kao arhitektura). Njihov kreativni pristup se pre svega odlikuje parodijom i analogijom. Izmeštajući značenje u jedan drugi kontekst, oni ismevaju aktuelne političke ideje u Sjedinjenim Državama. Njihovo praktikovanje dizajna predstavlja gest profanacije. Ako uzmemo u obzir da biopolitičke strukture prave ograde, onda se i dizajn može shvatiti kao akt profanacije. Fizičke barijere, ograde razdvajaju Sjedinjene Države i Meksiko. Međutim granica nije monolitna, ona je skup više fizičkih barijera koja se protežu preko delova Teksasa, Novog Meksika, Arizone i Kalifornije. Granica između ove dve države postojala još od 1848. godine, ali je izgradnja stvarnih barijera počela je 2006. godine, kada je tadašnji predsednik Buš inicirao izgradnju. Barijera je trebala da smanji

---

<sup>364</sup> Judith Torrea, *Borderwall as Architecture* (Ronald Rael and Virginia San Fratello), *Design and Violence*, <http://designandviolence.moma.org/borderwall-as-architecture-ronald-rael-and-virginia-san-fratello>, ac. 01. 03. 2016. at 06.25 PM

priliv ilegalnih prelazaka, ali i da zaštiti američke teritorije od delovanja narko-kartela. Postavljeno je preko 600 kilometara ograde od betona, ali je 2010. godine zbog prevelikih troškova izgradnja obustavljena.

*Borderwall as Architecture* je višeznačni projekat, ozbiljan je u nameri da predloži nove vrste infrastrukture koje bi mogle pozitivno uticati na pitanja kontrole imigracije i nasilja na samoj granici. On deluje kao ozbiljna ali i satirična kritika. Projekt predlaže adaptaciju postojećih izgrađenih ograda i objekata na granici. Previđena je instalacija solarnih panela, izgradnja zona za odmor i razonodu uz samu granicu, predviđena je i integrisana i dvojezična biblioteka. U samu strukturu podele integrisana je i *prekogranična klackalica* – sa jedne strane barijere sedi jedna na jednoj strani klackalice a na drugoj druga osoba. Projekat u suštini jeste izvodljiv i realan, ali u isto vreme predstavlja dizajniranje apsurdna, oblikovanje besmislenih graničnika koji su sami po sebi efemerni. Projekat *Borderwall as Architecture*, ispituje mogućnosti redizajnirana granica. On zapravo ističe sarkazam, ironiju, ismeva i vrši subverziju savremenih politika. Dizajneri su osmislili strukturu koja sjedinjuje sisteme za prikupljanje otpadnih voda, solarne energije, internacionalnu biblioteku, kao i mesto za prehranu. Postojeći zid koji ne ispunjava svoju funkciju samo je model dispozitiva: on zaustavlja migraciju, upravlja populacijom. Redizajn zida svesno koristi parodiju kao kreativnu igru u kontekstu profanacije, ali je i oblik umetničke komunikacije. Parodija, kao moćno oružje protiv biopolitičke dominacije, često je korišćena kao način pristupa realnom svetu. Gotovo donkihotovski autori ovog projekta preuzeli su prednosti ironije i humora, te ih ukomponovali u realizam. Ronald Rael i Virginia San Fratello ismevaju besmislenosti društvenog poretka i zauzimajući politički stav objašnjavaju društvu kakvo ono zaista jeste, a ne kakvo bi ono želelo da bude. Projekat negacije zida, pretvoren u mesto svetlosti i transparentnosti, pokazuje da dizajn može delovati kroz profanaciju ali i poziva na otpor i promene.

### *Mine Kafon*

Projekat avganistanskog dizajnera Masuda Hasanija *Mine Kafon*<sup>365</sup> još jedan je primer profanacije. Kao dete koje je raslo u ratom zahvaćenom području Avganistana, Hasani je sa svojim drugarima pravio igračke od čega god je stigao. Uvek su ga fascinirali predmeti koje pokreće vetar, pa je tako pravio igračke koje mogu da se kreću uz snagu vetra. Vetar je te predmete-igračke često pomerio u minska polja, te su Hasani i njegovi prijatelji često bili prinuđeni da koračaju minskim

---

<sup>365</sup> Jody Williams, Mine Kafon (Massoud Hassani), *Design and Violence*, <http://designandviolence.moma.org/mine-kafon-massoud-hassani>, ac. 01. 03. 2016 at 07.50 PM

poljima kako bi došli do svojih igračaka. Prema svedočenju samog autora, čest je bio slučaj da neko od njegovih prijatelja bude ranjen ili usmrćen usled eksplozije. Danas, Hasani živi i studira u Holandiji u školi za dizajn. Nikada nije zaboravio na opisane događaje te je inspirisan njima dizajnirao jedan predmet, odnosno napravu čiji je cilj da otkriva mine i ujedno ljudima obezbeđuje siguran prolaz kroz minsko polje. Ovaj projekat je ispunjen apsurdom i parodijom. *Mine Kafon* znači *eksplozija mine*. Ova naprava, inspirisana formom maslačka, laka je za transport, sklopivo/rasklopiva. Hasani je u ovaj dizajn integrisao GPS sistem, zatim čip koji snima i skenira teren, te informacije daje korisniku kako bi on ili ona lako prateći njen put prešli opasan teren. Ovaj loptasta forma, nalik cvetu maslačka, formirana je od niza *nogica* bambusove trske na čijim se krajevima nalaze plastični delova u vidu kružnih pločastih oslonaca. Hasani je predvideo da ukoliko *Mine Kafon* bude oštećen u eksploziji lako i brzo može da se popravi jednostavnom zamenom delova. Svi delovi su napravljeni od ekoloških ili reciklabilnih materijala. Ukoliko bi se *Mine Kafon* serijski proizvodila koštala bi nešto više od 40 dolara, što u poređenju sa savremenim načinima otkrivanja mina i raščišćavanja terena jeste značajna ušteda, s obzirom da sam postupak raščišćavanja košta i do nekoliko hiljada dolara. Mine su naprave osmišljene da izazivaju teror, strah, nasilje, bol, uništenje i kaos. Dizajn koji je ponudio Hasani je sa druge strane privlačan, elegantan, jednostavan, i odgovara svim estetskim normama. *Mine Kafon* postavlja dizajn u potpuni apsurd, on pronalazi mine, a inspirisan je igračkom – osmišljen je kao igračka koju pokreće vetar, kreće se kroz minsko polje a niko ne mora da strada. Gotovo neverovatno, Hasani svojim dizajnom zapravo postavlja pitanje apsurdnost stanja sveta i ironično prihvata takvo stanje kao normalno.

### *Scary Beautiful*

Projekat *Scary Beautiful*<sup>366</sup> dizajnerke Leanie van der Vyver ukazuje na odnos bola i zadovoljstva koji izaziva obuća. Istorija opsesije estetikom ženske noge je stara koliko i sama praksa vezivanja stopala. Van der Vyver je ponudila inovaciju koja bi trebala da ukaže na opsesiju za deformaciju ženske siluete u ime savremene obuće. *Scary Beautiful* zapravo je određena forma obuće koja korisnika postavlja u krajnje neergonomski i neprirodan položaj. Kada se ove cipele obuju cevanice su naslonjene na produžetke, peta stoji uspravno potpuno izvrnuta, a telo teži da zauzme položaj polučučnja. Rad ove dizajnerke karakteriše oštra kritika savremenih standarda

---

<sup>366</sup> Alex Vitale, *Scary Beautiful* (Leanie van der Vyver), *Design and Violence*, <http://designandviolence.moma.org/scary-beautiful-leanie-van-der-vyver>, ac. 01. 03. 2016. at 09.15 PM

lepote, subjektivacije i nametanja društveni normi, sa posebnim ostvom na žene. Ven der Vyver često ističe apsurdne telesnog nasilja koji se nameću ženama. Savremena moda promovise idealitet čija je opsesija i glavna tema lepa žena – ona je žena koja je privlačna muškarcu. Lepa žena je seksi, ona je prilika za udaju, ona se obasipa lepim i skupim predmetima, i kao takva ona se ostvaruje kao žena u očima društva. Ovakvu paradigmu promovise savremeni modni dizajn; drugim rečima, ta paradigma je sastavna filozofija savremenog dizajna. Na primer, Galiano je izjavio: *Ja želim da žena u mojoj haljini izgleda tako da muškarac pomisli: „Želim da je jebem“*. Ovaj veliki dizajner gotovo da smatra da je najveće priznanje i nagrada jednoj ženi prisustvo mitskog penisa jednog muškarca u njoj. Galiano nije jedini veliki dizajner kome su bliski takvi stavovi, na primer pokojni dizajner Aleksander Mekvin (Alexander McQueen), često optuživan za mizoginiju, izjavio je: *Izgleda tako bogato da je ne bih rukom dodirnuo*. Iako ove izjave deluju izvučene iz konteksta, u njima se ne oslikava želja za potčinjavanjem žene, već stalno zanemarivanje i usvojeni diskurs dizajna koji prevladava, a preuzet je iz šireg društvenog konteksta.

Zapravo ismevajući savremene dizajnerske ideale, kao i društvene konvencije, Leanie van der Vyver konvencionalno telo modifikuje svojim potpeticama, na primer, unosi steznike kako bi olakšala i onako teško kretanje u obući *Scary Beautiful*. Ironično rečeno, istina je da će ženi biti nelagodno i neudobno, ali naučiće da nosi ove cipele, naučiće kako da funkcioniše relativno normalno. Osobe koja nose ovaj dizajn postaju monstruoza druga vrsta prekrasnih potpunosti. Elegancija povezana sa visokim potpeticama je zamenjena nezgrapnim nakovanjem. Ovako nagnuta ženska poza omogućava korisnici da bude stalno spremna za seks jer joj je zadnjica u prikladnom položaju, ne postoji ništa erotičnije od takvog položaja. Mitski penis dizajnera Galiana svakako ne bi smatrao ženu koja nosi *Scary Beautiful* kao privlačnu, odmah bi nestao. Prisutnost taktičke ironije svakako usmerava na zaključak da telo koje je biomoć obuzela i duša koja je subjektivizovana postaju uvrnuti i iskrivljeni do svoje neprepoznatljivosti.

### III. OTUĐENI DIZAJN I SAVREMENA DIZAJNERSKA PRAKSA

(Analiza primera dizajnerskih praksi dizajn dispozitiva)

Treće poglavlje predstavlja četiri studije slučaja u svetlu dimenzija dizajn dispozitiva: diskurs, institucija, praksa i produkt. Studije slučaja predstavljaju primere otuđenih dizajnerskih praksi i otkrivaju tamnu stranu dizajna koji deluje kao deo šireg mehanizma biopolitičkog sistema upravljanja. U prvoj studiji, razmatra se građenje ideologije savremenog dizajna preko delovanja globalističkog dizajnera Karima Rašida (Karim Rashid) u kontekstu spektakla. Drugi slučaj se odnosi na edukativne institucije, a pre svega objašnjava karakter savremenog obrazovanja dizajnera u kontekstu koncepta skrivenog kurikulumu. Ova analiza otkriva normativne, političke i ideološke strukture u dizajnerskim školama koje stoje u vezi sa distribucijom moći u društvu. Treći slučaj je usmeren na prikaz prirode savremene dizajnerske prakse u svetlu posledica rada Zaha Hadid (Dame Zaha Mohammad Hadid) i odsustva društvene odgovornosti, te opčinjenosti dizajnerskim egom i fascinacijom korporativnim dometima moći. Na kraju, kao skup prethodnih dimenzija, očitava se četvrta dimenzija dizajn dispozitiva – dizajn produkt. Kao egzemplar dizajn dispozitiva, svih dizajnerskih disciplina koje su učestvovala u njegovom kreiranju (urbanizmu, arhitekturi, dizajnu enterijera, dizajnu svakodnevnih upotrebnih predmeta, odeće, obuće, kostima, scenografije, grafičkog dizajna...) prikazan je zabavni park Diznilend u Anaheimu u kontekstu koncepta heterotopije i panopticisma. Diznilend, kao produkt, najbolje odražava dizajnerski svet površnog spektakla i njegove mutacije u globalnom svetu konzumerizma. Povrh svega Diznilend razotkriva dizajn kao biopolitički mehanizam vladanja nad telima koja okupiraju materijalni prostor i ukazuje na dizajn kao fundamentalni element, produženu ruku i prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije upravljanja.

## 1. Dizajn diskurs: Karim Rašid i ideologije savremenog dizajna

*Je li taj dizajner (...) blistavih korporacijskih  
stožera, doista Naš Najveći Živući Umjetnik?*<sup>367</sup>

Hal Foster

Dizajn kao diskurs je izrastao u svojevršno interdisciplinarno teoretsko polje. Danas dizajn pruža svoje teorije, ideologije, dogme, ali i svoje ikone koje određuju savremeni dizajnerski diskurs. U svakom društvu produkcija diskursa u isti mah kontroliše, selektuje, organizuje i raspodeljuje; njegova uloga je da ovlada nepredvidljivim i neželjenim situacijama. Diskurs obrazuje vrednosti i sisteme istina i isključivanja tako usko povezane sa moći i tehnikama disciplinovanja tela. U ovom slučaju reč je o stvaranju diskursa koji bi za aktuelne i buduće generacije dizajnera predstavljao sigurni pravac kretanja i održanja postojećeg sistema. U tom smislu u ulozi dizajnera-autora, odnosno ikone savremenog dizajna nazire se zapravo ključni element diskurzivne mreže koja insistira na određenom jeziku, ponašanju, etici, ideologiji i savremenom trendu. U ovom delu biće prikazan primer obrazovanja savremenog dizajn diskursa, primer koji određuje vrednosti aktuelne istine koja ostaje zalag budućnosti.

Mišel Fuko veruje da je autor ideološki proizvod, odnosno ideološka figura koja je zapravo simbol određenog diskursa. Autor ne predstavlja samo jedan element u diskursu, on igra određenu ulogu u određivanju aktuelnih tema i razvrstavanju kvaliteta. Autor, prema tome, omogućava da se diskurs definiše, objedini, da razdvoji elemente jedne od drugih, odnosno uspostavi razliku dobrog i lošeg. Fuko navodi:

*Autorovo ime služi da se obeleži postojanje određenog vida diskursa: činjenica da diskurs nosi ime jednog autora, da se može reći da je „to i to napisao taj i taj“ ili da je „autor taj i taj“, pokazuje da diskurs u pitanju nije običan svakodnevni govor koji prosto*

---

<sup>367</sup> Hal Foster, *Dizajn i zločin (i druge polemike)*, Biblioteka Ambrozija, Zagreb, 2006, 37.

*izbija i utihne, da on nije nešto što se neposredno troši. Naprotiv, to je govor koji se mora primiti na određeni način, i koji u datoj kulturi mora dobiti određeni status.*<sup>368</sup>

U skladu sa tim, autor predstavlja funkciju u diskursu. Fuko ne govori o čoveku kao takvom, već o svojevrsnom simbolu čiji je smisao da usmeri i razdeli. U društvu spektakla funkcija autora je jasnija utoliko što preko spektakla on postavlja ideološki pravac u kome se otkrivaju određene struje diskursa i status samog diskursa u okviru.

Analizirajući postojanje autora kao takvog, Fuko zapravo polazi od teze Rolana Barta da je autor mrtav.<sup>369</sup> Esej Rolana Barta (Roland Barthes), *Smrt autora*, je izazvao pometnju u francuskoj kulturnoj i akademskoj javnosti, te je bio i ostao predmet raznih analiza, interpretacija i reinterpretacija. U ovom eseju Bart sugerise da autor kao funkcija proizvodnje umetničke kritike treba da nestane, a interpretacija dela treba da bude prepuštena čitatelju kao krajnjoj instanci u apstrahovanom polju čitanja. Bart je, najavljujući svojevrsni poststrukturalistički način čitanja dela, otvorio mnoga pitanja i krajnje revolucionarno osporio modernističku ideju porekla, koja je do tada vladala poljem društvenog shvatanja odnosa između autora i dela. Modernistički mit o poreklu je ništa drugo do buržoaska teorija, kojom se kritika koristi da bi jednostavnije došla do interpretacije dela koje sagledavamo u kontekstu porekla, u ovom slučaju autora. Modernistička, buržoaska, građanska interpretacija dela u maniru 19. veka – leži u autoru. Bart ukida granice interpretacije. Autor je funkcija, drugim rečima, osoba koja bi trebalo da bude izuzeta ili da sebe izuzme od epohalne kolosalnosti i gigantske veličine svog genija.

Fuko veruje da ipak nestajanjem autora prazan prostor zapravo i nije ostao prazan. Prema njemu autor je postao funkcija u diskursu. Fuko pokušava da odredi čime je ispunjen prazan prostor koji je ostao iza autora. Autorovo ime je lično ime, koje postavlja iste probleme koje postavljaju lična imena. Kada se izgovori jedno lično ime nalazi se između dve tačke – opisa i oznake. Prema tome kada se izgovara ime autora ne govorimo samo o ličnom imenu nego o funkciji. To ime obeležava utiske, označava postojanje ideologije, otkriva strujanja i težnje određenog diskursa. U skladu s tim, diskursu zapadne kulture dat je autor kao funkcija. Prema Fukou, autor-funkcija je obeležje načina postojanja, kretanja i funkcionisanja diskursa u okviru društva. Fuko kaže:

---

<sup>368</sup> Mišel Fuko, Šta je autor?, u Zoran Konstantinović (ured.), *Mehanizmi književne komunikacije*, Institut za književnost i umetnost, Beograd, 1983, 36..

<sup>369</sup> Roland Barthes, *Smrt autora*, u Miroslav Beker (ured), *Suvremene književne teorije*, Sveučilišna naklada Liber, Zagreb, 1986, 176–180.

*U našoj kulturi (a, sumnje nema, i u mnogim drugim), diskurs, na svom izvoru, nije bio proizvod, stvar, vrsta dobra; to je pre svega bio čin – čin smešten, u dvopolno polje svetog i profanog, dopuštenog i nedopuštenog, religioznog i bogoskrvnog.<sup>370</sup>*

U prilog tome, nadovezuje se i Agamben postavljajući tezu da autor-funkcija jeste u službi subjektivacije kroz koju se određena individua identifikuje sa diskursom moći kao autor koji postavlja određene ideologije i određuje dalje kretanje i opstajanje istog.<sup>371</sup> Dakle, autor ima funkciju dokazivanja istine, kako bi se opisala i održala određena teorija, utisak i svojstvo. Značenje koje se autoru pripisuje jesu zapravo vrednosti koje se poštuju u određenom diskursu. U dizajn diskursu, autor ima značajnu funkciju preko koje se određuju vrednosti i ideologije diskursa. Dizajn diskurs – veličajući zvezde savremenog dizajna, kako aktuelnim tako i mladim dizajnerima – određuje pravac delovanja i karakter mišljenja u cilju održanja dizajna kao dispozitiva. Savremeni dizajn diskurs je tako skrojen da održava postojeći sistem vrednosti i ideologija, kojima se zapravo u krajnjoj instanci vrši subjektivacija pripadnika društva ali i pojedinaca kao dizajnera. Dizajn diskursu su nasušno potrebne autori-ikone, dizajneri-zvezde, jer imaju funkcije osnaživanja dizajna kao dispozitiva, održavanja biopolitičkog sistema i podsticanja spektakla kako na lokalnom tako i na globalnom planu. Primer autora-ikone, dizajnera-zvezde i poznate ličnosti je jedan od najtalentovanijih savremenih svetskih dizajnera – Karim Rašid. Rašid, na neočekivani način, kreira, dizajnira, teoretizuje, komponuje, projektuje i povrh svega zastupa globalistički poredak u dizajnu.

Karim Rašid je rođen u Egiptu kao sin egipatskog umetnika i Engleskinje. Po preseljenju u Kanadu Rašidov otac se zaposlio kao scenograf na lokalnoj televizijskoj stanici i usmeravao svoju decu ka umetnosti i kreativnosti. Karim je svoje osnovne studije završio u oblasti industrijskog dizajna na Karlton Univerzitetu u Otavi 1982. godine. Postdiplomske studije završio je u Napulju gde je upoznao Ettore Sotcasa<sup>372</sup> koji će ključno uticati na njegov dizajnerski stil, posebno kada je reč o dizajnu predmeta od plastike postmodernističkog stilskog karaktera. U

---

<sup>370</sup> Mišel Fuko, Šta je autor?, u Zoran Konstantinović (ured.), *Mehanizmi književne komunikacije*, Institut za književnost i umetnost, Beograd, 1983, 37.

<sup>371</sup> Giorgio Agamben, *Profanations*, Zone Books, New York, 2007, 64.

<sup>372</sup> Ettore Sottsass (1917–2007) je italijanski arhitekta i dizajner. Pored nameštaja, dizajnirao je i nakit, staklene predmete, rasvetu i drugo. Poznat je po savremenom postmodernističkom dizajnu, upotrebom čistih boja, i prepoznatljivim organskim formama, karakterističnim za period sedamdesetih i osamdesetih godina XX veka. Dizajnirao je za firmu Olivetti neke od najpoznatijih proizvoda, kao na primer računar Elea 9003 (1959) i crvenu mašinu za kucanje Valentine (1969). Bio je osnivač Grupe Memfis.



Milanu Rašid je radio u studiju poznatog italijanskog dizajnera Rodolfa Bonetoa, a po povratku u Kanadu zaposlio se u studiju KAN Industrial Designers. Upoznavanje sa ikonama italijanske postmodernističke dizajn scene, ispostaviće se ključnim za razvoj živopisnog Rašidovog stila, koji predstavlja ključni element dopadljivosti i prihvatanja njegovog stila među najširim masama.

Do sada je Karim Rašid projektovao preko 3000 proizvoda, uključujući enterijere, konfekciju, obuću, nameštaj, rasvetu, umetničke, muzičke instalacije, a u zadnje vreme i čitave građevine. Za svoj dizajn Rašid je dobio veliki broj međunarodnih nagrada. Među njima našli su se Garbo kanta za otpatke, OH Chair, torba za Issey Miyake, plastična činiju za Umbru, kuhinjski upotrebnii predmeti za Nambé, i tako dalje. Dizajnirao je i enterijere za restoran Morimoto u Filadelfiji, hotel Semiramis u Atini, izložbeni salon za Deutsche Bank i Audi. Međutim industrijski proizvodi za najveće svetske proizvođače su njegova specijalnost, tako je radio za upotrebne predmete Method i Dirt Devil, bicikle za Biomega, nameštaj za Artemide i Magis, brend identitete za Citibank i Hyundai, high-tech proizvode za La Cie i Samsung, lukuzne asesoare za Veuve Clicquot, Swarovski i Kenzo, i tako dalje. Danas su Rašidovi radovi deo stalne postavke najpoznatijih svetskih muzeja poput Museum of Modern Art u Njujorku i San Francisco Museum of Modern Art, Centre Pompidou u Parizu. Rašid radi kao profesor industrijskog dizajna već deset godina i čest je predavač na najvećim svetskim univerzitetima i konferencijama.

