



NAD
MIAR

BOOK

EXCESS

Redakcja naukowa
Katarzyna Kasia i Magda Kochanowska

NADMIAR / EXCESS

FAIR BOOK NADMIAR / EXCESS

**Redakcja naukowa / Edited by
Katarzyna Kasia
Magda Kochanowska**

Warszawa 2018

Od redaktorek	9
From the editors	207
Bruce Brown	
Design, rozproszenie i godność	12
Design, distraction, dignity	210
Adélia Borges	
Spojrzenie z Południa na kwestie nadmiaru i braku	23
A view from the South on excess and scarcity	221
Edwin Bendyk	
W cieniu piramidy Maslowa. Zagadka ludzkich potrzeb	29
In the shadow of Maslow's pyramid. The riddle of human needs	227
Bogumiła Jung	
Współczynnik elektryczności	37
Electricity rate	235
Paula Quinon	
Projektowanie inteligentnego społeczeństwa	46
Designing a smart society	244
Katarzyna Kasia	
Nuda w czasach nadmiaru	56
Boredom in a time of excess	253
Jarosław Kozakiewicz	
Architektura krytyczna: strategie projektowe i praktyki artystyczne Jarosława Kozakiewicza wobec skutków nadmiernej industrializacji i przestrzennej urbanizacji	66
Critical architecture: the design strategies and artistic practices of Jarosław Kozakiewicz in the face of excessive industrialization and the effects of spatial urbanization	263

Marcin Wicha	
Składanie nadmiaru	71
Typesetting excess	268
Johnny Friberg, Karl-Johan Ekeröth	
Forma podąża za fikcją	79
Form follows fiction	276
Janusz Noniewicz	
Nadmiar designu a demon perwersji (przeciw naturze, przeciw ekonomii)	86
Design excess and the demon of perversion (against nature, against economics)	283
Józef Mrozek	
Nadmiar jako marzenie	96
Excess as a dream	293
Piotr Mikołajczak	
Rzeczy wtórne, czyli historie z kocyków	106
Secondary things, or the stories from blankets	303
Szymon Hanczar	
13m² – minimalizm potrzeb	113
13m² — minimalism of needs	310
Agata Nowotny	
Mniej więcej. Jak minimalizm zmienia produkcję przemysłową?	118
More or less. How does minimalism change industrial production?	315
Zuzanna Gronowicz, Barbara Motylińska	
Shoetopia – przewartościowanie układu sił w systemach produkcji	129
The Shoetopia project — re-evaluating the power relations in production systems	326

Daniel Zieliński	
Sprzężenie dodatnie	134
Positive feedback	331
Tadeusz Płusa	
Nadmiar leków a zdrowie	141
Excess in medication and health	337
Maciej Konopka	
Nadmiar opakowań, nadmiar w opakowaniach	152
Excess packaging excess in packages	348
Magdalena Kasprzyca	
Nadmiar – jak przekuć stratę w zysk. Rozważania na podstawie własnych doświadczeń projektowych	162
Excess — how to convert loss into profit. Considerations based on the author’s own project experience	358
Maria Szolc	
Nadmiar ubrań	166
The excess of clothes	361
Anna Szlachta	
Nadmiar informacji a umiejętność uczenia się. Projekt zestawu elementów kształtujących kompetencje związane z przyswajaniem wiedzy	169
Information overload and the ability to learn. A design of a set of elements for learning skills development	364
Paweł Starzec	
Tamując powódź. Media i obrazy szczególne w dobie fake newsów i demokratyzacji komunikowania	173
Stopping the flood. The media and special images in the era of fake news and the democratization of communication.	368

James Woudhuysen	
Konsumpcja i „nadmiar”.	188
Sześć mitów, które należy obalić	
Consumption and “excess”:	
six myths to discard	382
Fair Design – koncepcja konferencji	204
Fair Design – the idea of the conferences	397
Zdjęcia / Photos	401

Od redaktorek

Książka, która trafia w Państwa ręce, jest zbiorem artykułów wygłoszonych w ramach II Międzynarodowej Konferencji Teorii i Krytyki Designu FAIR DESIGN 2018. Jej tematem był „Nadmiar”.

Nadmiar to słowo, które przewrotnie opisuje kondycję współczesnego człowieka: jest jedną z konsekwencji globalnego kapitalizmu, który – jak pisał młody Karol Marks – bogatym daje jeszcze większe bogactwo, a biedakom nędzę. We współczesnym świecie mamy do czynienia z narastaniem przerażających nierówności ekonomicznych i społecznych. Marzenie o wspólnotcie i harmonii nie wydaje się możliwe do zrealizowania w sytuacji, gdy (podajemy za raportem organizacji Oxfam) majątek ośmiu najbogatszych przedsiębiorców jest równy majątkowi blisko 3,6 miliarda ludzi. Nierówność rodzi sytuację, w której zgubnemu, bezrefleksyjnemu nadmiarowi towarzyszy nieusuwalny cień: bieda, niedobór, brak.

Z jednej strony, jak zauważa prof. Tomasz Szlendak: „Coraz częściej coraz więcej ludzi odnosi wrażenie, że wszystkiego w kulturze zachodniej robi się za dużo. Wyborów za dużo, tożsamości za dużo, impulsów informacyjnych za dużo, nierówności za dużo, kryzysów za dużo, polityki za dużo, religii za dużo, bezbożności za dużo, pracy za dużo, bezrobocia za dużo, mobilności za dużo, słów za dużo, edukacji za dużo, regulacji za dużo, a i bezhołwia nazbyt wiele. Przedmiotów za dużo i za dużo miejsc, gdzie się te przedmioty przetrzymuje, wystawia i zużywa, (...) za dużo ludzkich ciał i za dużo samotności. Za dużo rozbieżnych komentarzy, zbyt wiele źródeł wiedzy i prawideł mody, a w każdym z tych obszarów mnożą się i mnożą kolejne wybory. (...) W konsekwencji niemożności dokonania wyboru rodzą się zubożenie, przesyt

i nuda, albo agresja, konflikt i uproszczone wizje świata”¹. Z drugiej strony, powinniśmy zdawać sobie sprawę, że ten nadmiar jest problemem dla stosunkowo niewielkiej części ludzkości. Jest przywilejem, który nakłada na nas wielką odpowiedzialność.

Odkąd człowiek opanował Ziemię, skala jego oddziaływania na otoczenie stale się zwiększa. Nieustannie rośnie liczba ludzi (co osiem lat jest nas o miliard więcej). Konsekwencje rosnącej liczby mieszkańców są katastrofalne dla planety, która w możliwej do wyobrażenia przyszłości może przestać nadawać się do zamieszkiwania. Projektanci są widzami, ale i aktorami (a może nawet reżyserami i scenografami) tego przedstawienia. Różne dyscypliny projektowe przenikają do wszystkich zakątków aktywności człowieka – od projektowania przestrzeni publicznej, środków transportu, przez projektowanie aplikacji mobilnych, usług bankowych czy doświadczeń. Nigdy wcześniej projektanci nie mieli przed sobą tak wielkich możliwości i zarazem nie dźwigali tak wielkiej odpowiedzialności.

Co sekundę do sieci trafia kilkadziesiąt gigabajtów nowych danych. Zjawisko nadprodukcji informacji i usług oraz nieograniczonego do nich dostępu sprawia, że stajemy się bezradni wobec ogromu, którego nie jesteśmy w stanie pochłoniąć ani przetworzyć. Problemem jest dokonanie wyboru, skupienie uwagi na czymś, co ma naprawdę znaczenie. Nieustannie konfrontujemy się z nadmiarem przedmiotów, nie słabnie presja nowości – rzeczy o krótkiej dacie przydatności nadal wypierają te długowieczne. W świecie, gdzie wciąż główną przyczyną śmierci jest głód, tony żywności codziennie lądują na śmietnikach. W czasach start-upów i korporacji narasta swego rodzaju histeria przejawiająca się intensyfikacją prac nad innowacyjnymi rozwiązaniami. Cierpimy z powodu nadmiaru idei, religii, książek, lekarstw, a nawet odkryć naukowych.

Projektanci przyjmują różne postawy wobec tyranii nadmiaru: jedni po prostu projektują kolejne rzeczy i usługi, inni starają się przemyśleć koncepcje skłaniające do refleksji i zmiany zachowań. W jaki sposób design radzi sobie z nadmiarem, gdy jest on w dużej mierze skutkiem działań samych projektantów? Metody projektowe w XX wieku były nakierowane przede wszystkim na efektywność, funkcjonalność i jakość estetyczną. Jak jest w XXI wieku?

Wybór tematu konferencji nie był oczywisty. Rada programowa zdecydowała się na niego, ponieważ był wyzwaniem – nie jest nowy, ale wciąż budzi żywe emocje. W ostatnich miesiącach trafialiśmy nieustannie na sygnały, że warto go podjąć.