Njegov rad, koji odlikuju senzualne krivine i jarke boje. Često opisivan kao *senzualni minimalizam* (rečima samog Rašida) ali i kao *blobject*.<sup>373</sup> U knjizi *Evolution*, Peter Stathis navodi da se Rašidov stil izdvaja po futurističnosti, savremenosti, bliskosti sistemu modne industrije, po principima *haute couture*.<sup>374</sup> Međutim reč je o efemernim kvalitetima. Rašidovi radovi nisu čvrsti oblici, oni reprezentuju novi sistem komunikacije i povezuju homogenost i tehnologije savremenog sveta. Ovaj dizajner pomera dizajnerski projekat na nivo svetlućavog formalnog jezika, eliminišući svaki deo određene kulture ili socijalnog elementa. Reč je dakle o globalnom jeziku simbola, formi koje mogu biti prihvaćene bilo gde na svetu, koje privlače mase i privlače

---

<sup>373</sup> Blobject je engleski termin koji se odnosi na dizajnirani objekat industrijskog dizajna koji odlikuju blage krivine, jarke boje i apstrakcija. Ova reč je kovanica od reči *blob* i *object*. Reč je skovao novinar Phil Patton 1993. godine u magazinu *Esquire*. Paton je *blobject* (blobdžekt) definisao kao kolorističan, masovno proizveden, plastični, postmodernistički, konzumeristički proizvod koji u najvećem broju slučajeva poziva korisnike na emotivno povezivanje, po principu niskih želja i vizuelnih atributa. *Blobject* je krivolinijski upotrebnii predmet plutajućih oblika, a preteča ovakvog stila i pristupa dizajnu jeste stajling. *Blobject* je fluidan, krivudave forme, privlačan i povrh svega spektakularan.

<sup>374</sup> Karim Rashid, *Evolution*, Universe, New York, 2004.

korisnike po principu stvaranja želja. Drugim rečima, Rašidov dizajn je tipičan primer predmeta želja – *blobject* je *object of desire*. U knjizi *I want to change the world*,<sup>375</sup> njegovi radovi su opisani kao koloristički, senzualni predmeti, ali u isto vreme sveži, svetli i novi u konceptu i formi, posebno u domenu dizajna nameštaja i industrijskog dizajna. Materijali i tehnike koje Rašid koristi odražavaju savremene tendencije u tehnologiji – plastika, površinska štampa i svakako dizajniranje putem na računara. Ovi objekti imaju karakteristiku da u sebe sabiraju simbole kosmopolitizma kulture, te daju naznaku budućnosti digitalne ere. Iz tog razloga rad Karima Rašida može da se opiše rečju *organicizam* (organski dizajnirana forma). Bilo da se radi o stolicama, vazama, lampama ili torbama, krivina i senzualna linija dominira.

Rašid ni u svojim izjavama ni u knjigama ne krije svoju opčinjenost tendencijama globalizma. Štaviše u njima vidi priliku za sopstveni napredak i promociju. U velikom broju intervjua koje je dao za najveće svetske medije, Karim Rašid nimalo nije krio svoje dizajnerske strategije i ideologije. Šta više, on slobodno govori o njima i razotkriva svoj globalistički dizajn u kome se uočava upravo nedostatak svesti o stvarnim socijalnim potrebama populacije, i dizajnu pristupa sa čisto formalnog-apstraktnog stanovišta čime se podstiču želje potrošača. Ovakvom medijskom pokrivenošću i dostupnošću drugim dizajnerima, Rašid promovise upravo savremenu dizajnersku ideologiju. U njegovoj ideologiji izdvajaju se sledeće poruke:

1. Dizajnirati predmet koji obuhvata sledeće kriterijume: lepotu, značenje, veliku produkciju, ne uključujući ručni rad, laku sklopivost, pametne materijale, prostornost, humanost, ponašanje ljudi, demokratičnost i jednostavnost.
2. Učiniti kompanije svesnim o humanim produktima – ljudskost je ključ uspešnosti predmeta na tržištu.
3. Pokazati kompanijama da kvalitet stvara dodatnu vrednost i uspostavlja lojalnost brendu.
4. Dizajnirati prijemčive, modularne, lako zamenjive, lako sklopive, multifunkcionalne predmete.
5. Odstraniti koleteralu, uzeti u obzir proces optimizacije proizvodnje, zahteva proizvođača, proizvoditi lokalno, misliti globalno.

---

<sup>375</sup> Karim Rashid, *I Want to Change the World*, Universe, New York, 2001.

6. Promovisati, obrazovati, jednostavna filozofija – dizajnersko iskustvo, forma prati predmet.
7. Dizajn kreira tržište.
8. Predmet je brend.<sup>376</sup>

Ovakav pristup konceptualizaciji dizajna najlakše bi se opisao kao mašina za proizvodnju fantazije i spektakla. Rašidov dizajn, zasnovan prvo na stajlingu a zatim na postmodernističkom italijanskom dizajnu, jeste oličenje savremenih globalnih tendencija savremenog dizajna i njegovih politika. Njegov dizajn i njegov medijski i profesionalni aktivizam jeste zapravo usmeren na izgradnju i održavanje dizajn diskursa kao dimenzije dispozitiva, čija je uloga u krajnjoj instanci subjektivacija pojedinca i populacije, ali i mehanizam biopolitičkog sistema upravljanja. U tom smislu Rašid, kao produžena ruka biopolitičkog sistema, samo je načelno ili nije uopšte uključio realni socijalni aspekt, a stidljivo i neuverljivo je koketirao sa elementima ekološkog dizajna. Rašid često u intervjuima insistira na demokratičnosti, koja je zapravo bizarni kanibalistički koncept savremenog globalnog neoliberalizma. Kao rezultat njegovog delovanja dolazi mozaik dizajnerskih proizvoda koji su se ne samo uvukli u tkivo potrošača, zapravo onih koji to mogu da plate, već i u tkivo samog dizajnerskog diskursa određujući ideologiju i vrednosti dizajnerima širom sveta. Po principu, ovako se postaje uspešan. Rašidovo edukativno angažovanje i veliki broj predavanja održanih na svetskim konferencijama upravo ukazuju na činjenicu o njegovoj prihvaćenosti i popularnosti. Tom svojevrsnom lobotomijom dizajnera pod maskom zabrinutog građana, dizajn diskurs održava biopolitički sistem.

Sam Rašid ističe dizajnerske vizije u skladu sa ekonomskim interesima velikih kompanija. On neskriveno ističe spektakularizam i njegove kulturne važnosti:

*Naši životi se uzdižu kada doživimo lepotu, komfor, luksuz, učinak, i savršenost, zajedno. Posebno, danas dizajn mora da dokaže svoje vrednost i da reaguje na neljudsko okruženje kako bi se kao ljudi uzdigli, prema zadovoljstvu, kvalitetu, estetizovanom humanijem stanju. Osećam da svi mi moramo dizajnirati sebe i svoje živote. Moramo uzeti u obzir da zapravo imamo više kontrole nad svojim životima nego što u to verujemo (...) Uvek sam govorio da su snovi nešto što će biti dostižno, a ciljevi nešto što dostižemo. Moj san je da vidim svet kao lepo poetsko mirno mesto, ali moj cilj je progres i evolucija ljudske*

---

<sup>376</sup> Karim Rashid, *Evolution*, Universe, New York, 2004, 15.

*rase, želja da učinim male intervencije u smeru boljitka sveta. Moja želja je da dizajneri budu širokog uma koji se ne zasniva na rasi, estetici, religiji, ili na nekim sličnim perspektivama. Dizajneri mogu da vide stvari koje još uvek ne postoje. Potreba za osećajem slobode je prevelika kako bi se ostvarili naši dizajnerski ciljevi, a da bi se to ostvarilo potrebno je biti krajnje objektivni.*<sup>377</sup>

U današnjem dizajnerskom diskursu veliki broj štampanih izdanja Rašidovih knjiga predstavljaju svojevrstne manifeste i uputstva delovanja, te savete mlađim dizajnerima. Među njegovim knjigama nalaze se *Spacebook* (Rizzoli, 2009), *Design Your Self: Rethinking the Way You Live, Love, Work, and Play* (Collins Design / Regan Books, 2006), *Digipop* (Taschen, 2005), *Portfolio book* (Chronicle Books, 2004), *Evolution* (Universe, 2004), *I Want to Change the World* (Universe, 2001). Sadržaj ovih visoko dizajniranih knjiga, sa velikim brojem fotografija, ukazuje drugim dizajnerima prostor za manevrisanje i strateške poteze utopijskog karaktera. Poruka koju Rašid vešto šalje svojim kolegama je *biti u isto vreme ambiciozan i popularan, spektakularan*. On na svom primeru pokazuje egocentričnu pragmatičnost savremenog globalnog dizajnera, željnog slave i spektakla, a u isto vreme kooptirajući sa globalnim kompanijama.

Vremenski kontekst ne može biti adekvatniji za širenje takve propagande, upravo kada se svet nalazi u sred digitalne revolucije. Sjedinjene Države i Evropa, kao i ceo svet, političku moć prepustili su nadzoru biopolitičkog sistema i ukupnoj ekonomskoj moći. To je vreme kada društvenim životom vladaju multinacionalne korporacije. One zahtevaju simboličku i vizuelnu reprezentaciju, a Rašidov spektakularni dizajn savršeno odgovara korporacijskoj logici. Rašid, kao i dizajneri slični njemu, i danas jačaju na talasu ovakve dijalektike, daleko uspešnije nego alternativni dizajnerski pristupi. Ambicioznost i egocentričnost navodi Rašida na kvaziteoriju i kritiku savremenog sveta. On predviđa šarenu budućnost oslikanu njegovim projektima. Za njega ne postoje ni prošlost ni sadašnjost već samo koloristička budućnost ispunjena blobdžektima. On se ne suprotstavlja dizajnu spektakla koje podstiču korporacije. Zapravo ne može se govoriti samo o jednostavnom kooptiranju gde dizajn prosto radi za korporacije, ili plivanju na talasu investicija, jer takva diskusija dizajn oslobađa odgovornosti. Ako temeljni zaokret ka alternativnom

---

<sup>377</sup> Deo intervjua koji je Rašid dao novinaru magazinu Miami Design District pod nazivom: Our most popular article of 2014: exclusive interview with top interior designer Karim Rashid. <http://miamidesigndistrict.eu/design/exclusive-interview-with-top-interior-designer-karim-rashid/> ac. 20. 04. 2016 at 12.45. AM

dizajnerskom diskursu nije moguć, onda se društvo nalazi u problemu. Ako nije moguće da se dizajn diskurs postavi kritički prema postojećim sistemima funkcionisanja sveta i prepozna ideologije otuđenog dizajna, onda njegova funkcija ostaje u domenu dimenzije dizajn dispozitiva. Moguće je distancirati se od ovakvih pojava i usmeriti na alternativiniji pristup dizajnu koji zaista u obzir uzima stvarne interese društva. Savremeni dizajnerski diskurs, postavljen kao ispomoć biopolitičkom sistema, alarmantno poziva na unutrašnju transformaciju. Dizajner, ako nije opčinjen egocentrizmom i spektaklom, zaista teži kako kao sopstvenoj tako i ka slobodi društva, a to znači želi da se izuzme iz postojećeg diskursa i izbegne subjektivaciju koje vode ka neraspознаvanju ljudskog i životinjskog, neprepoznavanju tolerancije, ljudskog postojanja, te vodi ka upadanju u antagonizme i konflikte kojima je savremeno društvo ispunjeno i previše. Iza egocentričnog i spektakularnog razmetanja u okviru dizajn diskursa stoje zapravo autori-zvezde čija dvosmislenost prevazilazi i najveće mehanizme biopolitičkih dispozitiva. Oni u postojećem sistemu predstavljaju u isto vreme i žrtve sistema, ali i dželate.

## 2. Dizajn institucija: Skriveni kurikulum u školama za dizajn

*Osnovni problem u školama za dizajn jest, izgleda, u tome da previše pažnje posvećuju dizajnu, a nedovoljno društvenoj i političkoj okolini u kojoj se dizajn manifestira.*<sup>378</sup>

Viktor Papanek

Osnovna uloga dizajn dispozitiva u formi institucija jeste da sačuva, odnosno očuva od narušavanja postojeći karakter ove discipline, potom da neguje diskurzivnu ideologiju, i na kraju da takve vrednosti i ideale uvede u tela budućih i aktuelnih dizajnera. Dizajnerske institucije, kao što su škole, strukovne organizacije, državne agencije, u ukupnom biopolitičkom mehanizmu disciplinuju, usmeravaju, određuju pravila, šire ideologije i kontrolišu telo dizajnera. Primer dizajnerskih škola je možda najživopisniji kada je reč o efektima koje dizajn dispozitiv ima. Fuko navodi da je na primer škola značajna pojava koja oslikava primenu tehnika strukturiranja vremena jedinke. Reč je o tehnici koja uređuje odnos vremena, tela i snage kojom se obezbeđuje da se vreme i telo postave u takav položaj kako bi se ostvario bolji profit i veća korist za upravljačke slojeve.<sup>379</sup> Svaka škola na izvestan način predstavlja poredak biotehnika preko kojih se izvodi oblikovanje života i preko koga se tela pripremaju za stvarni život.<sup>380</sup> Analizirajući dizajnerske škole u knjizi *The Culture of Design* Džulijer je primetio da se studenti u školama usmeravaju ka samoreferentnom okviru – učenik se usmerava ka postojećoj praksi i ideologiji koja je imanentna ovoj disciplini. U savremenim dizajnerskim školama širom sveta, organizacija nastave dizajnerskih kurseva pre svega je postavljena po principu *dizajn studija*. Ovakvi edukativni koncepti u školama se pre svega odnose na realne uslove u kojima dizajneri rade u praksi. U praksi, jedno dizajnersko radno mesto predstavlja segment šireg sistema i smešteno je u uglavnom veliki otvoreni prostor ispunjen manjim ili većim brojem otvorenih radnih jedinica. Džulijer navodi da kada se jednom upiše u dizajnersku školu, student ulazi zatvoreni sistem specifične radne

---

<sup>378</sup> Victor Papanek, *Dizajn za stvarni svet*, Nakladni zapod Marko Marulić, Split, 1973, 255.

<sup>379</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997, 218.

<sup>380</sup> Miško Šuvaković, *Umetnost i politika: Savremena estetika, filozofija, teorija i umetnost u vremenu globalne tranzicije*, Službeni glasnik, Beograd, 2012, 309.

atmosfera. Tako okružen svojim kolegama prirodno je usmeren na dizajnerski način života, vrednost i razmišljanja.<sup>381</sup> Biopolitički karakter škola za dizajn najbolje se uočava analizom njihovih *skrivenih kurikuluma*. Prema tome, u ovom delu disertacije biće raščlanjen koncept *dizajn studija* kao paradigme školovanja dizajnera i karakter njegovog *skrivenog kurikuluma*.

Poslednjih trideset godina u teoriji obrazovanja pojavio se koncept skrivenog kurikuluma (*hidden curriculum*) koji pomaže u boljem razumevanju obrazovnog sistema. Ovaj koncept prvi je definisao Filip Džekson (Phillip Jackson) 1968. godine. Skriveni kurikulum se odnosi na nepisana nezvanična pravila, često neplanirane lekcije, na vrednosti i ideologije koje studenti stiču u školama. Zvanični akreditovani kurikulum sastavljen je od kurseva, časova i nastavnih aktivnosti u kojima učestvuju studenti, odnosno učenici, kao i znanje i veštine koje nastavnici sa namerom prenose studentima. Skriveni kurikulum se sastoji od neizgovorenih ili implicitnih akademskih, političkih, socijalnih i kulturnih poruka koje se prenose studentima tokom vremena provedenim u školama. Reč je dakle o konceptu koji se zasnova na opservaciji da studenti usvajaju program koji može ali i ne mora biti deo formalnog nastavnog plana i programa. Kada studenti vrše interakciju među sobom, sa nastavnicima, i drugim nastavnim i nenastavnim osobljem, najčešće nesvesno usvajaju različite ideje o rasama, klasama, ideologijama, i tako dalje. Skriveni kurikulum je *skriven* jer je često nije prepoznat ili nije dostupan studentima, nastavnicima ili društvu uopšte.

Filip Džekson se smatra za tvorca termina i koncepta skriveni kurikulum u knjizi *Life in Classrooms*<sup>382</sup> koji je kasnije šire prihvaćen. i koji su kasnije usvojili mnogi naučnici. Džekson je želeo da pokaže da su društveni zahtevi u školi često prikriiveni. Istakao je tri elementa skrivenog kurikuluma: gužva u učionicama, privrženost i neravnopravan odnos između učenika i nastavnika u korist nastavnika. Skriveni kurikulum podrazumeva učenje stavova, normi, uverenja, vrednosti i ideologija, što je neretko izraženo u formi pravila, rituala i propisa, koji se analiziraju i uzimaju se zdravo za gotovo. Džeksonova analiza skrivenog kurikuluma nazvana je funkcionalističkim gledištem, jer se pretpostavlja da škole promovišu ciljeve šire društvene zajednice. U literaturi se veruje da skriveni kurikulum opstaje u školama kako bi se održao kapitalistički sistem jer se preko njega uspostavljaju određeni društveni odnosi, i to hijerarhijska podela rada između nastavnika i učenika, i tako dalje. Postoji veliki broj skrivenih kurikuluma. Skrivenim kurikulumom se održava

---

<sup>381</sup> Guy Julier, *The Culture of Design*, Sage Publications, London, 2000, 36.

<sup>382</sup> Phillip Jackson, *Life in Classrooms*, Holt, Rinehart, and Winston, New York, 1968.

nejednakost. U knjizi *The Hidden Curriculum in Higher Education* Erika Margolisa se izdvaja nekoliko karakterističnih fenomena koji preciznije opisuju delovanje skrivenog kurikuluma: kulturološka očekivanja, kulturološke vrednosti, kulturološke perspektive, teme kurikuluma, strategije nastave, organizacije škola, i pravila institucije.<sup>383</sup> Kulturološka očekivanja se odnose na ona akademska i društvena pitanja uspostavljena u obrazovnim institucijama i nastavnici te poruke prenose studentima. Kulturološke vrednosti su vrednosti koje promovišu škole, nastavnici, čak i sami studenti a ispunjene su skrivenim vrednostima. Kulturne perspektive su načini preko kojih škole prepoznaju, integrišu, asimiluju i nagrađuju različitosti i multikulturalnost, a ujedno sadrže namerne i nenamerne poruke. Teme kurikuluma su često predmeti kurseva ili nastavnih jedinica koje nastavnik bira a u koje su upisane različite ideološke, kulturne ili etičke poruke. Strategije nastave se odnose na načine preko kojih škole i nastavnici biraju da edukuju studente a sa sobom nose skrivene i neskrivene poruke. Organizacija škola takođe može imati određene skrivene poruke kojima se određuje poredak u školi kako na organizacionom tako i na ideološkom planu. Pravila institucija su formalna pravila škola koje prenose širok spektar poruka studentima, na primer nositi školske uniforme ili ne, pravila oblačenja, različite liberalne ili konzervativne politike. Drugim rečima skriveni kurikulum uređuje, usmerava, određuje pravila, ideologije škola čime se studenti pripremaju za budući život u biopolitičkom sistemu. Prema tome, koncept skrivenog kurikuluma okuplja one taktičke i metodološke normativne vrednosti koje proizilaze iz socijalnog, profesionalnog i političkog. Skriveni kurikulum pomaže pri identifikovanju škole kao dispozitiva u širem biopolitičkom kontekstu. Uz pomoć ovog koncepta se može ustanoviti da je priroda škola u svojoj suštini ideološkog i političkog karaktera tradicionalnih metoda nastave, a za koju se inače veruje da je od ovih elemenata izuzeta. Skriveni kurikulum otkriva kako su društvene, kulturološke, ekonomske i političke vrednosti prenete i postale sastavni deo obrazovanja. On pokazuje kako se određuje selekcija, organizacija i distribucija znanja u cilju održanja aktuelnog društvenog sistema.

Kako bi se sagledao uticaj skrivenog kurikuluma u dizajnerskim školama potrebno je analizirati koncept dizajn studija<sup>384</sup> kao metoda izvođenja nastave u dizajnerskim školama. Dizajn

---

<sup>383</sup> Eric Margolis (ed.), *The Hidden Curriculum in Higher Education*, Routledge, New York and London, 2001.

<sup>384</sup> Dizajn studio je kurs, predmet ili način izvođenja nastave u školovanju dizajnera gde studenti stiču znanje preko praktične nastave. Dizajn studio uključuje direktno obrazovanje studenta od strane nastavnika po principu kritika urađenog. Ovaj metod studentima prenosi ideje, principe i metode rešavanja dizajnerskih problema u okruženju kakvo postoji u stvarnom profesionalnom okruženju. Studenti dobijaju zadatke, projekte na kojima rade prilikom čije izrade održavaju redovne personalizovane kritike sa nastavnicima.



studio je *sine qua non* dizajnerskog obrazovanja. On zauzima najbitniju poziciju kurikuluma u skoro svakoj školi dizajna u zapadnom svetu. U literaturi se zapaža da dizajn studio kao pedagoški metod jeste sličan izvođenju nastave kao na studijama medicine, te se traži veliko učešće studenata.<sup>385</sup> Tom Daton (Tom Dutton) bavio se skrivenim kurikulumom dizajn studija. Daton je uvideo da je skriveni kurikulum dizajn studija korozivan i da sprečava pravi razvoj dijaloga između studenata i nastavnika. On je zaključio da ova neostvarenost pravog dijaloga zapravo sprečava stvarno sticanje znanja i podstiče održanje postojećeg sistema. Predložio je pet elemenata skrivenog kurikuluma dizajn studija: studio znanje, društveni odnosi, hijerarhija, konkurencija, i hijerarhija i konkurencija zajedno.

*Studio znanje.* Daton smatra da znanje nije neutralno. Kao svaka roba, znanje je proizvedeno i distribuirano prema određenim odnosima moći koji su po pravilu asimetrični. Prema tome, pričati o znanju je priča o moći upravo onako kako je o tome pisao i Mišel Fuko. Treba dakle govoriti o dominantnim i podređenim formama znanja. Legitimno znanje koje se provodi u dizajn studiju izmenjeno je poslednjih nekoliko decenija. Dizajnerske škole su se okrenule ka postmodernističkoj logici, koja je delegitimisala prvobitne ciljeve škola i uvela postmodernu i neoliberalnu orijentaciju. Ova pojava svakako se nije desila mimo društvenih političkih i ekonomskih trendova koji su se odrazili na praksu i ideologiju dizajna kao discipline uopšte, o čemu je bilo reči u prethodnom poglavlju. Ukratko, dizajn kao profesija postala je zavisna od marketinga, brendinga, konzumerizma i odnosa masa prema dizajnu. Legitimacija marketinških trikova i biopolitičkih taktika usvojena je i u dizajn školama, te je povezana sa političkim i socijalnim globalističkim odnosima i aspiracijama.