Trzy lata temu, podczas pierwszej edycji Konferencji FAIR DESIGN, jedną z naszych prelegentek była prof. Mirosława Marody, socjolożka, profesor na Uniwersytecie Warszawskim. W jej książce *Jednostka po nowoczesności* jest fragment, w którym autorka opisuje, jak wybrała

1 Tomasz Szlendak, *Kultura nadmiaru w czasach niedomiaru*, „Kultura Współczesna”, 2013, 1, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013, s. 7–8.

się do centrum handlowego, aby kupić prezent dla swojej znajomej w grudniowym okresie przedświątecznym. Było to doświadczenie tonięcia w masie ludzi, towarów i informacji. Marody podkreśla, że to właśnie te trzy oblicza nadmiaru stanowią podstawę naszych doświadczeń – masa ludzi, produktów i informacji². Wszystkie one są pochodnymi wzrostu ekonomicznego.

Ważnym źródłem inspiracji była także książka Janosa Kornai *Dynamizm, rywalizacja i gospodarka nadmiaru*³. Autor mówi w niej między innymi o gospodarce niedoboru charakterystycznej dla socjalizmu i gospodarce nadmiaru – charakterystycznej dla kapitalizmu. Polska w ostatnich 30 latach przeszła tę drogę szybkim krokiem.

Konferencja, a także książka, którą oddajemy w Państwa ręce pogłębiają te wątki i zapraszają do refleksji.

Magda Kochanowska, Katarzyna Kasia

- 2 **Mirosława Marody, *Jednostka po nowoczesności. Perspektywa socjologiczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2015, s. 82.**
- 3 **Janos Kornai, *Dynamizm, rywalizacja i gospodarka nadmiaru. Dwa eseje o naturze kapitalizmu*, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2014.**

II Międzynarodowa Konferencja Teorii i Krytyki Designu

FAIR DESIGN 2018: NADMIAR

Termin: 18 –19 maja 2018

Miejsce: nowy budynek Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie,
ul. Wybrzeże Kościuszkowskie 37/39

Organizator

Katedra Historii i Teorii Designu, Wydział Wzornictwa,
Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, www.asp.waw.pl

Rada Programowa

prof. Bruce Brown
dr Katarzyna Kasia
dr Magda Kochanowska
dr Józef A. Mrozek
dr Monika Murawska
prof. Michał Stefanowski

Design, rozproszenie i godność

Bruce Brown

Tytuł mojego tekstu stanowi bezpośrednie odniesienie do tematu konferencji, jakim jest „nadmiar”. W domyśle, jej program zrównuje nadmiar i design z niesprawiedliwością.

Większość ludzi rozumie, czym jest niesprawiedliwość. Ale słowa „nadmiar” i „design” niewiele dla nich znaczą. Mam nadzieję, że uda mi się rzucić nieco światła na tę kwestię. Najpierw jednak wytłumaczę, dlaczego wraz z designem w tytule mojego tekstu pojawiają się „rozproszenie” i „godność”.

Pod koniec xx wieku amerykański badacz społeczny Herbert Simone zauważył pojawienie się nowego rodzaju kondycji, na temat której wygłosił słynne słowa „dostatek informacji tworzy ubóstwo uwagi”¹. Jeśli ktoś się nie zgadza, niech zastanowi się, jak wielu ludzi pogrążonych w smartfonach każdego dnia wchodzi na niego, o ile oczywiście sam nie wpada na nich.

To jasne, że jednym z efektów technologii cyfrowej jest zasypujący nas nawał danych i informacji. Żyjemy dziś w kulturze cyfrowej, która charakteryzuje się „nadmiarem”, wymienionym w tytule naszej konferencji. Rozumiem przez to nadmiar rzeczy do wyboru. Ciągłe wybieranie z wielości rozprasza nas. Masowe rozproszenie kradnie naszą uwagę.

Zwykle określamy czasy, w jakich żyjemy, mianem epoki informacyjnej. Tymczasem może należałoby je nazwać epoką deficytu uwagi, spowodowanego masowym rozproszeniem, wynikającym z cyfrowych technologii.

Ludzka uwaga jest dziś niezwykle rzadkim zasobem. To złota rybka, którą usiłujemy złowić w oceanie danych. W związku z tym, przyciągnięcie naszej uwagi stało się opartym na ciągłej rywalizacji globalnym przemysłem, do którego odnosi się tak zwana ekonomia uwagi. Kiedy tylko nasza uwaga zostaje przyciągnięta, dane na temat naszych działań, pragnień i zwyczajów są zbierane i przekładane na finansowe zyski.

Nadmiar rzeczy do wyboru powoduje rozproszenie, które kradnie naszą uwagę. Jednak o ile skala tego rozproszenia jest nowa, rozproszenie uwagi to stary trick, do którego tu wróć. W istocie bowiem rozproszenie jest czymś, na co mamy nieustanną ochotę.

Uderzyła mnie fraza, jaka pojawiła się w notach programowych tej konferencji. Brzmiała ona „Projektanci zajmują różne stanowiska wobec (...) tyranii nadmiaru”. Uderzyło mnie słowo „tyrania”. Przynajmniej dla mnie oznacza ono przeciwieństwo demokracji, coś, co nas kontroluje zamiast wyzwolić naszą wolną wolę.

Naczelną zasadą demokracji jest to, że daje ona wszystkim obywatelom prawo do korzystania z wolnej woli, podczas gdy tyrania stosuje zewnętrzny nacisk, by wpłynąć na nasze wybory. Zestawienie

1 Herbert Simon, *Designing Organizations for an Information-Rich World*, w: Martin Greenberger, *Computers, Communication, and the Public Interest*, The John Hopkins University Press 1971, s. 40–41.

słów „tyrania” i „design” zdaje się sugerować, że projektanci mogą działać po obu stronach podziału na tyranię i demokrację.

Autonomiczne obywatelstwo, oparte na wolnej woli każdej osoby, stanowi istotę demokracji i kamień węgielny ludzkiej godności. Potem wytłumaczę, dlaczego niektórzy sądzą, że nie powinniśmy ufać temu, jak masowa demokracja traktuje indywidualną wolność woli.

Mamy zatem uzasadnienie, dlaczego „rozproszenie” i „godność” znalazły się w tytule mojego tekstu. Do tego chciałbym dodać dwa zasadnicze pojęcia, dotyczące designu w XX wieku. Są nimi retoryka i nieuchwytność.

Retoryka to podstawowa taktyka w ekonomii uwagi. Jest procesem perswazji, który sprawia, że narracje designu mogą przekazywać informacje wprost do umysłów jednostek. Jest to również proces pokonywania odległości i czasu w przyciąganiu przez jedną osobę uwagi wielu innych osób. Bierze się to z woli niektórych jednostek by tworzyć królestwa umysłu, za pomocą których można wpływać na ludzkie zachowania. Na ten proces składają się trzy kanały retoryczne: jeden do jednego, jeden do wielu, wielu do wielu.

Przed nadejściem industrializacji komunikacja typu jeden do jednego stanowiła jedyną możliwość. Jej proces był oparty na interakcji w czasie rzeczywistym, która dokonywała się za pomocą głosu i twarzą w twarz. Brak dystansu pomiędzy nadawcą i odbiorcą komunikatu sprawiał, że interakcja była osobista.

Pozwalała na zaufanie i lojalność, niezbędne, by komunikat skutecznie wpływał na zachowanie. Ale dla tych, którzy chcieli w ten sposób ustanowić swój autorytet, istniała poważna przeszkoda. Wiążące zaufanie i lojalności łączyła odbiorcę komunikatu z jego bezpośrednim nadawcą, a nie z władzą. Niezbędne więc stało się wynalezienie sztucznego pośrednika, by zastąpił ludzkiego nadawcę wiadomości.

Industrializacja przyniosła wynalazek druku za pomocą ruchomej czerpionki. To zmieniło wszystko. Jedna osoba mogła wejść w interakcję z wieloma innymi osobami. Książki stanowiły pierwszą w historii formę sztucznego pośrednika, przekazującego w sposób godny zaufania myśli jednej osoby do umysłów innych ludzi. Owo władanie umysłami umożliwiało jednostce przechytrzenie wszystkich politycznych i społecznych systemów i uzyskanie przez nią wpływu na ludzkie zachowania w skali masowej. Nastąpił świt tyranii jednego nad wieloma, jak by powiedział John Stuart Mill.

Niezależnie od tego jak potężny był ten mechanizm, potrzebne było wynalezienie nowych form sztucznego pośrednictwa, które zastępowyłyby fizyczną obecność władców. Celem było stworzenie bardziej osobistej relacji między nimi i wielością ludzi, z którymi nawiązywali kontakt w celu wytworzenia więzi lojalności i zaufania. Przyczyniło się to do wynalazku radia, telewizji, filmu i smartfonów.

Wzięte razem, owe technologie pomogły wzmocnić retoryczną władzę, jaką jedna osoba może mieć nad wieloma innymi ludźmi, o ile przyciągnie ich uwagę. Możliwości, jakie stwarzało to dla systemu

przemysłowej perswazji, spoczywały w rękach bardzo niewielu osób, co pogłębiało tyranie jednego nad wieloma.