*Socijalni odnosi.* Daton navodi da uloga demarkacije, podele rada i hijerarhizovanje administracije u školama odražava sisteme u društvu i u praksi. Taktike kojima praksa podržava obrazovanje je kontingent koji proizvodi stručnu radnu snagu, veštu u tehnikama dizajniranja.

*Hijerarhija.* Osnovni model dokaza hijerarhijskog uređenja u dizajn studiju jeste razgovor ili dijalog. Fundamentalni preduslov za razgovor je jednakost – jednaka distribucija moći – između učesnika u njemu. Jednakost je najveći nedostatak dijalogu u dizajn studiju. Kada je o razgovoru reč, Fuko smatra da: *se radi o razređivanju govornih subjekata, niko neće ući u poredak govora ukoliko ne odgovori na izvesne zahteve i ukoliko nije, od ulaska u igru, kvalifikovan da je obavlja*

---

<sup>385</sup> Tom Dutton, Design studio and pedagogy, *Journal of Architectural Education*, Vol. 41, No. 1, 1987, 16–25.

(..)sve oblasti govora nisu jednako otvorene i podložne prodiranju: neke su uporno branjene.<sup>386</sup>

To se posebno odnosi na dijalog između studenta i nastavnika, od kojih se na izgled očekuje ravnopravnost koja je zapravo samom podelom uloga urušena. Pravi dijalog se dešava između jednakih, a ne između nadređenog i podređenog. Nadređeni će slušati podređenog samo dokle njegova moć nije narušena. Istinski dijalog se činjenično retko dešava u dizajn studiju, na njegovo mesto dolazi proces ubeđivanja.

*Konkurencija.* Moglo bi se napisati da je istinski pravi karakter zapadnog sistema školovanja konkurencija. Daton smatra da je konkurencija, kao i u praksi, glavni motivacioni faktor u dizajn studijima. Svako ko je pohađao dizajnerske škole upoznat je sa činjenicom da je jedan od glavnih pokretača i generatora motivacije tokom školovanja konkurencija koja podstiče posesivnost – konkurencija zapravo predstavlja antitezu stvarnom procesu učenja, i dalje produbljuje odsustvo stvarnog dijaloga. Kao konsekvencija pojavljuje se uverenje studenata dizajna da moraju raditi sami, a to je i podržano od strane institucije. Reč je dakle o individualizmu. Prema Datonu: *dizajn je u ovom pogledu označen kao samoljubiva aktivnost, koja neguje konkurenciju kao uslov dobrog dizajna.*<sup>387</sup> Dobar dizajn je u evropskom kontekstu shvaćen kao kanonski dizajn koji se sagledava kroz političku i ideološku dijalektiku.

*Hijerarhija i konkurencija.* Odnosi moći koji kruže u dizajn studiju imaju za posledicu zamrzavanje komunikacije i učenja. Jedna od glavnih konsekvenci ove pojave je činjenica da su studiji pre svega orjentisani prema nastavniku u kome studenti doprinose i ispunjavaju očekivanja nastavnika, odnosno koordinatora studija. Neizbežno ovakav sistem rezultira mistifikacijom procesa učenja, kao i same profesije uostalom, u kojoj nastavnik nastoji da ispuni izvesnu igru misterije, gde misterija igra ključnu ulogu u utisku o majstorstvu nastavnika. Drugim rečima, njegovo znanje nije moguće definisati rečima već se izvodi pokazno i to dovodi do mistifikacije kako procesa učenja tako i procesa sticanja znanja. Dakle ovde ne govorimo o naučnoj paradigmi, koja se nalazila u centru obrazovnih institucija već generacijama. U centru ovakvog poretka leži profesionalno umeće koje je zapravo model za razvoj novih naraštaja dizajnera. Igra misterije je ono što leži u srcu dizajn studija, kao osnovna komponenta, čija je glavna uloga da se suspenduje moguće nepoverenje učenika u kvalitet znanja i veština nastavnika.

---

<sup>386</sup> Mišel Fuko, Poredak govora (1971), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured), *Mišel Fuko, 1924–1984–2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 46.

<sup>387</sup> Tom Dutton, Design studio and pedagogy, *Journal of Architectural Education*, Vol. 41, No. 1, 1987, 17.

Do sada se dalo zaključiti da je karakter skrivenog kurikuluma takav da podstiče i održava društvene, ekonomske i političke asimetrije tako što legitimizuje određene forme znanja i socijalnih praksi na račun drugih. Svakome ko ima iskustva u dizajnerskom obrazovanju jasno je da odgovornost leži na onima koji izvode nastavu. U tom smislu potrebno je uvesti neke alternativne vidove izvođenja nastave, na primer: uvođenje kolektivnog ocenjivanja, gde se jedna trećina ocene donosi od strane nastavnika, jedna od strane kolega i jedna trećina od strane studenta koji se ocenjuje. Ovo omogućava sticanje novih demokratičnijeg saznanja u kontekstu dizajn studija. Međutim, čini se da bi se dodatno razotkrio skriveni kurikulum u dizajn studijima, treba dodati još dve dimenzije na pet Datonovih. Prvo, rad na fiktivnim projektima u dizajn studijima (koji često ostaju neizvedeni), drugo opsesija u dizajn obrazovanju samim produktima pre nego dizajnerskim procesom.

Što se tiče rada na fiktivnim projektima, može se reći da on dovodi do realne odvojenosti sa stvarnim problemima koji se pojavljuju tokom dizajniranja. Često se tokom procesa dizajna zanemaruje društveni i politički kontekst u kome jedan dizajnerski produkt nastaje. Takva izolacija stvara dizajnere koji su često nesvesni društvene realnosti i realnih problema. Takve pojave dovode do toga da se dizajnerske vrednosti izuzetno teško i retko dovode u pitanje, a posebno vrednosti koji se odnose na društvenu odgovornost. Zanemarivanje društvenog konteksta zapravo dovodi do toga da se ne dolazi do kritičizma, stvara se iluzija da se napredak društva ostvaruje samo kroz kreaciju u postojećem biopolitičkom sistemu. Svet je haotičan, nespretn, otporan na promene. Ako se budući dizajneri tako pripremaju na svet, oni će u budućnosti pristajati na ovakav sistem i doprinositi održanju tog sistema. Drugim rečima, rad na fiktivnim projektima u dizajn studiju podražava iluziju lične moći, ponavljajući dominaciju fantazije i imaginacije, čime su studenti osuđeni na otuđenje od društvene stvarnosti i odgovornosti, što svakako odgovara neoliberalnim upravljačkim centrima. Ovakvim praksama u nastavi amputira se društvena savest budućim dizajnerima, i od njih se prikrivaju mogućnosti njihove stvarne moći i uticaja. Druga komponenta skrivenog kurikuluma, kojom se Datonova lista može produžiti jeste opsesija vizuelnim elementom u produktima na račun dizajnerskog procesa. Ova opsesija vizuelnim stoji direktno u vezi sa izradom dizajna u procesu koji koristi crtež pre nego realni model. Takav pristup potiskuje alternativne interpretacije uloge i značenja dizajna u društvenom kontekstu. Upravo se u dizajnerskim projektima koji su društveno odgovorni nalazi onaj faktor koji je nevidljiv a koji je često zanemaren prilikom rada u dizajn studijima.

Odsustvo društveno odgovornih projekata u dizajn studijima i uopšte u obrazovanju dizajnera, dolazi u nekoliko formi:

1. Studenti nemaju podršku da učestvuju u društveno odgovornim projektima, jer se veruje da su ti projekti nemaju kapacitet akademskog i eksperimentalnog karaktera.
2. Problemi vlasništva studenskih radova – studenski radovi se vode kao vlasništvo škola jer su u njihovoj izradi učestvovali nastavnici, zaposleni u školi.
3. Većina donesenih odluka tokom dizajnerskog procesa u školama donose nastavnici, što samom projektu povećava kvalitet, za razliku da odluke donose sami studenti bez nadzora mentora.
4. Upotreba kriterijuma evaluacije koji su šire gledano strani projektima i prave poteškoće ukoliko se izvode radovi koji su društveno odgovorni – kriterijume je teže odrediti u odnosu na ono što je već ustaljeno.

U dizajn studiju studenti se mahom uče disciplini, odnosno tome da ispunjavaju obaveze koje im nameće školski sistem, nastavnici, mentori, pre nego da postanu dobri i odgovorni dizajneri. Prema tome, nastavnici, oni koji nose sistem dizajnerskih škola treba se zapitati da li su u zabludi kada misle da prenose znanje o dizajnu. Činjenica je da se od nastavnika očekuje da imaju izvesno praktično iskustvo, potom da to budu ljudi koji su prošli kroz iste ili slične sisteme u kojima je vladao skriveni kurikulum, pa su prema tome i sami opsednuti vizuelnim komponentama predmeta, odnosno slika. Ukoliko bi se napravio jedan brzi pregled dizajnerskih tekstova koji potiču iz sfere obrazovanja dizajnera uvidelo bi se da su oni gotovo očišćeni od društvenih, političkih, strukturalnih, mehaničkih ili ekoloških agendi. To sve ukazuje na činjenicu da ovaj sistem obitava bez većeg obzira prema društvenim problemima. Drugim rečima, vizuelna komponenta, karakteristična za stajling, vlada kurikulumom škola za dizajn. Poslednjih godina manji broj škola za dizajn podstiču programe koji su orjentisani ka ekološkom ili sveobuhvatnom dizajnu. Naspram većine škola koje postoje u biopolitičkom sistemu, a koje karakteriše marketinško-konzumeristički pristup dizajnu kao disciplini i obrazovanju.

Dizajn institucije, posebno dizajn škole imaju utemeljeni prikriveni kurikulum u svojoj hijerarhijskoj strukturi. Škole jesu svakako visoko hijerarhizovane i autoritativne institucije. Sam sistem i red je jasan i nedvosmislen. Međutim, ono što nije jasno je uticaj struktura moći na sadržaj obrazovnog procesa. Prepoznavanje prikrivenog kurikuluma razotkriva odnose moći koji cirkulišu u telu obrazovnih institucija dizajna. Takođe, skriveni kurikulum objašnjava zašto mnoge škole

odbijaju da prihvate neke nove alternativne metode učenja. U mnogim školama studentima je striktno zabranjeno da učestvuju u procesu ocenjivanja, pod izgovorim manjka kompetencije. Iako mnoga istraživanja govore suprotno. Ovakva pravila služe kako bi se zaštitio postojeći sistem škola koji šire učestvuje kao dimenzija dizajn institucije dispozitiva. Problem nastaje jer ta pravila nisu lako vidljiva i prepoznatljiva. Odgovori na ovakvo stanje i moguće promene ne leže u radikalnim promenama obrazovnog sistema dizajnera, već u spoznaji, priznavanju i prepoznavanju prikrivenog kurikuluma. A kao posledica prepoznavanja bi sledilo rešavanje problema koji koncept skriveni kurikulum otkriva, čime bi se eventualno podstakla profanacija samog dizajn dispozitiva u kontekstu dizajn studija, dizajn škola i dizajn institucija uopšte.

### 3. Dizajn praksa: Zaha Hadid i CAD tehnologije

*Tehnologija se ogleda u čovekovom uspostavljanju kontakta sa vlastitim okruženjem (...) Tehnologija se zasniva na razumu i ličnoj darovitosti, dok svest zavisi od karaktera.*<sup>388</sup>

Le Korbizje

Treća dimenzija dizajn dispozitiva odnosi se na praksu dizajniranja, odnosno postupak oblikovanja okoline. Dizajn proces jeste skup metoda dizajniranja prema ustanovljenim pravilima discipline, odnosno disciplinovanom postupku oblikovanja materijalnog sveta. Dizajn proces postaje deo dispozitiva onog momenta kada dizajneri svesno ili nesvesno počinju zanemarivati odgovornost prema društvu i životnoj okolini. Posledica ovakvog delovanja je nastajanje otuđenog dizajna ili dizajnerskog proizvoda koji dovodi do stvaranja i održavanja biopolitičkog sistema, subjektivacije pojedinca i populacije, odnosno pojava kao što su na primer podsticanje neoliberalizma, globalizacije, segregacije, urbana gentrifikacija, podsticanje želja, podsticanje potrošnje, zanemarivanje prava manjina, netolerancija, neodrživost u društvenom, ekonomskom i ekološkom smislu. Odsustvo svesti o društvenoj odgovornosti u toku dizajn procesa dovodi u sumnju dobronamernost dizajna i povezuje ga sa spektakularizacijom, egocentrizmom dizajnera i sa nečasnim ekonomskim ciljevima. Prema tome, treća dimenzija dizajn dispozitiva u ovom delu disertacije biće razmatrana preko problematičnih dizajnerskih metoda i tehnika koje uključuju dizajn potpomognut računarom, odnosno takozvane CAD (*computer-aided drafting*) tehnologije.

Proces dizajniranja često se dovodi u red mističnih i nejasnih radnji kreacije koje su u literaturi objašnjene preko kognitivne psihologije.<sup>389</sup> Teorija dizajna je početkom pedesetih godina prvi put počela da se bavi analizom dizajnerskog procesa upravo u kontekstu kognitivnih, spoznajnih procesa. Prema zaključcima istraživača proces dizajniranja nije mistična, nadljudska i

---

<sup>388</sup> Le Korbizje, *Razgovori sa studentima arhitektonskih škola*, Karpos, Loznica, 2013, 45–46.

<sup>389</sup> Kognitivna psihologija je grana psihologije koja se bavi otkrivanjem psihičkih procesa koji se nalaze u osnovi ponašanja. Reč "kognitivno" dolazi od latinske reči *cognitio* što se odnosi na spoznaju, odnosno mentalne procese za koje se pretpostavlja da ističu ponašanje. Ona pokriva široki spektar područja istraživanja fenomena kao što su kreativnost, pamćenje, pažnja, percepcija, znanje, mišljenje, ili rešavanje problema.

neobjašnjiva aktivnost kreacije, već se radi o misaonom procesu koji je pre svega povezan sa spoznajom i ispravnim pristupom rešavanju problema. Posle tri decenije istraživanja naučnici su se složili da kada se govori o dizajn procesu pre svega treba misliti na kognitivni proces.<sup>390</sup> Postoji veliki broj naučnih radova koji podupiru i koji su saglasni oko takve teze.<sup>391</sup> Dokaz tome je i činjenica da u svojim istraživanjima dizajn procesa naučnici koriste metodološke tehnike, kao na primer analizu protokola i teorijske konstrukte koji dolaze iz kognitivne psihologije. Ovim se pristupom saznalo, na primer, da li se postižu bolji rezultati kada se dizajniranju pristupa tradicionalno ili pomoću digitalnih medija.<sup>392</sup> Takođe, kako bi povezali spoznajne strategije sa kvalitetom dizajnerskih rešenja, naučnici su koristili analizu protokola da bi identifikovali kognitivne strategije koje dizajneri koriste prilikom oblikovanja.<sup>393</sup> Posledica ovakvog pristupa razumevanja dizajnerskog procesa otvorila je mogućnost definisanja šema, metoda, pristupa, tehnika i veština kreacija u ovom procesu.<sup>394</sup>

U literaturi koja dizajn proces opisuje kao kognitivni, zanemaruje se jedan bitan aspekt, a to je svet o društvenoj odgovornosti. Gotovo da ni jedna od pomenutih analiza ne istražuje nivo integracije savesti, etike, i morala u toku dizajn procesa. Svakako, u obzir treba uzeti i činjenicu da se pre svega radi o kvantitativnim metodologijama, ali se čini da ova istraživanja potpuno zanemaruju društvenu odgovornost dizajna i dizajnera. Kada se govori o dizajnu pre svega se misli na podsticanje potrošnje i komercijalni aspekt proizvoda koji su osmislili dizajneri a proizvele kompanije, što je posledica slike koju dizajn plasira o sebi u medijima. Još od industrijske revolucije, dominantna paradigma dizajna vezana je za tržište, potrošnju i konzumerizam, dok su

---

<sup>390</sup> Fiona Coleya, Oliver Housemana and Rajkumar Royacoley, An introduction to capturing and understanding the cognitive behavior of design engineers, *Journal of Engineering Design*, Vol.18, No. 4, 2007, 311–325.

<sup>391</sup> Pogledati: John S. Gero, and Thomas Mc Neill, An approach to the analysis of design protocols, *Design Studies*, Vol. 19, No. 1, 2004, 21–61, Terry A. Purcell and John S. Gero, Drawings and the design process, *Design Studies*, Vol. 19, 1998, 389–430, Zafer Bilda, and Halime Demirkan, An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media, *Design Studies*, Vol. 24, 2003, 27–50, Gabriela Goldschmidt and Maria Smolkov, Variances in the impact of visual stimuli on design problem solving performance, *Design Studies*, Vol. 27, 2006, 549–569, Fiona Coleya, Oliver Housemana and Rajkumar Royacoley, An introduction to capturing and understanding the cognitive behavior of design engineers, *Journal of Engineering Design*, Vol. 18, No. 4, 2007, 311–325., i tako dalje.

<sup>392</sup> Zafer Bilda, and Halime Demirkan, An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media, *Design Studies*, Vol. 24, 2003, 27–50.

<sup>393</sup> Corinne Kruger and Nigel Cross, Solution driven versus problem driven design: strategies and outcomes, *Design Studies*, Vol. 27, 2006, 527–548.

<sup>394</sup> Na primer pogledati: John S. Gero, and Thomas Mc Neill, An approach to the analysis of design protocols, *Design Studies*, Vol. 19, No. 1, 2004, 21–61, Masaki Suwa, Terry Purcell and John S. Gero, Macroscopic analysis of design processes based on a scheme for coding designers' cognitive actions, *Design Studies*, Vol.19, 1998, 455–483.

alternativne paradigme često bile zanemarene. Najznačajniji korak u promovisanju alternativnog društveno odgovornog dizajnerskog pristupa napravio je Viktor Papanek svojom knjigom *Dizajn za stvarni svijet*.<sup>395</sup> U toj knjizi Papanek je dizajn definisao kao jednu od najproblematičnijih društvenih delatnosti. Ova knjiga, objavljena sredinom sedamdesetih, svakako je izazvala odjek u dizajnerskoj zajednici, privukavši izvestan broj zainteresovanih dizajnera za alternativnu dizajnersku agendu. Od tada počeo je da se stvara poseban pokret, koji je u literaturi definisan kao sveobuhvatni dizajn. Ideja oko koje su počeli da se okupljaju dizajneri može se opisati rečima: *dizajn kao emancipatorsko sredstvo društva*.

Viktor Margolin (Victor Margolin) je jedan od vodećih teoretičara dizajna koji element društvene odgovornosti često analizira i ističe u svojim radovima. On smatra da ipak postoji izvesno interesovanje za ovu temu uprkos popularnosti konzumerističkog dizajna u dizajnerskoj zajednici. Međutim to nije dovoljno da bi se desilo šire prihvatanje alternativnog modela posebno u domenu usluga i industrije. Margolin veruje da se u poređenju sa konzumerističkim dizajnom, alternativnom modelu posvećuje malo prostora. Ovakve stavove Margolin zasniva na literaturi koja je pre svega okrenuta jačanju konzumerističkog pristupa dizajnu, a koja opisuje, podstiče i glorifikuje dizajnerski proces koji se zasniva na marketingu, brendingu, menadžmentu i komunikologiji.<sup>396</sup> U takvoj literaturi dizajn proces se podstiče na udruživanje sa drugim disciplinama, političkim i društvenim činionicima, organizacionim strukturama, a pre svega sa novim tehnologijama.

Poslednjih trideset godina u obrazovanju i praksi, odnosno savremenom dizajnerskom procesu, dominantna je upotreba digitalnih tehnologija, pre svega softverskih programa koji pomažu u dizajniranju. Programi u suštini ubrzavaju proces dizajniranja zgrada, urbanog mobilijara, ulica, upotrebnih predmeta, enterijera, obuće, odeće, zamenjujući ručno crtanje i oblikovanje. Automatizacija i programiranje u računaru mogu se posmatrati i kao kodirano disciplinovano izvođenje akcija dizajniranja što po prirodi ovog medija isključuje svest o društvenoj odgovornosti. Prema tome, ostaje na dizajnerima odgovornost implementacije ovog važnog elementa u sam proces. U praksi dizajneri često postaju *spavači*, odnosno dozvoljavaju da automatizovane digitalne tehnologije potpuno preuzmu proces dizajniranja, dok oni postaju samo

---

<sup>395</sup> Victor Papanek, *Dizajn za stvarni svijet*, Nakladni zapod Marko Marulić, Split, 1973.

<sup>396</sup> Victor Margolin and Sylvia Margolin, A "Social Model" of Design: Issues of Practice and Research, *Design Issues*, Vol. 18, No. 4, 2002, 24–30.



medijatori često fascinirani mogućnostima koje im računarski programi otvaraju. Koncept *tehnološkog mesečarenja (technological somnambulism)*<sup>397</sup> najbolje opisuje pojavu prepuštanja digitalnim tehnologijama, i neprepoznavanja činjenice da se tehnologije nalaze u osnovi savremenog oblikovanja svakodnevnog života. To je čest slučaj sa onima koji to oblikovanje izvode – sa dizajnerima.<sup>398</sup> Tehnološka sredstva u ovom slučaju ne služe svrsi; umesto toga ona uzrokuju subjektivaciju pojedinca i populacije, odnosno izazivaju štetne posledice na pojedince, društvo i prirodno okruženje. Posmatrajući savremene pristupe oblikovanju nameće se zaključak da praksa nije uspela da uspostavi takav dizajnerski proces koji bi uključio spektar metoda i tehnika kojima bi se na daleko odgovorniji i svesniji način pristupilo dizajniranju materijalnog okruženja.

Iako analiziran, dizajn proces i dalje ostaje velika nepoznanica čak i samim dizajnerima. Kao takav, postaje limitiran digitalnim tehnologijama i na mali broj ljudi koji te tehnologije koriste. Dizajn proces je svakako sveden na dizajnere i klijente i gotovo potpuno oslobođen bilo kakvog društvenog nadzora i kontrole. To se često pravda nepoznavanjem prirode procesa, zatim tajnošću profesije, ugovora između dizajnera i klijenta, razvoja biznisa, kao i opšte nezainteresovanosti i nesvesti društva o značaju i uticaju dizajna. Gotovo je nemoguće pronaći mesto donošenja odluka dizajnera ili njihovih klijenata. Za razliku od drugih disciplina, medicine ili prava, ne postoje institucije koje mogu utvrditi da li se dizajnerski proces primenjuje mudro i savesno.

Tehnološke inovacije su napravile tektonske primene u društvu. Neretko se ističe pogrešan način upotrebe novih tehnologija. U dizajnu, o tome je pisao i Gui Bonsiepe kada je analizirao odnos korisnika i interfejsa.<sup>399</sup> Razumevanje dinamičkog odnos između korisnika i digitalnih tehnologija je od velike važnosti kako bi se shvatile promene kulture koje se zbog tog odnosa događaju. Posebno je jedna vrsta digitalnih tehnologija imala ogroman uticaj na razvoj

---

<sup>397</sup> Tehnološko mesečarenje je concept koji je uveo Langdon Viner u eseju *Technology as forms of life*, a kojim se opisuje stanje kada se pojedinci jednostavno nalaze u stanju mesečarenja kada dođu u dodir sa tehnologijama. To je uglavnom posledica nekoliko faktora, na primer posmatranja tehnologija kao alata, zatim separacija onih koji prave i onih koji koriste tehnologije, potom način na koji tehnologija stvara i oblikuje svet, i tako dalje. Langdon Winner, *Technology as Forms of Life*, in David M. Kaplan (ed.), *Readings in the Philosophy of Technology*, Rowman & Littlefield, Oxford, 2004, 103–113.

<sup>398</sup> Edward Woodhouse and Jason W. Patton, *Design by Society: Science and Technology Studies and the Social Shaping of Design*, *Design Issues*, Vol. 20, No. 3, 2004, 1–12.

<sup>399</sup> Gui Bonsiepe, *Dizajn: od materijalnog prema digitalnom i natrag*, (1992), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 453–458.

dizajnerskog procesa, posebno arhitekata, dizajnera enterijera, dizajnera industrijskih proizvoda ili dizajnera obuće. Ta tehnologija je poznata pod nazivom *dizajn potpomognut računarom – computer-aided design and drafting* (CADD) ili kraće CAD. CAD je brzo prihvaćen u dizajnerskoj zajednici i u korenu izmenio kako industriju dizajna tako i sam dizajnerski proces. Prve CAD tehnologije pojavile su se još 1969. godine kada je Ivan Sutherland kreirao Sketchpad na MIT-u. Sketchpad, prvi kompjuterski grafički sistem, je bio koristan alat dizajnerima da svoje ideje prenesu u digitalni format. Ovaj program je najčešće bio korišćen u auto i aeroindustriji. Veliki preokret se desio 1982. godine kada se pojavila danas vodeća kompanija u CAD svetu – Autodesk. Osnovni produkt ove kompanije je AutoCAD, danas jedan od najosnovnijih i najkorisnijih programa u dizajnerskom procesu. Do kraja osamdesetih godina, trodimenzionalni CAD je stigao i do personalnih računara, i polako zauzeo vodeće mesto kako u dizajnu tako i u industriji.<sup>400</sup> Razlog ovakvoj širokoj primeni CAD-a je zapravo njegova dinamika i lakoća rukovanja pri kreiranju kompleksnih dvodimenzionalnih i trodimenzionalnih prikaza zamisli, ideja i koncepata, koji se potom lako i brzo mogu staviti u proizvodnju. CAD korisniku omogućava lagane, precizne i brze promene linija oblika, mere su precizne, razmere odgovaraju stvarnosti i tako dalje. Korisnik lako crta ogledalsku sliku, kreira replike, kopira oblike, umnožava i generalno efikasno stvara. CAD korisniku omogućava kompatibilnost sa drugi programima i mašinama, te sam proces dizajniranja čini manje stresnim, jeftinijim i dostupnijim većem broju ljudi.

Razumljiv je prodor ove tehnologije u dizajnerski svet. CAD je svoj put našao kako do edukativnih institucija tako i do same prakse. Postao je nezamenljivi deo dizajnerskog procesa. Tranzicija sa manuelnih na digitalne tehnologije otvorila je mogućnosti i nove horizonte dizajnerskim oblikovnim idejama, čime je došlo do formiranja potpuno nove generacije dizajnera. Nove generacije razlikuju se od starijih generacija, uglavnom svojih učitelja. Kao posledica upotrebe CAD-a desilo se preskakanje konceptualne faze u dizajnerskom procesu. Drugim rečima, došlo je do ukidanja fundamentalnih koraka u samom procesu. Ovu činjenicu je važno napomenuti jer se upravo u konceptualnoj fazi dizajna uspostavlja usmerenje kompletnog dizajnerskog projekta posebno onog društveno odgovornog elementa. Konceptualna faza je arhetip dizajnerskog procesa. Ukoliko se konceptualna faza preskoči, zanemari, pogrešno postavi, posledice će se

---

<sup>400</sup> José L. Encarnaçao, Rolf Lindner and Ernst G. Schlechtendahl, *Computer Aided Design: Fundamentals and System Architectures*, Springer-Verlag, Berlin, 1990, 50.

odraziti u finalnim rešenjima a kasnije i u samom izvedenom proizvodu. Na izvestan način, preskakanje konceptualne faze smanjuje obazrivost i obzirnost dizajnera na mnoge probleme pa samim tim i odnos prema društvenoj odgovornosti.<sup>401</sup> CAD takođe eliminiše neophodnost dubljeg sagledavanja problema i na izvestan način automatizuje intuiciju, čineći dizajnera bezosećajnim za određene društvene probleme, potrebe i izazove.

Poznato je da najbolji savremeni dizajneri koriste CAD tehnologije prilikom svog dizajnerskog procesa. Među njima se nalaze Frenk O Geri, Rem Kulhas, Daniel Libeskind, ali najsvojstveniji primer dizajnera koji je gotovo sve svoje projekte razvijao u CAD tehnologijama jeste arhitekta Zaha Hadid (Dame Zaha Mohammad Hadid, 1950–2016).<sup>402</sup> Hadid je svakako bila jedna od najvećih, najpoznatijih i najuspešnijih svetskih arhitekata kraja XX i početka XXI veka. Njen uspeh u svetu dizajna, preciznije arhitekturi, kvantitet izvedenih projekata, broja nagrada i priznanja svakako prevazilazi sve granice. Kao tipičan primer globalističkog dizajnera, njen uspeh koincidira, kao i kod njenog mentora Rema Kulhasa, sa opsegom brendinga i samo-promocije. Sliku o sebi je tako formirala da je svoje teorije i ekspertize izvela čak i iz granica arhitekture. Hadid je bila pragmatična, svrsishodna, direktno oslonjena na spektakl i plejadu kompanija i političara koji su je angažovali kako bi dizajnirala gradove, urbane pejzaže, zgrade, kuće, nameštaj, upotrebne predmete, a sve u duhu konzumerističke kulture. Prema tome, Hadid u okviru arhitektonskih i dizajnerskih krugova stoji rame uz rame sa figurama kakve su njeni savremenici Rem Kulhas ili Frenk O Geri, ili preciznije Le Korbizije ili Mis Van De Roe, koji važe za najbolje primere dizajnerskog genija. U širem kontekstu, Zaha Hadid je prepoznata kao izuzetno uticajni i briljantni arhitekta, međutim njeno delovanje, projekti i dizajnerska rešenja se dovode u pitanje i graniče se sa sumnjivim i krajnje opasnim delovanjem.

---

<sup>401</sup> Ertu Unver, Strategies for the Transition to CAD Based 3D Design Education, *Computer-Aided Design & Applications*, 2006, 323–330.

<sup>402</sup> Zaha Hadid (Dame Zaha Mohammad Hadid, 1950–2016), rođena u Bagdadu, završila je studije matematike na Univerzitetu u Bejrutu. 1972. godine u Londonu počinje da studira arhitekturu. 1977. godine postala je član arhitektonskog tima Office of Metropolitan Architecture (OMA) Rema Kulhasa. 1980. započela je svoju privatnu praksu posle čega su se nizali projekti i priznanja. Poznata je kao arhitektica koja je radila po celom svetu, profesionalac koji pomera granice u dizajnu. Eksperimentisala je sa novim prostornim formama pomerajući oblike do krajnjih granica. Radila je različite projekte, od čitavih gradova do nameštaja. Poznata je po radovima kao na primer Vitra Fire Station (1993), Weil am Rhein, Nemačka, Mind Zone at the Millennium Dome (1999) Grinvič, Britanija, Ski Jump (2002) u Insbruku, Rosenthal Center for Contemporary Art (2003) u Sinsinatiju, Ohajo. Pored dizajnerske prakse Hadid je radila i kao gostujući ili stalni profesor na više škola i univerziteta u svetu, kao na primer na Univerzitetu Harvard, Univerzitetu Jejl, Univerzitetu Kolumbija, Univerzitetu Ilinoj u Čikagu, Univerzitetu vizuelnih umetnost u Hamburgu ili Univerzitetu primenjenih umetnosti u Beču.

Brzi uspeh na dizajnerskoj svetskoj sceni je Zahi Hadid omogućio formiranje uspešne arhitektonske kompanije koja i danas upošljava preko 400 radnika, kao i preko 950 projekata izvedenih u 44 zemlje širom sveta.<sup>403</sup> Jedan od prvih projekata koje je Hadid dizajnirala je bila vatrogasna stanica na nemačko-švajcarskoj granici za kompaniju Vitra. Među poslednjim projektima, a pre njene iznenadne smrti, je zgrada kulturnog centra Hajdar Alijev u Bakuu, u Azerbejdžanu. Ovaj centar je kolosalna, neočekivana konkavno-konveksna kreacija koja najbolje ilustruje kreativni univerzum ove „kraljice vijuga“, kako su često u medijima nazivali Zahu Hadid. Rapidna ekspanzija dizajnerske prakse ove autorke ima nekoliko uzroka; na primer njen uspeh se može objasniti velikim arhitektonskim „bumom“ dvehiljaditih godina, odnosno periodom kada se verovalo da spektakularna arhitektura ima regenerativna svojstva kako za gradove gde se izvodi, tako i kompanije i organizacije koji ih izvode, plasiraju i eksploatišu.<sup>404</sup> Hadid, lično ekstravagantna, u arhitekturi predstavlja karakterističan primer dizajnera spektakla. Ona je spremna na saradnju sa svima i, naravno, po visokim cenama. Njeni prvi radovi pre svega se nalaze na evropskom i severno-američkom kontinentu. Krajem prve decenije XXI veka, kada je na zapadu nestalo novca, bogate zemlje Srednjeg Istoka i Azije za Hadid su bile nepresušno mesto inspiracije, autorskog izražaja i profita. Prateći ekonomski razvoj i tokove novca Zaha Hadid je svoju praksu razvila u Kini, Rusiji, Azerbejdžanu i Sudiskoj Arabiji.

Zaha Hadid je pobeđivala na mnogobrojnim konkursima, i osvajala je najveće svetske nagrade. Preminula je kao poznata ličnost, fenomen, osoba koja je dovođenja u vezu sa glumcima, pevačima i političarima. U medijima se ističe određena simpatija prema njenoj ličnosti, s obzirom da je Hadid ipak osoba koja je pokazala hrabrost i probila realne prepreke kao žena i Arapkinja u „belom“, „muškom“ poslu kakav je arhitektura. Tako naširoko hvaljena, Hadid je tokom svoje karijere pretrpela i značajan broj kritika, kao na primer slučaj sa nagradom RIBA koju dodeljuje Kraljevski institut Britanskih arhitekata. Ovu nagradu Hadid je dobila za projekat *Beijing Cultural Heritage Protection Centre*, u čijem kompleksu se nalaze trgovinski centar, poslovni prostor i stambene jedinice. Pismo ove pekinške institucije Kraljevskom institutu sadržalo je kritike

---

<sup>403</sup> Fabiano Continanza, *Zaha Hadid: Graphic Space Vol 1*, CreateSpace Independent Publishing Platform, North Charleston, 2016, 5.

<sup>404</sup> U literaturi ova pojava je poznatija pod nazivom „Bilbao efekat“. Ovaj termin označava pojavu kada se unapređuje ekonomski propala urbana sredina, na način da se od nje formira turistička atrakcija pomoću savremenog dizajna, čime se uzrokuje razvitak celog grada i regiona. Takođe, odnosi se i na delo reklamnog karaktera čija je funkcija podređena obliku, spektaklu, te privlači savremenog, konzumerističkog čoveka. Pojava je dobila ime po efektu koji je izazvao projekat Gugenhajm muzeja u španskom gradu Bilbao, projekat Frenka O Gerija.

upućene nagrađenom projektu. Predstavnici centra za kulturno nasleđe bili iznenađeni jer je nagradu dobio kolosalni prostor od skoro 500.000 metara kvadratnih, mešovitog sadržaja, koji se nalazi u samom centru starog grada. Ovaj projekat je okarakterisan kao primer loše arhitektonske prakse i ruženja pekinškog starog gradskog jezgra.<sup>405</sup> Slične zamerke su iznete i na Hadidin projekat novog hotela u Beogradu, takođe projektovanog u starom gradskom jezgru. Takođe, Hadid je kritikovana za projekat u Bakuu, azerbejdžanskoj prestonici. Ovaj objekat nedvosmisleno predstavlja primer političke arhitekture, osmišljen u cilju uzdizanja i pohvala aktuelnom političkom režimu poznatom po kršenju ljudskih prava, netoleranciji i apsolutizmu. Pored toga, gradnja ovog projekta podstakla je nasilno preseljenje stanovnika koji su živeli na prostoru gde je zgrada zamišljena. Ovakvim i sličnim projektima Zaha Hadid se svrstala u red dizajnera poput Rem Kulhasa i Normana Fostera, arhitekata koji su projektovali arhitektonske spomenike za tiranske i autokratske vladare Kazahstana i Kine.

U velikom broju knjiga u kojima se govori o dizajnerskom pristupu i metodu Zahe Hadid uviđa se izuzetna povezanost sa CAD tehnologijama. Gotovo se može govoriti da je kompletan svoj dizajnerski pristup zasnivala na digitalnim tehnologijama, o čemu svedoči i knjiga njenog prijatelja, teoretičara i kustosa, Arona Betskog *The Complete Zaha Hadid*.<sup>406</sup> Može se spekulirati da je izvesno odsustvo svesti o društvenoj odgovornosti upravo posledica jednog takvog pristupa dizajnerskom procesu. Drugim rečima, fokus njenog dizajniranja svakako nisu bili socijalni elementi kao na primer briga za ljudska prava ili briga za okolinu. Postoji veliki broj primera projekata arhitekture Zahe Hadid koji izazivaju pitanje: da li su njen uspeh, njena veza sa moćnicima, spektakularnost njenog dizajna, i površ svega uslovno površan dizajnerski proces doveli do toga da je Hadid izgubila dodir sa kompleksnošću i realnom problematikom društava na koje dizajn utiče? I da li ovakva dizajnerska praksa zapravo predstavlja opasnost jer spektakularizacijom i kompjuterizacijom zanemaruje realnost gradova u kojima nastaje?

Projekti Zahe Hadid pored toga što su spektakularni, oni su i izuzetno skupi. Čini se da ovaj aspekt projekta nju nije interesovao. Pipo Čiora (Pippo Ciorra), kustos rimskog muzeja savremene umetnosti Maxxi koji je Hadid dizajnirala, primetio je da je ovaj projekat skup ali je

---

<sup>405</sup> *Chinese heritage group "offended" by Zaha Hadid's RIBA Award for Galaxy Soho*, Magazine Dezeen, 3 August 2013, <http://www.dezeen.com/2013/08/03/zaha-hadid-galaxy-soho-riba-award-lubetkin-prize-chinese-heritage>, ac. 11. 05. 2016 at 18.35 PM

<sup>406</sup> Aaron Betsky, *The Complete Zaha Hadid*, Thames & Hudson, London, 2016.

takođe smatrao da je ona pravi izbor za dizajnera muzeja. Godine 1998. Hadid je pobedila na konkursu za zgradu muzeja upravo u momentu kada je Italijom vladao Romano Prodi, premijer koji je podsticao kulturne inovacije. Usled nedostatka finansijskih sredstava zgrada muzeja je otvorena tek 2010. godine i to u jednoj sasvim drugačijoj Italiji. Ova zgrada opisuje uspehe koje je Hadid postizala u na početku karijere: moćna, originalna, svojstvena, osobita, spektakularna, iskazuje mogućnosti arhitekture, na vrhuncu kreativnosti, znalački osvaja trodimenzionalni prostor. Ali još bitnije, materijalizuje vizije i ideje o gradu i urbanom globalističkom svetu. Slični elementi se pronalaze i u projektu Cardiff, parlamentarnoj skupštini Iraka.

Hadid svojim dizajnerskim procesom, angažujući CAD tehnologije, kreira posebne odnose između spoljašnjosti i unutrašnjosti, između zatvorenog i otvorenog prostora, između zgrade i ulice. Kritičari njene arhitekture optuživali su je da stvara ekstravagantno, odnosno dizajn radi dizajna. Ona je odgovarala da se takvim formama stvara nova stvarnost i novi urbani doživljaj. Hadid je tvrdila da u obzir uzima i reflektuje društvene zahteve i potrebe. Međutim, posmatrajući projekte kakvi su CMA CGM kula u Marseju i Roca Showroom u Londonu, takva argumentacija je teško održiva. Oba objekta, nastali i kreirani u softverskim programima u virtuelnom prostoru daleko od realnosti, ističu se svojom pojavnom formalnošću, kao i vijugavim linijama koje imaju malo smisla ili svrhe. Prema tome, može se reći da je ovakav dizajnerski proces evoluirao iz starih metoda američkog stajlinga: forma je tu da proda.

Kada se uzme u obzir njena argumentacija, teško se može govoriti o reflektovanju društvenih zahteva u projektima koje je naručio Ilham Alijev, azerbejdžanski predsednik. Ne može se tvrditi da Kulturni centar Hejdar Alijev, koji je dobio ime po ocu sadašnjeg predsednika i bivšem predsedniku Azerbejdžana, na bilo koji način kao zamisao i ideja uzima u obzir socijalnu odgovornost i potrebe društva. Na dalekoj udaljenosti ova zgrada, sa svojom školjkastom opnom, konkavno-konveksnom formom, bela i organska, deluje impozantno. Tako savršen oblikovan objekat ne izgleda kao da otelotvoruje demokratsku urbanu energiju. Pre deluje kao iskustvo izolovane veličanstvenosti koje se ne razlikuje od utiska koje ostavljaju kolosalne palate ostale u Azerbejdžanu nakon raspada SSSR-a. Tako i zgrade u centru Pekinga ili Beograda, koje su uznemirile zaštitnike kulturnog nasleđa i urbaniste, ne ostavljaju utisak usaglašenosti sa okruženjem – deluju kao svemirski brodovi koji dolaze iz daleke galaksije. Iz toga se može zaključiti da Hadid, zatvorena u svoju kompjutersku laboratoriju, nije vodila računa o kontekstu za koji stvara. Zaha Hadid je zanemarivala prava stanovnika područja na kojima je vršina

gentrifikacija. Svakako nije ova autorka učestvovala u odlukama gde će se i šta graditi, ali jeste bila prećutni saučesnik u sprovođenju tih odluka, a u širem smislu, i u održavanju takvog sistema.

U ovakvom svetlu, dizajnerski projekti Zahe Hadid deluju kao praktično prazne amfore koji mogu da usisaju bilo koju ideologiju. Takve građevine bi možda bile nove i dinamične dvadesetih godina, ali danas u eri hiperglobalnog kapitalizma, one u sebe upravo uvlače globalističke ideje. Dok neki dizajneri apeluju na izmenu dizajnerske prakse i etike, kako bi se podstakao progres i napredak u društvu, izvlačenje iz biopolitičkog sistema, projekti u Baku, Beogradu, Londonu, Pekingu daleko su od toga. Mnogi kritičari se slažu u tome da dizajn Zahe Hadid nije arhitektura budućnosti već produžetak logike dizajna iz dvadesetog veka. Njen stil je produžena ruka kapitalizma, te učestvuje u održanju i glorifikaciji biopolitičkog sistema u kome nastaje. Dok se danas mlade arhitekta i dizajneri interesuju za okolinu i društveni uticaj dizajna na prirodu i društvo, Hadid ove probleme nije stavljala u prvi plan. Čak je popularizacija arhitekture Zahe Hadid podstakla veliki broj mlađih dizajnera da pristupe dizajnu na sličan način koristeći CAD tehnologije, te se u jednom momentu pojavio veliki broj dizajnerskih rešenja u centrima gradova koji izgledaju kao parodija na arhitekturu ove autorke.

Uz pomoć otuđenih dizajnerskih metoda, tehnika i praksi, Hadid je postala specifični zatvorenik sopstvenog brenda, veličine i uspeha. Njen rad danas predstavlja prazni mehur spektakla, koji se polako pomera suprotno od ostatka društva. Ovaj mehur nastao je neobjektivnim izveštavanjem medija i veličanjem njene ličnosti koji ni jednom rečju ne obrađuju kontroverze koje su podstakli njeni projekti širom planete. Mediji su je odavno predstavili kao najveći kreativni talenat. Ipak, ne može se nikako zanemariti njen uspeh i činjenica da je bila ispred svog vremena, da je reagovala na društvene pojave, u svetu koji je postao mesto usko koncentrisane moći i bogatstva, koje se iskazuje preko raskošnih dizajniranih trofeja. Uvek će postojati tenzija između prakse koja svesno ili nesvesno zanemaruje društvene okolnosti, biopolitički sistem moći, izazivajući konflikte između dizajnerskog ega i javne odgovornosti dizajnera, koja zaslepi i učini dizajnere neosetljivima na okruženje i društveni sistem.

#### 4. Dizajn produkt: heterotopija i panopticism Diznilenda

*Diznilend je savršen model svih vrsta isprepletanih simulakruma. To je pre svega jedna igra iluzija i fantazma: tu su gusari, Granica, Budući svet, itd. Taj imaginarni svet je navodno uzrok poslovnog uspeha.*<sup>407</sup>

Žan Bodrijar

Četvrta dimenzija dizajn dispozitiva odnosi se na formalnu, prostornu pojavnost dizajna kao rezultat dizajnerskog procesa i ukupnog delovanja svih dimenzija koje mu prethode. U biopolitičkoj teoriji postoje dva koncepta pomoću kojih je moguće sagledati dizajn dispozitiv: to su heterotopija i panopticism. *Dizajn predmet* kao dimenzija dispozitiva, odnosno rezultat oblikovanja, jeste otelotvoreni, opipljivi, materijalni dispozitiv koji potčinjava pojedinca i populaciju svojim vidljivim i nevidljivim formama. U narednim redovima biće analiziran primer dizajn dispozitiva preko koncepta heterotopije i panopticisma. U prethodnom poglavlju je istaknuto da dizajn predmet kao otelotvorenje dispozitiva utiče kako na pojedince tako i na populaciju. Dizajnirani predmeti u mikro i makro razmeri, kao dispozitivi nastaju mahom kao posledica dizajn procesa konzumerističkog dizajna, te prema tome primer koji će biti analiziran predstavlja egzemplar konzumerističkog dizajna. Primer predstavlja grad u gradu, izolovano zatvoreno/otvoreno ostrvo, sa svim elementima dispozitiva dizajniranog po metodama i tehnikama konzumerističkog dizajna, u kome razum i društvenu odgovornost zamenjuje magija i spektakl. Ovaj primer podjednako opisuje dispozitiv u urbanizmu, arhitekturi, dizajnu enterijera, dizajnu svakodnevnih upotrebnih predmeta, odeće, obuće, kostima, scenografije, grafičkog dizajna i tako dalje, jer ih sve obuhvata. Egzemplar koji opisuje dizajn dispozitiv u svim razmerama, kao posledica svih prethodnih dimenzija i dizajn procesa jeste tematski zabavni park *Diznilend*. Tokom pedesetih godina XX veka, ubrzo nakon otvaranja kapija, Diznilend je postao, i do danas je, najatraktivnija turistička atrakcija u Sjedinjenim Državama. Diznilend je postao i globalni fenomen pošto su se verzije ovog tematskog parka otvorile u Orlando, Tokiju, Parizu, Hong Kongu, i najskorije sredinom 2016. godine u Šangaju. Danas su zabavni parkovi kompanije Dizni

---

<sup>407</sup> Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, 13.



najpopularnije i najposećenije svetske atrakcije sa preko 135 miliona posetilaca godišnje, što ih ukupno čini najposećenijim lokacijama na svetu. U ovom radu analiziraće se samo jedna od naznačenih lokacija, Diznilend u Kaliforniji.