Jednak światowa sieć i smartfony mają jeszcze jeden, niespodziewany i prawdopodobnie nieplanowany efekt. Jako że umożliwiają wielu jednostkom połączenie z wieloma innymi jednostkami, podważona zostaje „tyrania jednego nad wieloma”. Obecnie wielu ludzi może oddziaływać na wielu innych ludzi, tworząc wspólnoty celów wolne od zewnętrznej presji. W tym sensie, nowy porządek cyfrowy jest głęboko powiązany z zaangażowaniem mas i zachowaniem tłumu. Owo odwrócenie wyłania z jednej strony potencjał nowych rodzajów demokracji, ale z drugiej stwarza możliwość powrotu do samosądu, który stanowi pierwszy krok do tyranii.

Wczesnym przykładem tego rodzaju demokracji w działaniu jest konceptualna rama, zaprojektowana przez Gene'a Sharpa i zatytułowana *From Dictatorship to Democracy (Od dyktatury do demokracji)*². Sharpe tak zaprojektował zawartość tego pamfletu, żeby wyposażał on w zestaw praktycznych, pozbawionych przemocy działań, mogących obalić dyktaturę. Było to ćwiczenie z gatunku „jak obalić swojego tyrana”. Miało to ogromny wpływ na ruchy sprzeciwu na całym świecie, takie jak Arabska Wiosna czy to, co zrobiono w Angoli i Birnie. Taktyki opisane w tej książce szybko zostały rozpowszechnione za pomocą sieci społecznościowych, co sprawiło, że ogromna masa skrajnie różnych jednostek utworzyła wspólnotę, umiejącą mówić jednym głosem.

Wszystkie te procesy retoryczne istnieją równocześnie. Wytwarzają przy tym ogłuszający hałas, który służy rozproszeniu naszej uwagi, co z kolei bardzo utrudnia tworzenie znaczeń i porządku. Uśpienie czujności zaś zmniejsza naszą odporność na perswazyjne moce innych ludzi. W końcu, kiedy ludzie usiłują przyciągnąć naszą uwagę, trudno jest nam określić, czy mają na względzie nasze dobro, czy też są naszymi wrogami.

Kiedy design po raz pierwszy pojawił się jako profesja na swoich własnych prawach, pełnił funkcję usługową wobec przemysłowej produkcji masowej. Potem powoli ewoluował, by wreszcie stać się przedstawicielem wszystkich aspektów ludzkiej kondycji. Kierunek tej ekspansji jest taki, że design odchodzi od skupienia na *materialnych formach*, by stać się designem *niematerialnych efektów*. Kryje się pod tym silne dążenie, by używać retoryki do wpływu na ludzkie wybory i zachowania w nowym świecie konsumpcji.

Podstawą designu jest kształtowanie materialnych przedmiotów w materialnym świecie. W czasach przedindustrialnych ważne było tworzenie symboli – projektowanie materialnych przedmiotów, które skupiają znaczenia, przechodzące od jednej osoby do drugiej. W tym kontekście projektowanie sztucznych form i ich potencjalne efekty, wywierane na ludziach, były ściśle ze sobą związane.

2 Gene Sharp, *From Dictatorship to Democracy*. *Serpent's Tail*, 2012.

Rewolucja przemysłowa sprawiła, że design wyłonił się jako oddzielna profesja. Działający w obrębie technicznych ograniczeń produkcji maszynowej, design tamtego czasu można opisać jako plan tworzenia artefaktu.

Kiedy jednak rozpoczął się XX wiek, wprost proporcjonalnie do liczby towarów, z jakich można było wybierać, wzrosła ważność konsumującej publiki.

W związku z tym, projektanci zaczęli być wzywani do tego, by wpływać na wybory, podejmowane przez konsumentów, za pomocą podkreślenia atrakcyjności produktów bardziej niż ich praktyczności. W tym momencie design jako projekt formy produktu i behawioralny efekt, jaki miał wywołać, zaczęły się rozdzielać. Design zaczął się koncentrować na formie rzeczy.

Ta nowa kultura stworzyła Wiek Pożądania, oparty nie na potrzebach, ale na pragnieniach; nie na tym, co ludzie potrzebują mieć, ale co pragnęliby osiągnąć lub co jest godne pożądania, zgodne z ich aspiracjami. W ten sposób pożądanie, tak jak nadmiar, okazuje się kolejnym powodem rozproszenia, które służy do przyciągania naszej uwagi, a następnie wywarcia wpływu na nasze wybory.

Ten proces znalazł kulminację w heroicznym okresie produktów designu. W Ameryce projektanci tacy jak Raymond Loewy czy Norman Bel Geddes tworzyli i przetwarzali modele samochodów, pociągów, łodówek i wszelkich rodzajów wyposażenia domu. W Europie pojawiło się rozwiązywanie problemów związanych z designem, za czym stali praktycy tacy jak Dieter Rams i Arne Jacobson. Zakładali oni, że przedmioty mają odmienną funkcję, powinny wyglądać ponadczasowo pięknie. Skutek był taki, że po 50 latach stały się one ikonami kultury, wystawianymi w muzeach.