Poznato kao najveće američko igralište, Diznilend u Anahajmu, Kalifornija, u svoje jezgro sabira sa jedne strane osećaj ugodnosti, zabave i nostalgije, a sa druge dizajn i visoke tehnologije. Diznilend predstavlja san o boljoj budućnosti koji se meša sa detinjim fantazijama. Ovaj tematski park predstavlja dizajn boljeg, lepšeg i srećnijeg života, gotovo kao otelotvoreni ideal koji radi savršeno kao satni mehanizam. Diznilend u Anahajmu, kao model po kome su dizajnirani svi drugi parkovi kompanije Dizni, osmišljen je i izgrađen po svim načelima savremenog konzumerističkog dizajna pod uticajem privatne korporativne organizacije. On živopisno ilustruje savremeni društveni poredak u kome su disciplina i kontrola presvučene u dopadljive dizajnirane forme, na isti način kako karoserija automobila sakriva motor. Činjenica je da zabavni park Diznilend gotovo nikad nije shvaćen kao svojevrsno remek-delo dizajnerske discipline, razlog tome je preplet raznih sektora koje dizajn obuhvata, od urbanizma, arhitekture, tehnike, mehanike, informacionih tehnologija, industrijskog dizajna i drugih vidljivih i nevidljivih sistema. Volt Dizni (Walter Elias Disney)<sup>408</sup> poznat je kao dobar menadžer, strateg, zabavljač, umetnik i vizionar. Međutim, kako Josef Čajtri navodi Volt Dizni je isto tako i dizajner. Prema Čajtriju, dokaz njegovih dizajnerskih veština je njegov rad u kome dizajnerski element predstavlja fundamentalni pokretački faktor u stvaranju i formalizovanju nestvarnog magičnog sveta.<sup>409</sup> U prvom Diznilendu moguće je prepoznati dizajn kao takav. Jedna od osnovnih definicija dizajna je mogućnost reprodukcije predmeta, pa prema tome Diznilend u tom smislu zadovoljava ovaj kriterijum činjenicom da je multiplikovan do detalja, po jednom receptu koju je Volt Dizni podstakao. Godine 1952. Volt Dizni je osnovao kompaniju *WED Enterprises* preko koje je plasirao ideje koje su nastajale u studijima, one inicijalne ideje o zabavnom parku koji je nazvao *Diznilandija*. *Diznilandija* je

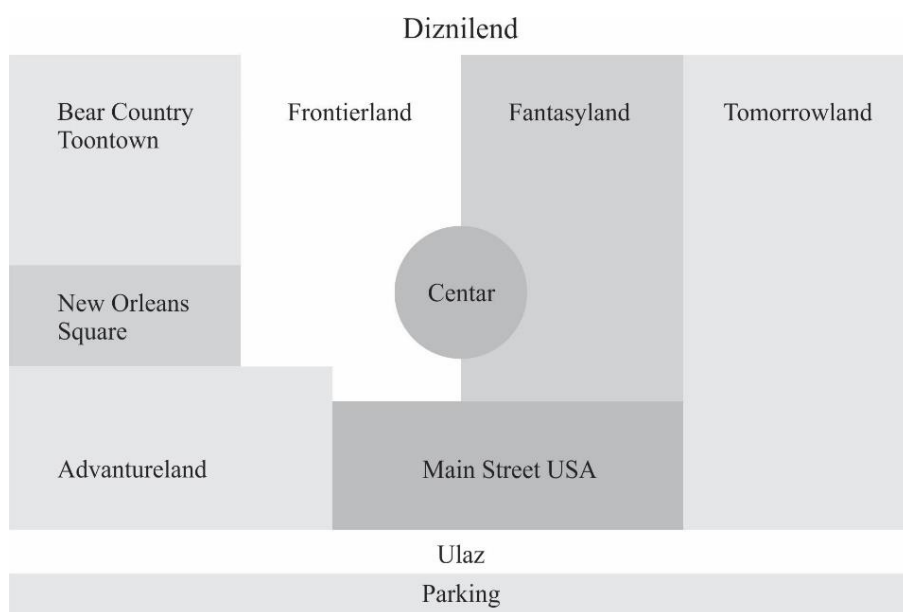
---

<sup>408</sup> Walter Elias Disney (1901–1966), američki filmski producent i dizajner tematskih parkova, studirao je umetnost i fotografiju na McKinley High School u Čikagu. Kraj Prvog svetskog rata dočekao je u Francuskoj kao vozač Crvenog krsta. Po povratku iz francuske osnovao je kompaniju Laugh-O-Grams, koja je ubrzo propala. Posle toga Dizni se seli za Holivud gde osniva novu kompaniju Walt Disney Studios. 1932. godine napravio je prvi crtani film u boji *Flowers and Trees*. 1937. godine Dizni je napravio prvi dugometražni crtani film *Snežana i sedam patuljaka*. U narednih pet godina njegova nova kompanija plasirala je i druge poznate crtane filmove kao što su *Pinokio*, *Fantazija*, *Dambo*, i *Bambi*. Kao uspešan dizajner i vizionar dokazao se kreirajući najveći zabavni park na svetu, Diznilend u Kaliforniji, otvoren 1955. godine. Dizni je osvojio 26 Oskara, i imao čak 59 nominacija, što ga čini najnagrđenijim oskarovcem ikad. Preminuo je od raka pluća 1966. godine.

<sup>409</sup> Josef Chytry, *Disney's Design Imagineering Main Street, A Journal of California*, Vol. 2, No. 1, 2012, 33.

inicijalno osmišljena kao park minijatura, ali je Dizni vrlo brzo proširio ovu ideju na ideju o kolosalnom tematskom parku koji je i konačno izgradio u Anahajmu, gradu nadomak Los Anđelesa. Diznilandija je dobila novo ime – Diznilend. Volt Dizni je dizajnirao ovaj park kao spektakularnu filmsku scenografiju koja je trebalo da podstakne emotivne i arhetipske reakcije kod svih onih koji taj prostor posete. Diznilend, sada novo ime za ovaj kolosalni projekat dizajnera Volta Diznija, nastao je kao konzumeristički proizvod, ispunjenje autorovih želja i kao svojevrsni dizajn dispozitiv.

Otvoren 17. jula 1955. godine, Diznilend je poznat kao *Magic Kingdom*, „najsrećnije mesto na svetu“, ili „D-land“. Dizajniran je kao prostor koji sabira četiri osnovne zone: Frontierland (zona inspirisana temom divljeg zapada), Adventureland (zona posvećena avanturama kao što su Ostrvo s blagom, Indijana Džons ili Pirati sa Kariba), Fantasyland (zona koja okuplja likove iz bajkovitih priča poput Alise, Pinokija, Damba, Snežane, Uspavane lepotice i tako dalje), i konačno Tomorrowland (zona budućnosti i naprednih tehnologija). Pored četiri zone postoje i još tri zasebne oblasti: Main Street USA (Glavna ulica), New Orleans Square (Trg Nju Orleans) i Toontown (zona posvećena crtanim filmovima kompanije Dizni čiji su glavni akteri Miki, Mini, Šilja, Pluton, Paja Patak i drugi). Šematski prikaz Diznilenda izveden je na dijagramu 5. Svaka od zona kreirana je i organizovana prema određenoj temi i po pravilu podrazumeva mašine kao što su ringišpili, autodromi, brukomeli, karuseli, i slično.



*Dijagram 5: Diznilend u Anahajmu, Kalifornija.*

Diznilend je organizovan tako da pre ulaska posetioci ostavljaju svoja vozila na gigantskom parkingu koji okružuje ovo izolovano magično kraljevstvo. Posetioci postaju pešaci koji kompletan doživljaj Diznilenda proživljavaju pešice. Kada se ova činjenica uzima u obzir treba shvatiti kontekst američkog načina života koji je gotovo potpuno orjentisan prema motornim vozilima. Prema tome, na samom ulazu u Diznilend posetilac postaje izdvojen od kontekstualne realnosti Anhajma. Kada jednom prođe kroz ulaznu kapiju i prošeta kroz ulicu Main Street USA, pred posetiocem se nalazi čaroban svet sreće, zadovoljstva, zabave i nostalgije. Na kraju glavne ulice, već sa ulaza nazire se srce Diznilenda, magični zamak čija se arhitektura može pronaći u elementima dizajna sličnih utvrda crtanih filmova kao što su Snežana i sedam patuljaka ili Uspavana lepotica. Ispred zamaka podignut je spomenik glavnim protagonistima kompanije Dizni Voltu Dizniju i Miki Mausu.<sup>410</sup>

Godtiner navodi da Diznilend karakteriše vanredna anarhija arhitektonskih stilova.<sup>411</sup> Kako je ranije pomenuto, svaka od zona ovog zabavnog parka ima specifičnu tematiku. Na primer, Adventureland je tako dizajniran da budi nostalgiju za egzotičnim lokalitetima iz filmova Dizni studija. U ovoj zoni nalaze se atrakcije poput popularne vožnje „Jungle Safari“ locirane u ambijentu afričkog predela koji je nastanjen mehaničkim stvorenjima, automatima koji simuliraju tamnopute domoroce. Frontierland obuhvata arhetipske romanizovane priče o američkoj kvazi istoriji, priče o Tomu Sojeru i Haklberi Finu. U ovoj zoni izgrađeno je ostrvo Tom Sojer koje je okruženo veštačkim slivom Misisipija. Svaki pedalj ovog prostora nostalgično asocira na priče o divljem zapadu, nastajanju američkog sna i citiranju redova iz knjiga Marka Tvena. Fantasyland predstavlja esencijalni sastojak magije Diznilenda, jer sve njegove reference upućuju na magični svet bajki. Tomorrowland oslikava svet budućnosti, nauke i tehnologije. U ovoj zoni nudi se vožnja atomskom podmornicom, put u svemir rolerkosterom i vožnje automobilima budućnosti. Iznad svega kao spomenik budućnosti posebno mesto u ovoj zoni zauzima i prva monorej staza, pruga jednošinskog voza. Kompaktnija oblast New Orleans Square je zona kafića i restorana. U ulici Main Street USA posetioci prolaze pored obilja malih trgovina i objekata u kojima je smešten lični Volt Diznijev apartman, iz koga je ovaj vizionar posmatrao prolaznike. I konačno, Toontown

---

<sup>410</sup> Chris Strodder, *The Disneyland Encyclopedia: The Unofficial, Unauthorized, and Unprecedented History of Every Land, Attraction, Restaurant, Shop, and Event in the Original Magic Kingdom*, Santa Monica Press, Los Angeles, 2008.

<sup>411</sup> Mark Gottdiener. Disneyland: A Utopian Urban Space, *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 11, No. 2, 1982, 140.

predstavlja oživljavanje likova iz Diznijevih crtanih filmova, a osećaj koji se stiče nije onaj koji će crtanog junaka uvesti u stvarnost već posetioca uvući u crtani film, gotovo kao u filmu Roger Rabbit. Ukupno gledano, zone Fantasyland i Tomorrowland se zasnivaju na kombinaciji bajke i novih tehnologija, dok druge dve zone, Frontierland i Adventureland, poentiraju na Diznijevoj romanizovanoj interpretaciji istorije. Sadašnjost kao takva je u Diznilendu ili nepostojeća ili se manifestuje kroz emotivno iskustvo posetilaca.

Poseta Diznilendu, nije stvarno realno iskustvo kao na primer poseta nekoj urbanoj sredini, gradu jer se radi o pažljivo dizajniranom simuliranom urbanom prostoru koju poseduje i kontroliše korporacija. Diznilend je urbani korporativni prostor koji je lišen svih patologija tako svojstvenih stvarnim izgrađenim sredinama. Ovaj park je i sofisticirani model funkcionisanja sistema masovne kulture koja se ostvaruje posredovanjem slika i novim tehnologijama, kompjuterizovane stvarnosti i visoko-tehnoloških robotizovanih uređaja i mašina. Može se pretpostaviti da bi savremeni gradski planeri makar deo ovih tehnologija inkorporirali u svoje projekte, ali o tome mogu samo da maštaju. Bodrijar ne vidi razliku između Diznilenda i grada koji ga okružuje, jer drži da su građevine u Sjedinjenim Državama same po sebi čista simulacija:

*Ali masu sveta, bez sumnje, mnogo više privlači društveni makrokosmos, religiozno, minijaturizovano uživanje Amerike, njenih ograničenja i njenih radosti. Parkira se napolju, staje se u red, na ulazu vas potpuno napuštaju. Jedino je fantazmagorija u tom imaginarnom svetu ona nežnost i toplina koje su inherentne masi, kao i dovoljan i preteran broj mehanizama pogodnih da održe efekat mnoštva ... unutra, cela lepeza mehanizama magnetski privlači masu u dirigovane tokove.<sup>412</sup>*

Drugi autori, kao na primer Mark Gotdiner ili Stiven Fjelman, smatraju da je Diznilend utopija.<sup>413</sup> Prema Gotdineru Diznilend je utopijski urbani prostor sastavljen iz nekoliko oblasti, koji u potpunosti odgovara Deborovoj definiciji sistema zasnovanog na konzumerizmu. U ovoj disertaciji se tvrdi da Diznilend nije samo utopija – iznosi se teza da je Diznilend heterotopija. U najmanju ruku Diznilend predstavlja kombinaciju utopije i heterotopije, mada bi se moglo zaključiti da je Diznilend pre svega heterotopija koja funkcioniše po panoptičkim mehanizmima kontrole i nadzora, i kao takav predstavlja egzemplar dizajn dispozitiva. Zašto Diznilend nije

---

<sup>412</sup> Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, 14.

<sup>413</sup> Mark Gottdiener. Disneyland: A Utopian Urban Space, *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 11, No. 2, 139–162.

utopija? Reč utopija potiče od grčke reči οὐ ("ne") i τόπος ("mesto") i označava prostor koga nema, prostor koji ne postoji, mesto koje nije realno, koje je fikcija. Reklo bi se da je prilično zdravorazumski shvatiti Diznilend kao utopiju: radi se o magičnom ali ipak lažnom prostoru. Diznilend promoviše svet radosti, zadovoljstva i sreće kako to samo nalažu najbolje bajke ovog sveta. Sam termin *utopija* prvi je uveo Tomas Mor 1516. godine kao naziv svoje knjige koja opisuje zamišljeno pagansko ostrvo u kome je jedini pijemont poretka *razum*. Ako bi se uporedilo ostrvo kao takvo (zaobljeni-ograničeni prostor) sa tlocrtom Diznilenda, koji svojom izolovanošću i oblikom slični ostrvu, logično je zaključiti da je Diznijeva vizija najbližnja Morovoj utopiji. U oba slučaja postoje sličnosti: dvorovi, planine, reke, šume, populacija, sreća, mir, blagostanje i drugi vidljivi i nevidljivi elementi. Ali ipak, kada je Diznilend u pitanju, radi se o stvarnim, realnim, opipljivim, materijalnim objektima, nastalim od stvarnog graditeljskog materijala, stvarne radnje, stvarni restorani, a priroda, iako deluje divlje – pripitomljena je. Vizuelni magneti poput zamka Uspavane lepotice su stvarni i opipljivi. Prema tome, iako Diznijeva zamisao jeste uistinu utopijska, sam zabavni park Diznilend nije – postoji i stoji u realnom svetu. Diznilend nije utopija, Diznilend je drugo mesto te najbolje ga opisuje Fukoov koncept heterotopije.

Kako je u prethodnom poglavlju naznačeno, koncept heterotopije je uveo Mišel Fuko. Prema njemu heterotopija je mesto koje reprezentuje društvo na izvrnuti način i koje se poziva na idealističke i utopijske aspekte kulture.<sup>414</sup> Na primer, groblje je heterotopija jer grobnice obrazuju poredak grada mrtvih, organizovanog prema socijalnom rangu ili klasama. Na grobljima se stvara utisak da preživeli zapravo još uvek žive i zadržavaju svoj status, simbolično prikazan i utkan u izgled svojih nadgrobnih spomenika. Groblje je simulirana utopija života nakon smrti, ali i prikaz stvarnog sveta gde bogatstvo i moć igraju značajnu ulogu. Drugi premer heterotopije, kako Fuko navodi, jesu parkovi. Parkovi imitiraju Eden na zemlji, utopijski prikaz Rajskih vrtova, izvrnutu viziju prirodne stvarnosti, otelotvorenu viziju utopije. Na taj način oslikavaju uverenja onih koji su ih zamislili, projektovali i doveli u realnost. Iz takvog shvatanja heterotopija može se zaključiti da Diznilend jeste svojevrsni primer heterotopije, dizajnerske zamisli, izvrnute verzije stvarnosti.

Diznilend jeste u tom smislu egzemplar dizajn dispozitiva ali i trijumf konzumerističkog društva. Šta posetilac zapravo dobija kada kupi ulaznicu za Diznilend? On, ili ona, ima šansu da

---

<sup>414</sup> Mišel Fuko, *Druga mesta* (1967), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured.), *Mišel Fuko, 1924–1984–2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 29–36.

uživa u vožnjama koje su koštale milione kako bi se izgradile. Ona, ili on, može da prisustvuje paradama i predstavama, da razgovara sa svojim omiljenim likovima iz crtanih filmova, može da koristi razne vrste prevoza, kao na primer voz koji pravi krug oko parka ili moderni monošinski voz, prvi takve vrste napravljen na svetu upravo u Diznilendu. Posle brilijantne demonstracije konzumerizma posetiocu je zaista teško da ne poveruje u stvarnost kojom je obasut. Gotovo je nemoguće da ne potpadne pod realnost radosti koje mu heterotopija u obliku gigantskog dizajniranog predmeta donosi. Zašto je Miki Maus tako privlačan? Da li je Miki Maus nečim zaslužio takvu pažnju? Ovakvim pitanjima ne postoji valjani odgovor. Može se spekulirati da je jedini razlog ovakvom statusu ovog crtanog lika njegova tržišna vrednost. Drugim rečima Miki Maus donosi toliko sreće, radosti i zadovoljstva jer je plaćen da to uradi, a zahvaljujući zajedničkom donatorstvu roditelja ali i svih ostalih ljudi. Iskustvo sreće i zadovoljstva, koje se proživljava, jedino je moguće zato što je Diznilend zatvoreno i otvoreno mesto, privatno i javno mesto za koje se ulaznica plaća. U tom stilu, u prilog tezi da je Diznilend heterotopija, ide Fukoovo objašnjenje da su heterotopije mesta koja su otvorena i zatvorena u isti mah u cilju očuvanja svog singulariteta.

Diznilend izražava svoj metanarativ putem magije. Stiven Fjelman, jedan od zagovornika teze o Diznilendu kao o utopiji u knjizi *Vinyl Leaves*<sup>415</sup>, objašnjava da magija Diznilenda zapravo predstavlja kognitivno preopterećenje<sup>416</sup> koje se dovodi u vezu sa dekontekstualizacijom.<sup>417</sup> Fjelman smatra da kognitivno preopterećenje posetilaca Diznilenda nastaje konstantnim izlaganjem čula velikom broju stimulansa: muzika, priča, animacije, slatki likovi, lepe zgrade, vožnje, simulacije i tako dalje. Posetioci su zasićeni, preopterećeni te gube svoj kapacitet rasuđivanja ili razmišljanja. Dalje navodi da je Diznilend imanentni nesklad, kakofonija srednjovekovnih zamaka, kolonijalne istorije, tehnologija budućnosti, dinosaurus, filmova, životinja i egzotičnih destinacija. Svaki od ovih elemenata predstavljeni su van konteksta pa prema tome gube elemente originalnog značenja. Dizni je kao dizajner iskoristio magiju kako bi kreirao svet sačinjen od delova različitih konteksta i uklopio ih u jednu verbalnu i formalnu naraciju. Naracija heterotopije Diznilenda je priča o srećnom prijemčivom konzumerizmu koji je poprimio

---

<sup>415</sup> Stephen M. Fjelman, *Vinyl Leaves: Walt Disney World and America*, Westview Press, Oxford, 1992.

<sup>416</sup> Kognitivno opterećenje (teorija kognitivnog opterećenja) se odnosi na stanje limitiranosti ljudskih bića izazvanim velikom količinom informacija, preopterećenje ovog tipa dovodi do negativnih posledica na prosuđivanje, to se posebno odnosi na multimedijalno prezentovanje informacija.

<sup>417</sup> Dekontekstualizacija podrazumeva izolaciju ili izmeštanje iz konteksta. Kao na primer smeštanje nekog pronađenog predmeta sa arheološke lokacije u muzej.

svoju materijalnost uz pomoć dizajna. Dizajnerski procesi, veštine i tehnike, kao i ugrađena ideologija kapitalizma i marketinga zamisao o zabavnom parku kolosalnih razmera su sproveli u realnost. Kao svaka heterotopija, pa ni ova ne postoji samo kroz zamisli kreatora – pored mehanizma stvaranja i održavanja, značajnu ulogu igraju tela koja okupiraju taj prostor, u slučaju Diznilenda posetioci, a u slučaju društva populacija. Od posetilaca se očekuje da suspenduju svoja uverenja i racionalna rasuđivanja, kako bi kao viši interes doživeli potpuno iskustvo zabave. Svaki posetilac zna šta može da očekuje od Diznilenda – to je mesto u kome je sve proračunato kako bi im donelo zadovoljstvo, zabavu i uživanje. Ne postoje slučajnosti, sve je proizvedeno kako bi milioni ljudi doživeli ovaj zabavni park kao opijum.

Svaka heterotopija interpretira i deformiše stvarnost, svaka na svoj način. Diznilend kao ogledalo odražava, interpretira i deformiše stvarnost sveta otkrivajući njegov konzumeristički karakter. U konzumerizmu dizajn igra ključnu ulogu jer stvari čini lepšim i dopadljivijim, čime doprinosi pokretanju i održanju sistema. Dizajn kao dispozitiv osmišljava i reprezentuje stvarnosti te doprinosi kognitivnoj preopterećenosti, što preko sistema, što preko predmeta kojim deluje. Kao i dizajn, kognitivno preopterećenje je u svakodnevnom životu smešteno u kulturi. Diznilend je samo ekstreman primer uzročno-posledičnih veza, jer predstavlja prenaplašeni oblik materijalnog okruženja u svakom smislu. Diznilend je tako dizajniran da dekontekstualizuje stvarnost stvarajući druga mesta. Prema Fukou svet je sačinjen od mnoštva heterotopija. Diznilend vrši dekontekstualizaciju realnosti i prepakivanje elemenata na način koji je prijemčiv posetiocima, lepim, jednostavnim, dopadljivim i živopisnim formama, idealnim za masovnu konzumaciju. Čini se da je Diznilend samo karakterističan odraz stvarnosti globalnog svetskog poretka. U heterotopiji Diznilenda dizajn je stvorio iluzije, sopstvene interpretacije i ideologije, te ih pod maskom bajke posetiocima približio. Dizajnerskim veštinama i tehnikama stavljena je maska na izobličene sisteme kontrole, disciplinu, moć i korporacijsko upravljanje. Drugim rečima, u Diznilendu je subjektivacija došla prekrivena savršeno dizajniranom maskom slatke nostalgije, kao gorak lek pomešan sa šećerom koji mora da se proguta.