Podczas gdy projektanci dalej koncentrowali się na formie produktu, inna grupa ludzi zaczęła eksplorować to, jak design może wpływać na ludzkie zachowanie. Można było dostrzec ogromny wzrost liczby konsultantów, psychologów i behawioralnych ekonomistów, którzy nagle zainteresowali się designem. Wszyscy oni chcieli zrozumieć z jednej strony ludzką tendencję do nieracjonalnych decyzji, a z drugiej – nasze pragnienie rozproszenia.

Ojcem chrzestnym tego nastawienia był Edward Bernays. Wywarł on ogromny wpływ na stworzenie fundamentów społeczeństwa konsumpcyjnego, z jakim mamy dziś do czynienia. Wujem Bernaysa był Zygmunt Freud, który przekazał mu wiarę w to, że ludzka natura podąża za pierwotnymi impulsami, prowadzącymi do nieracjonalnych wyborów.

Jedną z niesławnych kampanii Bernaysa nazywała się *Pochodnie wolności*. Polegała ona na zachęcaniu kobiet do palenia, i to palenia w miejscach publicznych. *Pochodnie wolności* zapożyczały komunikat ówczesnego ruchu wyzwolenia kobiet, przedstawiając papierosy jako symbol emancypacji i równouprawnienia z mężczyznami. Bernays wynajął grupę kobiet, by paliły swoje *pocho-dnie wolności* na

wielkanocnej paradzie w 1929 r., co miało manifestować przekraczanie społecznych barier, a jednocześnie zwalczyć uprzedzenie wobec palących kobiet, co okazało się bardzo skuteczne.

Najbardziej wpływowa książka Bernaysa nosiła tytuł *Propaganda*. Tak w niej pisał: „Świadoma i inteligentna manipulacja zorganizowanymi nawykami i opiniami mas stanowi ważny element demokratycznego społeczeństwa. Ci, którzy manipulują owymi niewidocznymi mechanizmami, tworzą niewidzialny rząd, który dysponuje prawdziwą władzą nad społeczeństwem (...). Jest to logiczny wynik tego, w jaki sposób społeczeństwo demokratyczne jest zorganizowane. Wielka liczba istot ludzkich musi współpracować na tych zasadach, o ile chcą żyć wspólnie jako dobrze funkcjonujące społeczeństwo”³.

Bernays nazwał to podejście *inżynierią zgody*. Zawarta w nim była *implicit*e świadomość władzy designu nad kształtowaniem ludzkich zachowań. Chociaż Bernays jest generalnie uważany za dwudziestowiecznego łobuza od medialnej manipulacji, jego spisane refleksje pokazują jeszcze coś innego. Poza wszystkim, przedstawiał się on jako zwolennik demokracji, chociaż nie wierzył, że mogłaby się opierać na masowej woli ludzi. Faktycznie, tak jak jego wuj Freud, był przekonany, że podążają oni za pierwotnymi impulsami, które mogą być niebezpieczne, jeśli się ich nie poskromi.

Tym, czego Bernays się nie spodziewał, byli ludzie, którzy studiowali zasady propagandy, wyłożone w jego książkach, z zupełnie inną intencją: rozpętania tłumnych zachowań, by ustanowić reżim totalitarny. Taką osobą był Joseph Goebbels, który nauczył się od Bernaysa, że propaganda działa najlepiej, kiedy ci, którymi się manipuluje, wierzą, iż działają z wolnej woli. Czyli poprzez ukrycie tyranii pod iluzją wolnego wyboru.

Goebbels nauczył się również, że nowe technologie komunikowania, takie jak radio czy film, umożliwiają zastępczą obecność przywódcy, który w ten sposób znajduje się wśród mas. Retoryka i propaganda zyskują w ten sposób nieznaną wcześniej bezpośredniość.

Bernays zademonstrował, że zwykły fizyczny przedmiot, taki jak papieros, może zostać wzniesiony do symbolicznego statusu, reprezentującego jakąś narrację. Taką narracją mogą być *pochodnie wolności*, ale może nią być i *czystość rasy*. Biorąc to wszystko pod uwagę, Goebbels użył designu, by stworzyć program propagandy. Zawierała ona przejmujące symbole graficzne, jak swastyka, potem pojawiła się heroiczna narracja takich filmów, jak *Triumf woli* Leni Riefens-thal, oraz wielkie publiczne spektakle, takie jak wiec w Norymberdze. W tym ostatnim przypadku publiczna architektura, przestrzeń i oświetlenie, miały być tak zaprojektowane, by tworzyć, jak to nazwano, ogromną Katedrę Światła. Skala i rytualna natura tego typu spektakli nadawały faszystowskiej propagandzie religijny ferment. Po wojnie zapytano Bernaysa, jak się czuł z tym, że jego pracę wykorzystano do rozpętania kampanii nienawiści wobec Żydów, do których

3 Edward Bernays, *Propaganda*, Ig Publishing, 2004, s. 37.

sam należał. Miał odpowiedzieć: „Oni użyli moich książek jako podstawy do destrukcyjnej kampanii przeciwko Żydom. To mnie zaszkodziło, ale wiedziałem, że każda ludzka aktywność może być użyta tak dla celów społecznych, jak i antyspołecznych”⁴.

To przekonało Bernaysa, Freuda oraz wielu polityków, że jego metoda się sprawdzała. To intencje, a nie metoda, powinny zostać ukarane. Koszmary wojny dostarczyły ponadto niepodważalnych dowodów, że autonomiczni obywatele nie mają powodu ufać demokracji. Ludzie byli wówczas przekonani, że Freud miał rację, twierdząc, że podstawowe impulsy, które kierują ludźmi, mogą być niebezpieczne, jeśli pozostawi się je bez nadzoru lub podejrze do nich nieodpowiedzialnie. Jak widać, od tego momentu natura demokracji w naszym społeczeństwie zaczęła się zmieniać, powoli stając się iluzoryczną koncepcją. Propaganda, zamiast odejść w niebyt, wciąż kwitła, stosowana jako potężne narzędzie po stronie dobra. Myślano, że koszmary drugiej wojny światowej nigdy się już nie powtórzą.

Tymczasem potęgą propagandy służyła politykom (którzy mieli zarządzać demokracją w niestabilnym świecie) i przemysłowcom (którzy potrzebowali czynnych fabryk w czasach ekonomicznej niepewności). Rozwiązaniem dla nich było przekształcić autonomicznych obywateli w rozkojarzonych konsumentów. Służył do tego design produktów, który odwoływał się do ich wewnętrznych pragnień i słabości. Była to forma masowego rozproszenia, zaprojektowana tak, by stabilizować społeczeństwo i przynosić zyski przemysłowi, przekształcając obywateli w zagubionych, uległych konsumentów. Ta formuła zdawała się pasować wszystkim zainteresowanym.

W kolejnych latach zarządzanie ludzkim zachowaniem i percepcją przez design i propagandę trwały nadal, stając się nieodłącznymi elementami politycznej perswazji. Przykładowo, w roku 1980 Ronald Reagan ustanowił program o nazwie „zarządzanie percepcją”, który nadal jest praktykowany przez administrację zarówno Obamy, jak i Trumpa. U swojego źródła, czyli w latach prezydentury Reagana, „zarządzanie percepcją” polegało na traktowaniu propagandy w polityce zagranicznej jako znacznie ważniejszej niż demokratyczny ideał poinformowanego, autonomicznego elektoratu, który w wyborach daje wyraz swojej wolnej woli. Zamiast szczerze informować obywateli o wydarzeniach na świecie, celem było zarządzać ich percepcją za pomocą narracji o „moralnej krucjacie”. Służyło to eskalacji społecznych lęków, dotyczących „wrogów” spoza wspólnoty, czasem zaś stwarzało wrogów, którzy po prostu nie istnieli. Naczelnym celem tego zarządzania percepcją było, tak jak w konsumpcyjnych czasach Bernaysa, utrzymanie mas w stanie rozproszenia i uległości.

A teraz wróćmy do 2018 roku, do naszego nowego świata komunikacji wielu z wieloma. Propaganda w nim nadal działa. W celu zarządzania

4 Edward Bernays, *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel*, Simon and Schuster, 1965, s. 652.

hałasem i potencjalnym chaosem, wynikającym z przeładowania środowiska informacjami czy z dyktatury motłochu, propaganda moralnej krucjaty jest wciąż w użyciu, służąc do ustanowienia swoistej grupowej jedności między ludźmi.