Diznilend kao heterotopija objašnjava poredak stvarnosti, ali Diznilend kao panoptički model konkretnije otkriva biopolitički karakter njegovog dizajna. Fuko je koncept heterotopije proširio konceptom panopticisma opisanog u knjizi *Nadzirati i kažnjavati*.<sup>418</sup> Panoptički dijagram

---

<sup>418</sup> Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

opisuje građevinu u kojoj je neprekidno prisutna kontrola na ljudskim telom. Panoptikon je model zatvora koji postavlja tela koja okupiraju taj prostor u stanje konstantnog nadzora. Ovaj mehanizam, ovaj dispozitiv je tako osmišljen da stanje nadzora uvede u samo telo zatvorenika, a kada kontrola i nadzor nastane telo zatvorenika automatski pokreće beskonačno strujanje moći. Fuko je zaključio da panoptički model nije svojstven samo zatvorima. Ovaj mehanizam se zasniva na principima simultanog vidljivog i nevidljivog cirkulisanja moći, društvu kontrole i na distribuciji moći u konzumerizmu. Panopticism omogućava funkcionisanje imanentne i eksterne discipline, održavanje reda i kontrole. Fuko njegovo prisustvo ustanovljava u centralnim sistemima društva: fabrikama, školama, kasarnama, civilnom okruženju. Po panoptičkom modelu ustavljeni su i zabavni parkovi, kao i Diznilend. Jednako važan oblik delovanja moći se pokazuje i u održanju poretka. Dizajn ovaj model podupire stvarajući daleko dopadljivije forme, ali i nevidljive oblike kontrole i discipline. Dizajn uvodi u telo populacije i pojedinca panoptički model, omogućava nadzor i dovodi u red kretanja tela kroz prostor koji ona nastanjuju.

Tehnike disciplinovanja tela koriste se na svim mestima, od privatnih, do javnih prostora, ali i na onim mestima koja su po karakteru privatno-javna. Prostori, kako otvoreni tako i zatvoreni, čija okosnica dizajna jeste bezbednost korisnika, kao na primer trgovinski centri, zabavni parkovi, pozorišta, muzeji i slično, naveliko primenjuju panoptičke modele nadzora. Ovi pedantno dizajnirani prostori u vidu urbanizma, građevina ili predmeta poseduju nervni sistem nadzora koji deluje kao oko i mozak sigurnosnog sistema. U tom smislu, Diznilend kao potpuno privatno vlasništvo u okviru svog prostora primenjuje tehnike discipline na posetiocima. U Diznilendu panoptički model nikada nije otkriven, prikriven je dizajniranim formama i velom zabave, zadovoljstva i rekreacije.

Ranije je pomenuto da Diznilend, kao igralište, u posetiocima budi osećaj udobnosti i izvesne nostalgije. U mešavini fantazije i detinjstva stvara se određena slika koja prikriva daleko složeniji kostur smešten iza ove fasade. Panoptičke tehnike nadzora, pod izgovorom sigurnosti, nastupaju već na samom parkingu pre ulaza u ovaj tematski park. Na parkingu posetioca dočekuju nasmejani ljudi koji ih usmeravaju. U Diznilendu kretanje je strogo kontrolisano, od parkinga pa sve tokom posete parku. Kada posetioci uđu na vlasništvo kompanije Dizni njihovo kretanje je kontrolisano pre svega dizajnom i prostornom organizacijom, ali i zaposlenicima. Kada se prilazi glavnoj kapiji uviđaju se cvetni aranžmani, lepe boje, živopisni prizori, ali i formirani redovi posetilaca kako prolaze kontrolne tačke. Na ovom mestu oni kao i njihove privatne stvari postaju



predmet inspekcije i ispitivanja. Već na ovom mestu može se zaključiti da posetioci pristupaju nadziranom i kontrolisanom okruženju, gotovo identičnom nekom logoru ili zatvoru, te prema tome dobijaju drugačije uloge nego što su ih imali pre ulaska. Kreiranim rasporedom prostora, ogradama, barijerama, grafičkim znakovima, i tako dalje, posetiocima se tokom obilaska parka sugeriše kuda da se kreću, gde i kako da stoje, kako i gde da se hrane, kojim tonom da govore, kako da koriste atrakcije koje im Diznilend nudi, te kako da se pridržavaju određenog standarda ponašanja na koji im ukazuju i zaposleni i dizajn parka. Česta je upotreba sredstava za formiranje redova i kolona koji se koriste kako bi se organizovala i kontrolisala masa. Sredstva za formiranje redova samo su jedan primer primene sistema kontrole i organizovanja posetilaca, koji omogućavaju nesmetano funkcionisanje moći. Postoji izvestan broj proizvoda industrijskog dizajna, kao na primer jednošinski sistem ili klasičan voz koji prevoze posetioce od lokacije do lokacije predstavljajući značajnu komponentu sistema fizičkih ograda. Ova prevozna sredstva koriste se i kao pokretne ograde. Veliki broj atrakcija, kao na primer Small World, nije moguće posetiti sopstvenim koracima, kroz ove atrakcije posetioce prevoze mašine. Posetioci mogu da dožive atrakciju isključivo putem pogleda, dok su ostala čula ostala zanemarena.

Pored fizičkih ograda Diznilend poseduje izuzetno složen i napredan sistem nadzora koji se sprovodi preko sigurnosnih kamera i zaposlenih, koji neprekidno nadzire i prati kretanja i ponašanja posetilaca. Bilo da se nalaze u restoranima, atrakcijama, ulazu, enterijerima, njihovo kretanje je nadzirano pod izgovorom bezbednosti, a zapravo se radi o održavanju discipline. Posledica nadzora u Diznilendu je vrlo slična posledicama koje ostavlja zgrada Panoptikona – strujanje moći i kontrole kroz tela. Iako u izvesnoj meri svesni postojanja nadzora, posetioci ne vide odakle su posmatrani i kontrolisani. Njih vide a oni ne vide. Sistem kontrole ostaje skriven ispod raznih oblika dizajniranih predmeta koji su unapred predvideli postojanje ovog sistema. U Diznilendu su mogućnosti bilo kakve nediscipline i nereda svedene na minimum. Pored fizičkih ograda i sistema nadzora, disciplina se u Diznilendu održava nizom jasnih instrukcija. Za ovaj vid uputstava ponašanja zaduženi su zaposleni, ali pre svega čitav sistem grafičkih komunikacija. Grafičke komunikacije su znalački dizajnirane kako ne bi ostavili utisak na posetioce da se zapravo radi o vrlo striktnom sistemu zahteva – dozvola i zabrana, nagrada i kazni. Prema tome, Diznilend je zabavni park koji je projektovan tako da bi kontrolisao i nadzirao posetioce, a sa druge strane ih zaveo bajkovitim prizorima, stvorio iskustvo nesvesne potčinjenosti u zatvoreno/otvorenom, privatno/javnom prostoru uverljive udobnosti i zadovoljstva. Diznilend ne funkcioniše ništa

drugačije od zatvora, osim što u njemu tela bivaju privučena te ga svojevoljno okupiraju. Takav sistem upućuje na sličnosti sa društvom kontrole kojima se dizajnerskim tehnikama i veštinama telo stavlja na raspolaganje višim sistemima bilo privatne ili javne vlasti dobrovoljno.

Strategije kontrole otelotvorene su kako u fizičkim elementima tako i u sistemskim odnosima. Kontrola i moć prodiru svuda. Na primer fontana, bazen ili priroda služe u isto vreme kao estetski objekti ali i kao oblici koji usmeravaju kretanje, odvlače ili privlače pažnju na određene lokacije. Integracija funkcija je realna i pokrivena lepim izgledom: lepo je dizajnirano, a sigurnost zaštićena. Posledica delovanja dizajn dispozitiva je ta da posetioci na kontrolu pristaju samovoljno, kako je panopticismom i predviđeno da bude. Insistiranje na disciplini i redu u Diznilendu, koji se prezentuju da je u interesu posetilaca, zapravo jeste delovanje održavanja poretka i zahtev za svojevoljnim pristajanjem na prinudu kojom se mogućnost otpora svodi na minimum. Odrasli posetioci, samovoljno i dobrovoljno pristaju da učestvuju u poretku koji uvećava moć konzumerizma i neokapitalizma. U Diznilendu, pristajući na pravila ponašanja i sisteme kontrole, upravljanja i nadzora, posetioci predaju svoju slobodu i telo privatnoj korporaciji Dizni, čak i više, stvaraju dobit upravo ovoj kompaniji. Dokaz uspeha sistema moći najbolje ilustruju beskonačni redovi u kojima posetioci dobrovoljno stoje ne bi li sačekali svoje mesto za uživanje u nekoj od atrakcija. U Diznilendu kontrola je otelotvorena putem dizajna, preventivno, suptilno i nesumnjivo dobrovoljno. Poredak je ustavljen prema interesima kompanije Dizni pre nego prema nekim višim moralnim i etičkim načelima. Svako ko je posetio makar neki od Diznilenda na svetu svestan je ovog paradoksa koje ovaj zabavni park sobom nosi.

Prema tome, Diznilend jeste egzemplar dizajn dispozitiva i živi model mehanizma upravljanja telima o kome je govorio Mišel Fuko – heterotopije i panopticismam. Instrumentalizovano ne-mesto i disciplina kontrole rapidno su postale dominante u društvima kontrole, a razlikuju se od Orvelovske noćne more. Diznilend u ovoj disertaciji nije samo prikaz neokapitalističke napredne ideologije budućnosti, već i svojevrsni dizajnirani predmet, dimenzija dizajn dispozitiva u svom najmaterijalnijem obliku. Diznilend, kao dispozitiv se gradi oko tri elemenra: kontrole, ekonomije i dizajna. Diznilend kao dizajn dispozitiv potčinjava subjekte, posetioce. Preko veština urbanizma i arhitekture stvoreni su prostori kontrole i tokovi kretanja, preko dizajniranih kostima, fontana, upotrebnih predmeta ili unutrašnjih prostora opčinjava posetioce, koji se nalaze u stanju kognitivne preopterećenosti. I na kraju, postavlja se pitanje da li je Diznilend samo model za budući dizajn, projekat budućeg sistema? Ili jesu li se zapravo veštine

upravljanja – među kojima dizajn dispozitiv u svim svojim dimenzijama igraju jednu od ključnih uloga – razvili toliko da oni predstavljaju budućnost u kojoj populacija obitava? U svakom slučaju, zabavni park Diznilend pokazuje viktimizaciju populacije i pojedinaca od strane dizajn dispozitiva koji već skoro osamdeset godina, a možda i više služi moći kako bi održala kontrolu u savremenim društvima.

## V. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Doktorska disertacija pod nazivom *Savremene politike vizuelnog oblikovanja: oslobađanje dispozitiva moći* je koncipirana kao istraživanje vizuelnog oblikovanja, odnosno dizajna, u kontekstu biopolitičke teorije. Ona predstavlja analitičko i kritičko istraživanje; prikaz i razmatranje biopolitičkih teorijskih koncepata u polju biopolitičke teorije. Koncepti u disertaciji predstavljaju teorijsku aparaturu uz pomoć koje je izvedeno tumačenje savremene dizajnerske prakse u kontekstu odnosa dizajna i savremenog društva kontrole, globalizma, neokapitalizma i biopolitičke proizvodnje.

Na početku disertacije postavljene su tri teze: (1) da je dizajn kao disciplina dispozitiv, odnosno biopolitički mehanizam vladanja u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju, odnosno da dizajn u savremenom društvu predstavlja fundamentalni, esencijalni deo i prećutnog saučesnika biopolitičke mašinerije; (2) da je otpor dizajn dispozitivu moguć i to pre svega gestom profanacije koji se može iskoristiti u vidu emancipatorskih sredstava; (3) treća teza govori o tome da je moguće zasnivanje drugačijeg dizajnerskog diskursa, i dizajnerske prakse u obliku kontra-dispozitiva, zarad vraćanja dizajna svakodnevnim korisnicima. Predmet ove doktorske disertacije je bilo istraživanje vizuelnog oblikovanja, odnosno dizajnerske discipline u okviru savremenih interdisciplinarnih teorija umetnosti i dizajna. Tema disertacije se odnosila na istraživanje dometa savremenih politika dizajniranja materijalnog okruženja i upravljanja društvenim životom.

Analiza dizajna u kontekstu biopolitičkih teorija započela je predstavljanjem opšteg okvira teorijske rasprave o politikama vizuelnog oblikovanja i njihovim ideologijama postavljenim u istorijski horizont. U tom smislu, ova teorijska rasprava strukturirana je u tri faze razvoja društva, kulture i industrije. Prva faza, od industrijske revolucije do dvadesetih godina XX veka, period konsolidacije, završno sa pojavom mehaničkih sredstava reprodukcije. Druga faza, do sedamdesetih godina, period formiranja konzumerističkog društva, uspostavljanje slikovitog sveta roba i zasnivanje globalnih korporacija. I treća faza koja traje do danas, faza digitalne revolucije, dot.kapitalizma i nastanka brenda. Zaključak izveden iz ove analize jeste da dizajn od svog nastanka, dakle industrijske revolucije do danas, predstavlja svojevrsno polje ideološkog i

političkog delovanja. Potom je izvedena poststrukturalistička artikulacija biopolitičkog interdisciplinarnog teorijskog diskursa koji je primenjen u tumačenju savremene dizajnerske prakse. Uvođenjem analize, tumačenjem i korišćenjem biopolitičkih teorija i koncepata sprovedeno je raščlanjivanje polaznih hipoteza, funkcije dizajna u biopolitičkom društvu i postavljanje mogućeg odnosa dizajnerske prakse i bio-moći, odnosno ključnih biopolitičkih teorijskih koncepata. Stanje savremenog konzumerističkog dizajna u kontekstu visokoglobalizovanog sveta i biopolitičke teorije predstavljalo je glavno mesto analize, te su preko tih činilaca proverene dve polazne hipoteze, i to prva koja opisuje savremeni dizajn kao dispozitiv i druga koja pretpostavlja da je otpor ovom dispozitivu zapravo moguć i da se izvodi gestom profanacije. Takođe, prva teza je proširena na tvrdnju da dizajn na mikro nivou produkuje subjekt, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. U svim dolazećim oblicima dizajn predstavlja elementarnu formu dispozitiva, koja se ne odnosi samo na prostorne i fizičke dimenzije kontrole, već na sve mere koje doprinose potčinjavanju, upravljanju i izvođenju kontrole samog života. Iz ove analize proizašle su četiri dimenzije dizajn dispozitiva: diskurs, institucija, praksa i predmet. Ove četiri dimenzije predstavljaju aparaturu pomoću koje se izvršilo prepoznavanje dizajn dispozitiv i njegovo delovanje u društvenom kontekstu. Pored toga, dizajn diskurs, institucija, praksa i dizajn predmet opisuju delovanje samog dispozitiva kroz četiri studije slučaja, koje su u isto vreme primeri otuđenih dizajnerskih praksi dizajnerske discipline koja deluje kao deo šireg mehanizma biopolitičkog sistema upravljanja.

Teorije i koncepti biopolitike Mišela Fukoa, kao i savremene biopolitičke teorije Agambena, Deleza, Gatarija, Lazarata, Harta i Negrija, korišćene su kako bi se ukazalo na specifične vrste odnosa u vreme razvoja digitalnih tehnologija i savremenog društvenog konteksta. Preciznije, razmatrani su načini i vrste biopolitičke eksploatacije u društvu kontrole u javnoj i privatnoj sferi, a u polju materijalnog oblikovanja društvene stvarnosti sa svim svojim političkim, ekonomskim i ekološkim implikacijama na tela koja se sistematski slabe. Fokus ovog razmatranja je veza između savremenih dizajnerskih praksi, odnosno njihovog učešća u pokretanju, optimizaciji i održanju kapitala i neokapitalizma, kao i podsticanju i funkcionisanju mehanizama kontrole, nadzora i discipline.

Ključni aspekt ove disertacije predstavlja izvođenje teze o dizajnu kao dispozitivu, odnosno pokušaj da se izvrši „biopolitizacija“ konzumerističke dizajnerske prakse i njenih efekata u savremenom društvu na globalnom nivou. Fokus rada bio je i pokušaj pojašnjenja nekih od

načina preko kojih dizajn deluje kao biopolitički mehanizam. Prikazano je da je on suštinski ugrađen u savremenu kulturu i društvo. U tom smislu, u ovoj disertaciji pretpostavlja se da dizajn dispozitiv deluje na mikro i na makro nivou potčinjavanjem pojedinca i populacije. Dizajn kao dispozitiv prikazan je preko pomenutih dimenzija i to, tri koje pomažu u njegovom održavanju funkcionisanju kao dispozitiva: diskurs, institucija i praksa. I četvrta dimenzija koja dolazi kao derivat prethodne tri: predmet, kao materijalna pojavnost dispozitiva u formi dizajna. Što se prvog stvaralačko-konstitutivnog nivoa tiče dizajn kao disciplina u međuzavisnom odnosu i međudelovanju ovih dimenzija sebe uspostavlja kao dispozitiv da bi na drugom nivou produkovala i otelotvorila dispozitive kojim se izvodi subjektivacija. Drugim rečima, diskurs utiče na instituciju, institucija utiče na praksu, a praksa se opet reflektuje na diskurs i instituciju. Ova mreža odnosa konstituiše disciplinu koja produkuje čitavu materijalnost u okviru koje se izvodi bio-moć. Ovako postavljena stvarnost, razotkriva odnose života i politike u dizajnerskim praksama koje su u disertaciji definisane preko nekoliko vrsta biopolitičkih načina izvođenja i korišćenja biopolitičkih tematika i koncepata.

Teorije i koncepti navedenih teoretičara poststrukturalističkog biopolitičkog opredeljenja upotrebljeni su da bi njima objasnio eksplicitniji odnos politike i dizajna. Prema tome, namera jeste bila da se izvede politizacija delovanja dizajnerske discipline i njenih efekata u savremenim društvenim okolnostima. Kao posledica toga ova disertacija zagovara ideju da treba podržati alternativni dizajnerski diskurs – *sveobuhvatni dizajn* – kao protivtežu aktuelnom konzumerističkom diskursu koji vodi poreklo iz *stajlinga*. Konkretnije, afirmiše se razdvajanje dizajnerske teorije i prakse od biopolitičkih i neokapitalističkih struktura moći koje upravljaju savremenim društvima. Pored toga, podupire se samostalnost, neutralnost i odgovornost dizajna kao relevantne društvene delatnosti. Podstiče se odbijanje kompromisa i dosadašnjih oblika saradnje dizajnerske prakse sa centrima moći i upravljanja, što se pre svega odnosi na odbijanje instrumentalizacije dizajna od strane krupnog kapitala, državnih institucija i društva spektakla. Kao posledica istraživanja postoji uverenje da dizajn može imati *nekonzumeristički* karakter, te da bi mogao biti društveno odgovoran ali i odgovoran prema prirodnom okruženju. U praksi alternativna dizajnerska paradigma danas se ne može pronaći ni u jednom pravcu, osim u postulatima *sveobuhvatnog dizajna* (odnosno njegovim derivatima).

U ovoj disertaciji je dizajn doveden u vezu sa biopolitičkim teorijama i njihovom filozofskom aparaturom kako bi se bolje razumela savremena politika vizuelnog oblikovanja,

odnosno savremena politika dizajna koji preko svih svojih disciplina (od arhitekture i automobila do odeće i upotrebnih predmeta) prožima u širem smislu populaciju, a u užem smislu i samog pojedinca. Izvođenje ove teoretizacije predstavlja jednu od bitnih tački analize savremenog društva, kako u Srbiji tako i u svetu, imajući u vidu da je posebno danas 2016. godine društvo na svetskom nivou suočava sa nestabilnošću, tranzicijom, globalizmom, imperijom, krahom neokapitalizma, migracijama, nasiljem i terorizmom. Ovom disertacijom je pokušano da se pojasni do sada neshvaćeni dizajnerske prakse i biopolitike kojim se uspostavlja i održava stanje u kome se svet nalazi. Njome se ističe da dizajn ispunjava materijalnost društva do svoje srži, isto onoliko koliko to čine konzumeristički proizvodi. Dizajn ne predstavlja odraz društva u kome nastaje već upravo suprotno, društvo predstavlja dizajnerski okvir preko koga se konstituiše – dizajnerska praksa je imanentna pojedincu i društvenosti uopšte. Drugim rečima, dizajn u kontekstu politike ne zasniva korelaciju društvene i ekonomske proizvodnje, već je po sredi formiranje društva od strane dizajnerske prakse a prema merilima struktura moći, kontrole i upravljanja.

Na kraju zaključne rasprave o istraživanju savremenih politika vizuelnog oblikovanja, odnosno biopolitičke dizajnerske prakse i funkcijama dizajn dispozitiva u savremenom digitalnom društvu, biće iznete ključne spoznaje koje proizilaze iz ovog doktorskog rada.

Prvo, šta danas dizajn predstavlja i na koji način je povezan sa biopolitičkim strukturama i sistemima moći u savremenom društvu. Dizajn je stvaralačka delatnost koja se bavi oblikovanjem materijalnog okruženja. Dizajn nastaje i razvija se paralelno sa kapitalizmom kao jedan od načina održanja poretka i podsticanja biopolitičkog sistema. Prva faza razvoja dizajna ograničena je na period od pojave industrijske revolucije do dvadesetih godina XX veka, i taj period je definisan kao period konsolidacije, završno sa pojavom mehaničkih sredstava reprodukcije i rađanjem društva spektakla. Druga faza razvoja definisana je od dvadesetih do sedamdesetih godina XX veka, i to je period formiranje konzumerističkog društva, uspostavljanja slikovitog sveta roba i zasnivanje globalnih korporacija. I na kraju, treća faza razvoja, određena je periodom od sedamdesetih godina do današnjih dana, odnosno faza nastanka i razvoja digitalne revolucije, dot.kapitalizma i rađanje brenda. Preko primera pokazano je da se konzumeristički dizajn razvijao paralelno sa društvenim pojavama. Nameće se pitanje koja je zapravo uloga dizajna bila u razvoju društva i da li se dizajn razvijao pod uticajem društvenih promena ili je to bila jedna od disciplina koja je te promene stvarala. Zaključak je da dizajn od svog nastanka a posebno u eri globalizma predstavlja fundamentalni, esencijalni deo, element, produženu ruku biopolitičke mašinerije.

Pored toga, dizajn je široko ugrađen u mehanizam vladanja društvenim prostorom, životom uopšte u urbanom prostoru i nad telima koja taj prostor okupiraju. Njegova uloga je da na mikro nivou produkuje subjektivnost, a na makro nivou uspostavlja fizičke i virtuelne ograde upravljanja, kontrole i kretanja populacije. Drugim rečima, dizajn u svim svojim formama, oblicima i delovanju predstavlja ultimativnu i elementarnu formu dispozitiva koji doprinosi izvođenju kontrole života pojedinca i populacije.

Drugo, koje su funkcije dizajna u odnosu na postojeće biopolitičko stanje. Savremena dizajnerska disciplina u obliku dispozitiva služi kao pomoćno sredstvo održanja masovnog konzumerističkog društva, te pokretanja potrošačke mašinerije i podsticanja želja, što u krajnjoj tački znači da se dizajn dispozitiv koristi u svim svojim oblicima, na mikro nivou, kao način kontrole i disciplinovanje tela, izvodi potčinjavanjem (odnosno bioplitičkim konceptom subjektivacije). Dizajnom, preciznije konzumerističkim dizajnom, dolazi do proizvodnje subjekata. Subjekt je mesto preseka različitih sila, on je istorijski konstruisan raspored odnosa snaga, i medijum održavanja vlasti. Subjektivacija predstavlja izvođenje strategija moći. Izvođenjem moći kao tehnike vladanja deluje se na svakodnevni život kategorizujući pojedinca, obeležavajući njegov identitet. Subjekt je potčinjen nečijoj kontroli i zavisi od njega, i vezan je za sopstveni identitet samosvešću ili samospoznajom. Oba značenja sugerišu formu moći koja potčinjava i stvara subjekt. Dizajn dispozitivom se dakle formira želja i podstiče samospoznaja. Instrumentalizuju se ponašanja, kretanja i uopšte postojanje pojedinaca i populacija. Učvršćuje se postojeći biopolitički sistem i omogućava se nesmetano funkcionisanje moći. Regulišu se fizički mehanizmi upravljanja, širi se ideja o moći. Prikrivaju se mesta institucionalnog i vaninstitucionalnog polja moći, odnosno sprečava se mogući proces depolitizacije dizajna. Preuzima se briga za druge i oduzimaju se prava na slobodno odlučivanje i kreaciju. Kreira se diskurs u koji ne može ući svako, i zbog samog karaktera ove discipline vrši se mistifikacija njenog delovanja.

Treće, šta je funkcija dizajnera-autora u biopolitičkom društvu. Uloga dizajnera-autora konzumerističkog dizajna jeste da bude ikona savremenog dizajna, preko koje se stvara diskurzivna mreža kojom se insistira na jeziku, ponašanju, etici, ideologiji i savremenom trendu. Autor kao takav jeste ideološki proizvod, ideološka figura kojom se obeležava simbol određenog diskursa. Uloga dizajnera jeste da odredi aktuelne teme (trendove) i uspostavi kvalitet, odnosno uspostavi razliku dobrog i lošeg. U društvu spektakla i kontrole, funkcija dizajnera-autora je jasnija



utoliko što preko spektakla on postavlja ideološki pravac u kome se otkrivaju određene struje diskursa i status samog diskursa. Dizajner-autor je samo funkcija u biopolitičkom sistemu, osoba koja svojom kolosalnom pojavom predstavlja genija današnjice. On obeležava utiske, označava postojanje ideologije, otkriva strujanja i težnje određenog diskursa. U skladu s tim, diskursu zapadne kulture dat je autor kao funkcija. U kontekstu biopolitike dizajner-autor je u službi subjektivacije kroz koju se određena individua identifikuje sa diskursom moći kao autor koji postavlja određene ideologije i određuje dalje kretanje i opstajanje istog. Dakle, autor ima funkciju dokazivanja istine, kako bi se opisala i održala određena teorija, utisak i svojstvo. Značenje koje se autoru pripisuje su zapravo vrednosti koje se poštuju u određenom diskursu. Dizajn diskurs, veličajući zvezde savremenog dizajna, kako aktuelnim tako i mladim dizajnerima, određuje pravac delovanja i karakter mišljenja u cilju održanja dizajna kao dispozitiva. Konzumerističkom dizajn diskursu su nasušno potrebni autori-ikone, dizajneri-zvezde, jer imaju funkcije osnaživanja dizajna kao dispozitiva, održavanja biopolitičkog sistema i podsticanja spektakla, kako na lokalnom tako i na globalnom planu.

Četvrto, kako je dizajn postao centralna delatnost savremenog urbanog života pojedinca i populacije. Kao predmet, kao objekat ili kao slika, dizajn nije samo atraktivan, već je i efikasan i profitabilan. U disertaciji je naznačeno da dizajn utiče ne na konstrukciju nego i na dekonstrukciju prostora, zgrada, predmeta i slika. Dizajnerska praksa stvara veliki broja elementa materijalne i nematerijalne kulture. On urbane elemente okruženja čini čitljivima, organizuje kretanje, pomaže pojedincu da živi, radi, postoji, donosi red i stabilnost u inače kompleksno, haotično i promenljivo društveno okruženje. Signalizira socijalni status i način života, te projektuje ukuse i širi kulturne promene. Dizajn čini prostor i ukupno urbano okruženje privlačnim, zgrade i predmete izuzetnima, odeću stilizovanom, a predmet čini više nego efikasnim. Dizajn je tako po svom karakteru i od svog nastanka penetrirao u svakodnevni život idejom da ga učini lepšim i funkcionalnijim. Dizajn je apsorbovao građansko tkivo, ljudski potencijal, pretvorio ga u goli život, i danas je gotovo nemoguće prepoznati ono što uzbuđuje, raduje ili ono što je zaista potreba. Zaključak je da upravo u toj tački dizajn skida svoju masku, jer šire posmatrano različiti aspekti dizajna leže upravo u ekonomskoj i simboličkoj vrednosti, u podržavanju i održavanju političke ekonomije savremenog kapitalističkog društva, društva kontrole. Dizajn čini predmete, ambijente i objekte efikasnim, sigurnim, funkcionalnim, atraktivnijim i poželjnim. Dizajn jeste jedna od središnjih aktivnosti savremenog društva, jer je postao ključna dimenzija razmene vrednosti stvari i ključni uslov

njihove atraktivnosti na tržištu. Dizajn zapravo osmišljava formu ideja, ideologija, usmerava kretanje, ali i ukupno postojanje. On signalizira vrednosti, te kao takav jeste moćan element dinamike političke ekonomije države, društva, nacije, naroda, građana.

Peto, koje su mogućnosti preko kojih bi biopolitička dizajnerska praksa bila emancipovana u kontekstu afirmativne politike. Ono što dizajn može pronaći kao svoj pozitivni potencijal je profanacija koja joj mu je svojstvena. Da bi alternativni oblik dizajna, odnosno sveobuhvatni dizajn, bio šire prihvaćen potrebno je da se dizajnerska disciplina okrene onome što su Fuko, Agamben, Batler, Lazarata i drugi teoretičari naznačili kao otpor i pobunu. Moć je krhka i dualna – tamo gde ima moći ima i otpora. Otpor dolazi u mnogostrukim oblicima i sa raznih strana, baš kao i sama moć. Agamben je ukazao na taktički okvir oslobađanja od dispozitiva moći. On je postavio profanaciju kao način naturalizacije biomoći koja dolazi od dispozitiva. Profanacija kao gest može otključati, otvoriti, deaktivirati, izmestiti potencijalnosti temporalnosti, i postaviti jednu novu viziju stvarnosti. Ukoliko bi se ideja profanacije primenila u polju dizajnerske prakse i dizajnerskog diskursa uopšte, to bi značilo da bi se praksa vratila sebi i svakodnevnim korisnicima, jer bi se izmestila iz polja moći i politike. Dakle, moguće je zasnivanje drugačijeg alternativnog dizajna, te dizajnerske prakse i kontra-dispozitiva zarad vraćanja svakodnevnim korisnicima onoga što im je oduzeto neoliberalnim režimima vlasti.

U sveobuhvatnom dizajnu kao pravcu se može prepoznati niz otpora, malih dizajnerskih gestova i praksi, koji dolaze sa svih strana koji prkose visokom korporativnom svetu, drušvu kontrole i moći. Angažovanjem sveobuhvatnog dizajna vrši se subverzija biopolitičkog sistema moći. Dizajneri treba da budu daleko svesniji svojih mogućnosti i svoje prave uloge u društvima koje nastanjuju. Dizajn može igrati iznad svega ključnu ulogu u izvođenju otpora pre svega delovanjem sveobuhvatnog dizajna i dizajn procesa u koji je duboko ugrađena svest o društvenoj odgovornosti, prema izgrađenom i prirodnom okruženju. Prema tome, u dizajnu leži odgovornost/mogućnost odgovora savremenom biopolitičkom sistemu i nestabilnosti u kojoj se svet trenutno nalazi. U kontekstu profanacije, igre, kreacije dizajn može biti emancipatorska veština, veština otpora. Sveobuhvatnom dizajnu igra i kreativnost jesu centralni pojmovi kojim se izvodi profanacija. Oblikovanje kao gest profanacije dobija status instrumenta koji može identifikovati rascepe i pukotine u biopolitičkom sistemu, posebno u doba krize. Osloboditi se dispozitiva biomoći znači osloboditi se potčinjenosti, podići virtuelne i otvoriti realne ograde.

Sveobuhvatni dizajn ima kapacitete da subverzijom originalnog značenja izvede preinačavanje savremenih politika vizuelnog oblikovanja.

Na kraju zaključne rasprave predloženi su koncepti oslobađanja. Predlog se tiče mogućnosti konsolidacije sveobuhvatnog dizajna i daljih naučnih istraživanja na teme koje su se pojavile tokom izrade disertacije, a koje zbog prostornog i vremenskog ograničenja nisu bile šire obrađene. Ono što dizajn može da iskoristi kao svoj potencijal je svest pripadnika prakse o društvenoj odgovornosti i održivom svetu. Dizajn, kako se videlo u disertaciji zaista ima potencijal da profanacijom, bližom i iskrenijom saradnjom dizajnera stane na stranu onih koji pružaju otpor zloupotrebi tehnologija koje se stavljene u službu nadzora, kontrole i eksploatacije. Dizajn može da afirmiše načela sveobuhvatnog dizajna, minimizuje značaj profita i stvaranja želja, i bogaćenje manjine na račun većine, svih onih pojedinaca koje Agamben naziva „homo sacer“. Zato dizajn mora da bude avangarda, disciplina stvaranja ideja a ne želja, mogućih puteva i da potpuno i javno prigrlji svoj politički karakter, te da se javno zalaže za oslobađanje od korumpiranih elita i biopolitičkih centara moći. Tokom rada na ovoj disertaciji otvorila su se pitanja na koja nisu dati odgovori, kao i izvesne nedorečenosti i nejasnoće prikazanog teorijskog koncepta. Međutim, upravo te nedorečenosti ukazuju na buduće korake koje treba preduzeti kako bi se jasnije i temeljnije razumele politike savremenog oblikovanja. Ipak je intencija ove disertacije bila da se ukaže na probleme koji će služiti i drugim istraživačima kao referenca, početna misaona inspiracija za razmatranje karaktera odnosa koji se javlja na osi dizajna i politike.

## VI. BIBLIOGRAFIJA

Agamben, Giorgio, *Homo sacer, Suvremena moć i goli život*, Arkzin, Zagreb, 2006.

Agamben, Giorgio, *Profanations*, Zone Books, New York, 2007.

Agamben, Giorgio, *What is an Apparatus? And Other Essays*, Stanford University Press, Stanford, 2009.

Agamben, Giorgio, *The Kingdom and The Glory: For a Theological Genealogy of Economy and Government (Homo Sacer II, 2)*, Stanford University Press, Stanford, 2011.

Adorno, Teodor i Maks Horkhajmer, Kulturna industrija, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 66–99.

Akin, Ömer and Chengtah Lin, Design protocol data and novel design decisions, *Design Studies*, No.16, 1995, 211–236.

Alinovi, Francesca, Povratak dekoraciji u umetnosti, arhitekturi i dizajnu, (1984), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 221–229.

Altiser, Luj, *Ideologija i državni ideološki aparat*, Karpos, Beograd, 2009.

Antonelli, Paola and Jamer Hunt, *Design and Violence*, The Museum of Modern Art, New York, 2015.

Argan, Đulio Karlo, *Projekat i sudbina: Oglеди o modernoj i postmodernoj umetnosti i arhitekturi, industrijskom dizajnu, istoriji umetnosti i umetničkoj kritici*, Jerko Denegri (ured.), Orion Art, Beograd, 2011.

Ballantyne, Andrew, *Deleuze and Guattari for Architects*, Routledge, London and New York, 2007.

Barthes, Roland, Smrt autora, u Miroslav Beker (ured.), *Suvremene književne teorije*, Sveučilišna naklada Liber, Zagreb, 1986, 176–180.

Barthes, Roland, *Mitologije*, Naklada Pelago, Zagreb, 2009.

Batler, Džudit, Potčinjavanje, otpor i promena značenja: Između Frojda i Fukoa, *Časopis za književnost i kulturu, i društvena pitanja Reč*, br. 56.2, 1999, 163–175.

Baudrillard, Jean, *Sumrak znakova*, (1975), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 167–183.

Baudrillard, Jean, *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage, London, 1998.

Baudrillard, Jean, Moda ili čarolija koda, u Mirna Citan-Černelić et al. (ured.), *Moda: Povijest, sociologija i teorija mode*, Školska knjiga, Zagreb, 2002, 191.

Betsky, Aaron, *The Complete Zaha Hadid*, Thames & Hudson, London, 2016.

Bilda, Zafer and Halime Demirkan, An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media, *Design Studies*, No. 24, 2003, 27–50.

Bodrijar, Žan, *Simulakrum i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991.

Bolz, Norbert, The Function of Design, *Designreport 4/01*, 2001, 104–106.

Bonsiepe, Gui, Dizajn: od materijalnog prema digitalnom i natrag, (1992), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 453–458.

Burdije, Pjer, Klasni ukusi i životni stilovi, (1987), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 155–177.

Calkins, Ernest Eelmo, What Consumer Engineering Really is? (1932), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 129–132.

Casakin, Hernan Pablo, Metaphors in design problem solving: implications for creativity, *International Journal of Design*, 1(2), 2007, 21–33.

Chytry Josef, Disney's Design Imagineering Main Street, *A Journal of California*, Vol. 2, No.1, 2012, 33–44.

Coleya, Fiona, Oliver Housemana and Rajkumar Roy, An introduction to capturing and understanding the cognitive behavior of design engineers, *Journal of Engineering Design*, Vol.18, No. 4, 2007, 311–325.

Continanza, Fabiano, *Zaha Hadid: Graphic Space Vol 1*, Create Space Independent Publishing Platform, North Charleston, 2016.

Crane, Walter, The Importance of the Applied Arts and their relation to Common Life (1892), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750 – 1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 178–184.

Cross, Nigel, Descriptive models of creative design: application to an example, *Design Studies*, No.18, 1997, 427–455.

Cross, Nigel, Can a machine design?, *Design Issues*, Vol 17, No. 4, 2001, 44–50.

- Cross, Nigel, Designerly ways of knowing, *Design Studies*, Vol 3, No.4, 1982, 221–227.
- Cross, Nigel, Forty years of design research, *Design Studies*, Vol 28, 2007, 1–4.
- De Angelis, Almerico, Metadizajn, (1973), u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 209–214.
- Debord, Guy, *Society of the Spectacle*, translated by Ken Knabb, Bureau of Public Secrets, 2002.
- Deleuze, Gilles, Postscript on the Societies of Control, (1990), in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997, 293–296.
- Deleuze, Gilles, What is dispositif?, in *Michel Foucault Philosopher*, (translated by Timothy J. Armstrong), Routledge, New York, 1992, 159–168.
- Denegri, Ješa, Dizajn i ideologija: Diskusije o potrošačkom društvu, medijima i ekstenziji autonomne umetnosti u produktivnu praksu, *New Media Kuda*, <http://www.kuda.org/en/node/2405>, ac. 20.01.2016 at 08.24 AM
- Dorfles, Đilo, *Uvod u dizajn (jezik i istorija serijske proizvodnje)*, Svetovi, Novi Sad, 1994.
- Dorst, Kees and Nigel Cross, Creativity in the design process: co-evolution of problem – solution, *Design Studies*, No.22, 2001, 425–437.
- Dutton, Tom, Design studio and pedagogy, *Journal of Architectural Education*, Vol. 41, No. 1, 1987, 16–25.
- Dženks, Čarls, *Jezik postmoderne arhitekture*, Biblioteka Zodijak, Beograd, 1985.
- Eko, Umberto, *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd, 1973.
- Eko, Umberto, U retrospektivi italijanskog dizajna, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 157–166.
- Encarnação, José L., Rolf Lindner and Ernst G. Schlechtendahl, *Computer Aided Design: Fundamentals and System Architectures*, Springer-Verlag, Berlin, 1990.
- Fjellman, Stephen M., *Vinyl Leaves: Walt Disney World and America*, Westview Press, Oxford, 1992.
- Florance, Boos and William Boos, The Utopian Communism of William Morris, *History of Political Thought*, Vol. VII, No. 3, 1986, 489–510.
- Flusser, Vilem, *The shape of things: A philosophy of design*, Reaktion Books, London, 1999.

Frampton, Kenneth, The Ideology of Curriculum/The Development of Critical Theory (1974), in Herbert Lindinger (ed.), *Ulm Design, the Morality of Objects*, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1991, 130–171.

Frampton, Kenneth, *The Evolution of 20th Century Architecture: A Synoptic Account*, Springer-VerlagA/Vien and China Architecture & Building Press, Beijing, 2007.

First Things First 2000 a design manifesto, *Adbusters magazine*, 1999, <http://www.emigre.com/EMag.php?issue=51>, ac. 20. 01. 2016 at 11.44. AM

Forty, Adrian, *Objects of Desire, Design and Society 1750–1980.*, Thames and Hudson, London, 1986.

Foster, Hal, *Dizajn i zločin (i druge polemike)*, Biblioteka Ambrozija, Zagreb, 2006.

Foster, Hal, ABCs of Contemporary Design, *October*, 2002, 191–199.

Foucault, Michele, Space, Knowledge and Power, in Neil Leach (ed.), *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London, 1997, 347–357.

Foucault, Michel, The Subject And Power, in James D. Faubion (ed.), *Power: Essential Works of Foucault 1954-1984*, The New Press, New York, 2002, 326–348.

Fuko, Mišel, Šta je autor?, u Zoran Konstantinović (ured.), *Mehanizmi književne komunikacije*, Institut za književnost i umetnost, Beograd, 1983, 32–45.

Fuko, Mišel, *Arheologija znanja*, Plato, Beograd, 1998.

Fuko, Mišel, *Nadzirati i kažnjavati*, Izdavačka knjižnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad, 1997.

Fuko, Mišel, Druga mesta (1967), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured.), *Mišel Fuko, 1924–1984–2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 29–36.

Fuko, Mišel, Poredak govora (1971), u Pavle Milenković i Dušan Marinković (ured.), *Mišel Fuko, 1924-1984-2004, Hrestomatija*, Vojvođanska sociološka asocijacija, Novi Sad, 2005, 37–58.

Fuko, Mišel, *Poredak diskursa (Pristupno predavanje na Kolež de Fransu, održano 2. decembra 1970. godine)*, Karpos, Loznica, 2007.

Fuko, Mišel, *Volja za znanjem; Istorija seksualnosti I*, Karpos, Loznica, 2006.

Gaughan, Martin, The Cultural Politics of the German Modernist Interior, in Paul Greenhalgh (ed.), *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990, 83–100.

- Gartman, David, Harley Earl and the Arts and Colors Section: The Birth of Styling at the General Motors (1994), in Denis P. Doordan (ed.), *Design History: An Anthology, A Design Issues Reader*, MIT Press, Cambridge Massachusetts, 1995, 122–144.
- Gero, John S. and Thomas Mc Neill, An approach to the analysis of design protocols, *Design Studies*, No.19, 2006, 21-61.
- Goldschmidt, Gabriela and Maria Smolkov, Variances in the impact of visual stimuli on design problem solving performance, *Design Studies*, Vol.27, 2006, 549–569.
- Gorosek, Christopher S., *Images of America: Portland's Pearl District*, Arcadia Publishing, Charleston, South Carolina, 2012.
- Gottdiener, Mark, Disneyland: A Utopian Urban Space, *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 11, No. 2, 1982, 139–162.
- Greenhalgh, Paul, *Modernism in Design*, Reaktion Books, London, 1990.
- Gropius, Walter, Program of the Staatliche Bauhaus in Weimar (1919), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 97–101.
- Gropius, Walter, *Sinteza u arhitekturi*, Tehnička knjiga, Zagreb, 1961.
- Hardt, Michael i Antonio Negri, *Imperij*, Multimedijalni institut Arkzin, Zagreb, 2003.
- Hardt, Michael i Antonio Negri, *Mnoštvo: Rat i demokracija u doba Imperija*, Multimedijalni institute, Zagreb, 2009.
- Henninger, Max and Giuseppina Mecchia, Introduction, *SubStance*, Issue 112, Volume 36, Number 1, 2007, 3–7.
- Heskett, John, Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna, (2002), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 527–537.
- Hol, Stjuart, Beleške o dekonstruisanju „Popularnog“, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 317–328.
- Howart, David h, *Poststructuralism and After: Structure, Subjectivity and Power*, Palgrave Macmillan, London, 2013.
- Jackson, Phillip, *Life in Classrooms*, Holt, Rinehart, and Winston, New York, 1968.
- Julier, Guy, *The Culture of Design*, Sage Publications, London, 2000.



- Julier, Guy, From Visual to Design Culture, *Design Issues*, Vol 22, No. 1, 2006, 64–76.
- Kaufmann, Edgar Jr., What is Modern Design? (1950), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 146–155.
- Kearnes, Matthew, Chaos and Control: Nanotechnology and the Politics of Emergence, *Paragraph*, Vol:29, No. 2, 2006, 57–80.
- Keller, Goroslav, *Dizajn*, Vjesnik - agencija za marketing, odjel publiciteta, Zagreb, 1975.
- King, Alexander and Bertrand Schneider, *The First Global Revolution: A Report by the Council of the Club of Rome*, Pantheon, New York, 1991.
- Klein, Naomi, Novi brendirani svijet, (2000), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 505–519.
- Knox, Paul L., *Cities and Design*, Routledge, London and New York, 2011.
- Knox, Paul L., and Peter J. Taylor, Toward a Geography of the Globalization of Architecture Office Networks, *Journal of Architectural Education*, Vol. 58, No. 3, 2005, 23–32.
- Kruger, Corinne and Nigel Cross, Solution driven versus problem driven design: strategies and outcomes, *Design Studies*, Vol.27, 2006, 527–548.
- Lawson, Brian R., *How designers think*, London, Architectural Press, 2006.
- Lazzarato, Maurizio, *Les révolutions du capitalisme*, Les Empêcheurs de penser en rond, Paris, 2004.
- Lazzarato, Maurizio, Strategies of the Political Entrepreneur, in Max Henninger and Giuseppina Mecchia (edt.), Introduction, *SubStance*, Issue 112, Volume 36, Number 1, 2007, 87–97.
- Lazzarato, Maurizio, Razgovor sa Mauriziom Lazzaratom – treća sesija Javne redakcije, zajedničko izdanje *Le Journal des Laboratoires* i *TkH časopisa za teoriju izvođačkih umetnosti*, br.17,2010,12–16,  
[http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/isrpljujuci\\_nemtaer\\_ijalni\\_rad\\_u\\_i\\_zvedbi.pdf](http://www.leslaboratoires.org/sites/leslaboratoires.org/files/isrpljujuci_nemtaer_ijalni_rad_u_i_zvedbi.pdf), ac. 20. 02. 2016 at 08.54 AM
- Lazzarato, Maurizio, *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*, Semiotext(e), Los Angeles, 2012.
- Leach, Neil, *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, London and New York, 1997.
- Le Corbusier, *Atinska povelja*, Klub mladih arhitekata, Beograd, 1965.

Le Corbusier, *The Decorative Art of Today* (1925), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750 – 1940.*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 213–219.

Le Korbizje, *Razgovori sa studentima arhitektonskih škola*, Karpos, Loznica, 2013.

Lyotard, Jean-Francois, *Postmoderna protumačena djeci: Pisma 1982 – 1985*, August Cesarec i Napred, Zagreb, 1990.

Loewy, Raymond, *The MAYA Stage* (1951), in in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 155–159.

Loos, Adolf, *Ornament and Crime* (1910), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 74–82.

Maldonado, Tomás, *Dizajn i nove industrijske perspektive* (1958), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 235–240.

Maldonado, Tomás, *Prema projektiranju okoline* (1966), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 269–276.

Maldonado, Tomás, *Uticaj Bauhauasa*, u Ješa Denegri (ured.), *Dizajn i kultura: izbor tekstova*, Radionica SIC, Beograd, 1985, 37–54.

Marenko, Betti and Jamie Brassett (ed.), *Deleuze and Design*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2015.

Margolin, Victor, *Design for a Sustainable World*, *Design Issues*, Vol. 14, No. 2, 1998, 83–92.

Margolin, Victor, *The politics of The Artificial: Essays on Design and Design Studies*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002.

Margolin, Victor and Sylvia Margolin, *A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research*, *Design Issues*, Vol. 18, No. 4, 2002, 24–30.

Margolis, Eric (ed.), *The Hidden Curriculum in Higher Education*, Routledge, New York and London, 2001.

McDermott, Catherine, *Design: The Key Concepts*, Routledge, London and New York, 2007.

Mekdonald, Dvajt, *Teorija masovne kulture* (1957), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 51–65.

Mekguigan, Džim, Putevi kulturnog populizma, u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 347–358.

Mena, Filiberto, *Proricanje estetskog društva: Esej o umetničkoj avangardi i modernom arhitektonskom pokretu*, Radionica SIC, Beograd, 1984.

Meštrović, Matko, *Teorija dizajna i problemi okoline*, Naprijed, Zagreb, 1980.

Mitchell, Tom, The Products as Illusion (1989), in John Thackara (ed.), *Design after Modernism: Beyond the Object*, Thames and Hudson, London, 1988, 208–206.

Morris, William, The Arts And Crafts of To-day (1889), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 61–71.

Muthesius, Hermann, Aims of the Werkbund (1912), in in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 82–84.

Muthesius, Hermann and Henry van de Velde, Statements from the Werkbund Conference of 1914 (1914), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 84–87.

Olalkiaga, Seleste, Prolog za Megapolis, (1992), u Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture: Zbornik*, JP Službeni glasnik, Beograd, 2012, 529–538.

Papanek, Victor, *Dizajn za stvarni svijet*, Nakladni zapod Marko Marulić, Split, 1973.

Pedgley, Owain, Capturing and analyzing own design activity, *Design Studies*, No. 28, 2007, 463–483.

Person, Oscar and Dirk Snelders, Brand Styles in Commercial Design, *Design Issues*, Vol 26, No. 1, 2010, 82–94.

Pevsner, Nikolaus, *Pioneers of Modern Design*, Peregrine Books, London, 1986.

Pratt, Andy C., and Paul Jeffcutt, *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*, Routledge, London and New York, 2009.

Program of the Hochschule für Gestaltung Ulm (1958.), in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 169–172.

Purcell, Terry and John Gero, Drawings and the design process, *Design Studies*, No. 19, 1998, 389–430.

Rashid, Karim, *I Want to Change the World*, Universe, New York, 2001.

Rashid, Karim, *Evolution*, Universe, New York, 2004.

Raunig, Gerald, *Umetnost i revolucija: Umetnički aktivizam tokom dugog 20. veka*, Futura publikacije, 2001.

Read, Herbert, *Art and Industry – The Principles of Industrial Design*, Horizon Press, New York, 1961.

Robert Reich, *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*, Knopf, New York, 2007.

Rioux de Maillou, Pedro, The Decorative Arts and the Machine (1895), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940.*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 184–194.

Sarfatti-Larson, Magali, *Behind the Postmodern Facade: Architectural Change in Late Twentieth-Century America*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1995.

Schnaidt, Claude, *Hannes Meyer: Buildings, projects, and writings*, Architecture Book Publishing, New York, 1965.

Scott, Allen J., *Geography and Economy: Three Lectures*, Clarendon Press, Oxford, 2006.

Scott, Allen J., *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford, 2008.

Sklair, Leslie, The Transnational and Capitalist Class and Contemporary Architecture in Globalizing Cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 20, No. 3, 2005, 485–500.

Sotamma, Yrjo, The Kyoto Design Declaration: Building a Sustainable Future, *Design Issues*, Vol 24, No 4, 2009, 51–54.

Starr, Frederick, Le Corbusier and the USSR, New documentation, *Cahiers du monde russe et soviétique*, Vol. 21, 1980, 209–221.

Strodder, Chris, *The Disneyland Encyclopedia: The Unofficial, Unauthorized, and Unprecedented History of Every Land, Attraction, Restaurant, Shop, and Event in the Original Magic Kingdom*, Santa Monica Press, Los Angeles, 2008.

Sturrock, John, *Structuralism: Second edition*, Blackwell Publishing, London, 2003.

Sudjic, Deyan, *Design Cities 1851–2008*, The Design Museum, London, 2008.

Suwa Masaki, Terry Purcell and John S. Gero, Macroscopic analysis of design processes based on a scheme for coding designers' cognitive actions, *Design Studies*, Vol. 19, 1998, 455–483.

Šuvaković, Miško, *Pojmovnik teorije umetnosti*, Orion Art, Beograd, 2011.

Šuvaković, Miško, *Umetnost i politika: Savremena estetika, filozofija, teorija i umetnost u vremenu globalne tranzicije*, Službeni glasnik, Beograd, 2012.

Torrea, Judith, Borderwall as Architecture (Ronald Rael and Virginia San Fratello), Design and Violence, <http://designandviolence.moma.org/borderwall-as-architecture-ronald-rael-and-virginia-san-fratello>, ac. 01.03.2016 at 06.25 PM

Unver, Ertu, Strategies for the Transition to CAD Based 3D Design Education, *Computer-Aided Design & Applications*, 2006, 323–330.

Van Doren, Harold, The Designers' Place in Industry, in Carma Gorman (ed.), *The Industrial Design Reader*, Design Management Institute and Allworth Press, New York, 2003, 142–144.

Vitale, Alex, Scary Beautiful (Leanie van der Vyver), *Design and Violence*, <http://designandviolence.moma.org/scary-beautiful-leanie-van-der-vyver>, ac. 01. 03. 2016 at 09.15 PM

Vukić, Feđa, *Teorija i povijest dizajna: Krićka antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnića knjiga, Zagreb, 2012.

Williams, Jody, Mine Kafon (Massoud Hassani), *Design and Violence*, <http://designandviolence.moma.org/mine-kafon-massoud-hassani>, ac. 01.03.2016 at 07.50 PM  
Winner, Langdon, Technology as Forms of Life, in David M. Kaplan (ed.), *Readings in the Philosophy of Technology*, Rowman & Littlefield, Oxford, 2004, 103–113.

Whiteley, Nigel, Dizajn po mjeri potrošaća (1993), u Feđa Vukić (ured.), *Teorija i povijest dizajna: Krićka antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnića knjiga, Zagreb, 2012, 424–452.

Woodham, Jonathan M., *Twentieth Century Design*, Oxford University Press, Oxford New York, 1997.

Woodhouse, Edward and Jason W. Patton, Design by Society: Science and Technology Studies and the Social Shaping of Design, *Design Issues*, Vol.20, No.3, 2004, 1–12.

Wright, Frank Lloyd, The Arts and Crafts of the Machine (1901), in Isabelle Frank (ed.), *The Theory of Decorative Art: An Anthology of European and American Writings 1750–1940*, Yale University Press, New Haven and London, 2000, 201–213.

Žizek, Slavoj, Coca-cola as „objet petit a“, *The European Design Magazine*, No 191, 2003, 71–74.

Žmegać, Viktor, *Prošlost i budućnost 20. stoljeća*, Matica Hrvatska, Zagreb, 2010.

## Biografski podaci autora

Predrag Maksić je rođen 1984. godine u Beogradu. Godine 1999. završio je osnovnu školu Radoje Domanović i upisao Školu za dizajn, odsek industrijski dizajn. Godine 2003. stekao je zvanje tehničar industrijskog dizajna i dizajna enterijera. Iste godine upisao je Fakultet primenjenih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu, odsek unutrašnja arhitektura. Zvanje diplomiranog arhitekta stekao je 2008. godine sa projektom *Adaptacija i restauracija malog pozorišta Duško Radović*. Po završetku osnovnih akademskih studija upisao je master studije na *Washington State University, Interdisciplinary Design Institute*, u Sjedinjenim Američkim Državama. Godine 2010. odbranio je master tezu pod nazivom *The Effects of Music On Creativity in The Design Process*, čime je stekao zvanje *Master in Arts in Interior Design*. Od 2011. godine radio je na Visokoj školi strukovnih studija – Beogradska politehnika, na predmetu osnove dizajniranja (teorija forme), a u zvanju stručnog saradnika. Godine 2016. izabran je u zvanje predavača na Visokoj školi strukovnih studija – Visoka škola za informacione tehnologije (ITS). Od 2009. godine radi kao autor i odgovorni projektant u dizajnerskom studiju za dizajn i opremanje enterijera *Studio Pilastro*. Radio je na projektima uređenja enterijera u Srbiji, Nemačkoj i Sjedinjenim Američkim Državama. Član je Internacionalnog udruženja dizajnera enterijera (International Interior Design Association - IIDA) od 2009. godine i Udruženja likovnih umetnika primenjenih umetnosti i dizajnera Srbije (ULUPUDS) od 2016. godine. Živi i radi u Beogradu.

Objavljeni radovi u naučnim časopisima:

1. Maksić, P., Memory space: Memorial complex Staro sajmište, *Techno Science: Internatioanal Scientific Journal of Technical Science*, Vol. 1, Issue 1. 2016, p. 66-71, ISSN 2490-2330
2. Maksić, P., Uloga savremenog dizajna u kontekstu profesionalne etike, Časopis “*Kultura*”, br. 148, jesen 2015, str. 259-271. ISSN 0023-5164, UDK 316.7
3. Maksić, P., Stamenović, M. Adaptacija na klimatske promene i dizajn - životno okruženje u vreme klimatskih promena. *Ecologica*, Vol. 22, No 79. 2015. str. 401-404. ISSN 0354-3285

Objavljeni radovi u zbornicima radova sa konferencija:

1. Maksić, P., Stamenović, M., Dizajn za reciklažu - DFR: Oblikovanje reciklabilnosti proizvoda. *Međunarodna naučna konferencija "Ekološka kriza: Tehnogeza i klimatske promene": Knjiga apstrakata.* (ured. Larisa Jovanović). Naučno-stručno društvo za zaštitu životne sredine Srbije "ECOLOGICA". 2016. str. 138. ISBN 978-86-89061-09-3
2. Jovanović, N., Maksić, P., Moderni projekat i exat-51, *Treći naučno-stručni skup, Politehnika 2015: Zbornik radova.* (ured. Šimon Đermati, Marina Stamenović, Predrag Maksić, Dragutin Jovanović, Dragoslav Ugarak). VŠSS Beogradska politehnika, Beograd, 2015, str. 444-448. ISBN 978-86-7498-064-4
3. Maksić, P., Metodi ocenjivanja kreativnosti: model geneplor i tehnika ocenjivanja putem konsenzusa. *Treći naučno-stručni skup, Politehnika 2015: Zbornik radova.* (ured. Šimon Đermati, Marina Stamenović, Predrag Maksić, Dragutin Jovanović, Dragoslav Ugarak). VŠSS Beogradska politehnika, Beograd, 2015, str. 459-465. ISBN 978-86-7498-064-4
4. Maksić, P., Memorijalni kompleks Staro Sajmište, *Četvrta međunarodna znanstvena konferencija GeTID&teh 2015: Zbornik sažetaka.* (ured. Darko Babić). Fakultet za tehničke studije Univerziteta u Travniku, Travnik, 2015. str.32. ISSN 2232-8831
5. Maksić, P., Stamenović, M. Adaptacija na klimatske promene i dizajn: životno okruženje u vreme klimatskih promena. *Međunarodna naučna konferencija "Životna sredina i adaptacija privrede na klimatske promene": Knjiga apstrakata.* (ured. Larisa Jovanović). Naučno-stručno društvo za zaštitu životne sredine Srbije "ECOLOGICA". 2015. str. 121-122. ISBN 978-86-89061-07-9
6. Maksić, P. Radosavljević, D. Brkić, D. Pavićević, V. Putić, S. Stamenović, M. Zeleni dizajn: Značaj primene eko-tehnoloških inovacija u polju dizajnerske prakse. *9. simpozijum "Reciklažne tehnologije i održivi razvoj": Zbornik radova.* (ured. Jovica M. Sokolović i Rodoljub D. Stanojlović). Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet u Boru. 2014. str. 396-402. ISBN 978-86-6305-025-9
7. Maksić, P. Stamenović, M. Brkić, Petrović, J. Ljubić, D. Putić, S. Sustainable design philosophy, principles and practice: Toward a new context for design codes. *XXII International Conference "Ecological truth ECO-IST '14: Proceedings.* (ed. R.V. Pantović and Z.S. Marković). University of Belgrade, Technical Faculty. 2014. p. 565-571. ISBN 978-86-6305-021-1

8. Stamenović, M. Maksić, P. Brkić, D. Primena osnovnih principa dizajna u polju sistema upravljanja otpadom. *Četvrti naučno stručni skup, Tendencije razvoja i inovativni pristup u tekstilnoj industriji Dizajn, Tehnologija, Menadžment: Zbornik radova.* (ured. Goran Savanović). Visoka tekstilna strukovna škola za dizajn, tehnologiju i menadžment u Beogradu. 2014. str. 177-182. ISBN 978-86-87017-30-6
9. Maksić, P. Brkić, D. Stamenović, M. Održivi dizajn: Upravljanje otpadom u polju eko-mode. *Četvrti naučno stručni skup, Tendencije razvoja i inovativni pristup u tekstilnoj industriji Dizajn, Tehnologija, Menadžment: Zbornik radova.* (ured. Goran Savanović). Visoka tekstilna strukovna škola za dizajn, tehnologiju i menadžment u Beogradu. 2014. str. 189-193-182. ISBN 978-86-87017-30-6
10. Maksic, P., Melcher, M. The effects of music on creativity in the design process. *Celebrating Our Foundations, Teaching, Scholarship, Service: Proceedings. Interior Design Educators Council. Proceedings*, 2010. p. 636-643.

Javno izlaganje radova, nagrade, stipendije:

1. Izložba radova novoprimiteljenih članova ULUPUDS-a 2016, Galerija SULUJ, od 7–17. marta 2016. godine
2. 35. Salon arhitekture, kategorija: enterijer, Muzej primenjene umetnosti, Beograd, 27. mart – 30. april 2013.
3. Dobitnik stipendije St. Sava Mission Foundation, Kalifornija (SAD), jun 2008.
4. Ghost Project for Real – galerija Magacin, Belgrade Design Week, jun 2008.
5. Izložba radova sa konkursa Dream Office 07, galerija ŽAD Muzeja primenjene umetnosti, mart 2008.
6. Druga nagrada na konkursu koji je raspisala firma NITEA, kategorija Korpusni sistem za odlaganje kancelarijskog materijala, januar 2008.
7. Scandinavian Design Beyond the Myth, izložba radova radionice Supernature, jun 2007.
8. Ghost Project, Belgrade Design Week, maj 2007.
9. Izložba Studentska dizajn scena, salon Kubo, maj 2007.
10. Thinking with hands – young designers, Muzej primenjenih umetnosti, Beograd, april 2007.
11. SaloneSatellite u okviru Salone del Mobile 2007, Milano (Italija), april 2007.



12. Stipendista Grada Beograda, mart 2007.
13. Sajamska manifestacija Designers' Saturday, Lagental (Švajcarska), novembar 2006.
14. U okviru Beogradskog Design Week-a izlagao u salonu Kubo, april 2006
15. Grupna izložba u prostorijama Studentskog kulturnog centra, jun 2006.
16. Izložba radova majstorske radionice slikarskog ateljea Čarli, oktobar 2003.

Profesionalno iskustvo (značajni projekti):

1. Privatni stambeni prostor: VIG plaza, Gavović, Beograd (120m<sup>2</sup>), mart 2013.
2. Privatni stambeni prostor: stan, Bagaturiiia, Beograd, Srbija, (190m<sup>2</sup>), septembar 2016.
3. Privatni stambeni objekat: kuća, Anžur, Umka, Beograd, Srbija, (160m<sup>2</sup>), februar 2016.
4. Privatni stambeni prostor: Janković, Beograd, Srbija, (70m<sup>2</sup>), januar 2016.
5. Slušaonica – Beogradska otvorena škola BOŠ, Beograd, Srbija (80m<sup>2</sup>), oktobar 2015.
6. Projekat – Destilerija rakije Imperian, Brus, Srbija, (450m<sup>2</sup>), mart 2015.
7. Projekat za rezidencijalni objekat Vukas, Štuttgart, Nemačka, (250m<sup>2</sup>), decembar 2014.
8. Projekat stambeni prostor: Kuljić, Beograd, (100m<sup>2</sup>), decembar 2014.
9. Projekat adaptacije kuhinjskog prostora OŠ „1300 Kaplara“, Beograd (50m<sup>2</sup>), jun 2014.
10. Privatni stambeni prostor: Šarančić, Beograd (120m<sup>2</sup>), septembar 2013.
11. Ugostiteljski objekat: Kafe-klub Jedinstvo: Crnogorska 7, Beograd (80m<sup>2</sup>), april 2013.
12. Privatni stambeni prostor: VIG plaza, Tomašević, Beograd (120m<sup>2</sup>), mart 2013.
13. Privatni stambeni prostor: Vukčević, Beograd (70 m<sup>2</sup>), februar 2013.
14. Privatni stambeni prostor: Todorović, Beograd (130m<sup>2</sup>), jul 2012.
15. Ugostiteljski objekat: Cafe Britt, Zagrebačka 1, Beograd (50m<sup>2</sup>), februar 2012.
16. Privatni stambeni prostor: duplexi Banjska, Beograd (510 m<sup>2</sup>), januar 2011.
17. JP Novinska agencija Tanjug, Obilićev venac 3, prostorije multimedijalne redakcije i konferencijske sale (450 m<sup>2</sup>), septembar 2010.
18. Privatni stambeni prostor: Marković, Beograd (69 m<sup>2</sup>), septembar 2010.
19. Kafe-klub Irish Pub, Trg Zorana Đinđića, Obrenovac (100 m<sup>2</sup>), novembar 2010.
20. Kafe-klub Lime Bar, Trg Zorana Đinđića, Obrenovac, (80 m<sup>2</sup>), septembar 2009.
21. Regionalni poslovni centar u Spokenu (SRBC), (član dizajnerskog tima), decembar 2008.

Razgovori (TV, radio, novine)

1. EKONNEWS, TV N1, prilog, tema: Mali preduzetnici u oblasti dizajna i umetnosti, u 21.00h, 15.10.2015.
2. SEDAM DANA RTS, TV RTS1, prilog, tema: Politika i arhitektura, 12.00h, 07. 06. 2015.
3. EKONNEWS, TV Studio B, prilog, tema: Održivi dizajn, u 20.00h, 15. 10. 2011.

## Изјава о ауторству

Потписани **Предраг Максић**

број индекса **Ф1/12**

**Изјављујем,**

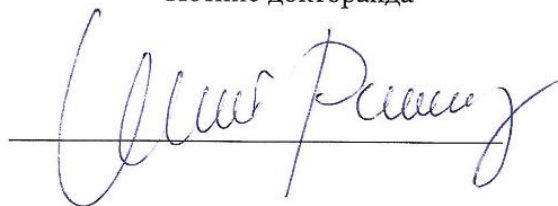
да је докторска дисертација под насловом

**„Савремене политике визуелног обликовања: ослобађање диспозитива моћи“**

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена докторска теза у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

У Београду, 01.11.2016

Потпис докторанда

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Predrag Maxić', written over a horizontal line.

**Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације**

Име и презиме аутора: **Предраг Максић**

Број индекса: **Ф1/12**

Докторски студијски програм: **Теорија уметности и медија**

Наслов докторске дисертације:

**„Савремене политике визуелног обликовања: ослобађање диспозитива моћи“**

Ментор:

**др Мариела Цветић, ванр. проф.**

Коментор:

**др Невена Даковић, ред. проф.**

Потписани (име и презиме аутора) **Предраг Максић**

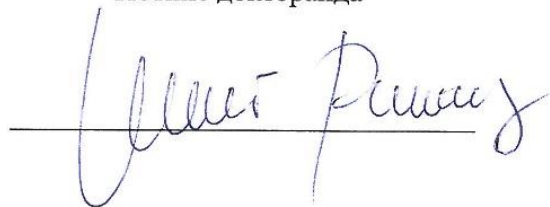
изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

У Београду, 01.11.2016.

Потпис докторанда



## Изјава о коришћењу

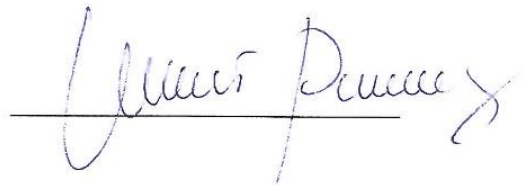
Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности унесе моју докторску дисертацију под називом:

**„Савремене политике визуелног обликовања: ослобађање диспозитива моћи“**  
која је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију предао сам у електронском формату погодном за трајно депоновање.

У Београду, 01.11.2016.

Потпис докторанда

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Milica Perisic'.