W tym wypadku jest to jednak propaganda moralnego oburzenia. Jej strategia polega na tym, że moralnej ocenie, a czasem chęci karania, poddawani są ci, którzy albo nie należą do wspólnoty, albo przekraczają wyznaczone przez nią podziały. Dzieli to świat, raz jeszcze, na obywateli i barbarzyńców. Obywatele są mieszkańcami miasta, żyjącymi w zgodzie z moralnymi kodami, ustanowionymi przez wspólnotę. Definiuje ich odróżnienie od barbarzyńców, czyli tych, którzy zrujniają wspólnotę, jeśli tylko otworzy się przed nimi bramy miasta. W Trzeciej Rzeszy tę rolę odgrywali Żydzi, w latach 80. i 90. Irak, Libia, Syria, Rosja, Ukraina, Iran, a teraz to może być Parlament Europejski, Hilary Clinton czy grupa fundamentalistów.

Co jest odwiecznym celem istnienia barbarzyńców? Wyraził to Konstantinos Kawafis w swoim poemacie *Czekając na barbarzyńców*. Wspólnota obywateli z trwogą oczekuje u wrót miasta nadejścia barbarzyńców. Gdy ci nie pojawiają się, następuje rozczarowanie. „Bez barbarzyńców – cóż pocniemy teraz?” – pytają obywatele. „Ci ludzie byli jakimś rozwiązaniem”⁵. Jakąkolwiek formę przyjęliby barbarzyńcy, największą korzyścią z nich jest to, że strach przed przybyciem zewnętrznego wroga niesie za sobą większą spójność wspólnoty, służąc jej podstawowym zasadom i je wzmacniając. W tym sensie, gdyby nie było barbarzyńców, należałoby ich wymyślić.

Moralne oburzenie to kultura plemienna, która miała wielkie zalety w czasach przedindustrialnych, kiedy ludzie żyli w nomadycznych wspólnotach. Pomagała ona budować spójność i współpracę w niewielkich społecznościach. Ale kiedy zasada moralnego oburzenia mnoży się w skali globalnej, cyrkulując w sieciach społecznościowych, wówczas konsekwencje dla demokratycznego ładu są straszne. Każda wspólnota, opierająca się na moralnym potępieniu tych, którzy do niej nie należą, czerpie autorytet ze swojej wersji prawdy. Grupy z zewnątrz są pozbawione legitymizacji, ponieważ ich wersja prawdy nie posiada autorytetu.

W obecnej chwili wygląda na to, że nie ma liczącej się alternatywy dla propagandy moralnego oburzenia. Ewoluowała ona w XX wieku, by zakorzenić się w zinstytucjonalizowanych procesach zarządzania percepcją. Przejęliśmy w spadku po XX stuleciu głęboki brak zaufania do propagandy – i słusznie. Gdy używają jej politycy lub przemysłowcy, mając na celu przemianę autonomicznych obywateli w posłusznych konsumentów, narusza to nasz zmysł sprawiedliwości. Jeszcze bardziej niepokojąca jest dla nas bezpośrednia intencja manipulowania najgłębszymi instynktami ludzi. Była ona usprawiedliwiana przekonaniem, że ludzie

5 K. Kawafis, *Czekając na barbarzyńców*, przeł. Z. Kubiak, <https://kierul.wordpress.com/2016/12/02/konstantinos-kawafis-czekajac-na-barbarzyncow-1898>.

postawieni przed wyborem podejmowałiby niewłaściwe decyzje, mogące zdestabilizować społeczeństwo – w czym jest ziarno prawdy.

Nasza głęboka i uporczywa podejrzliwość wobec propagandy jest również zakorzeniona w kulturze. Noam Chomsky uważa, że jest ona „tym dla demokracji, czym pałka dla państwa totalitarnego”⁶, George Orwell zaś stwierdził, że „Każda propaganda jest kłamstwem, nawet jeśli akurat mówi prawdę”⁷. Jednak ta związana z kulturą podejrzliwość wobec propagandy sprawia również, że mylimy ją z retoryką.

Wygląda na to, że używamy pojęcia propagandy jako zamiennika retoryki. Tymczasem nie są one tym samym. Podczas gdy retoryka jest sztuką „perswazji przez prawdę”, propaganda jest „przymusem opartym na kłamstwach”. Propaganda ma cel polityczny, który jest zwykle napełniany błędnymi informacjami. Retoryka natomiast jest procesem perswazji, używającym narracji, by wiadomość dotarła.

Ze względu na naszą głęboko zakorzenioną podejrzliwość wobec propagandy, ignorowaliśmy retorykę i przedkładaliśmy informację nad perswazję. Jednak w bardzo rozwiniętym środowisku, jakie zamieszkujemy, istnieje zbyt wiele głosów perswazji, niszczących u ludzi uważność na informacje, by mogło to być skuteczne. Są to rozproszenia systemu, które nie zostały poddane refleksji etycznej i w których równowaga sił nie jest dłużej po naszej stronie. Jeśli ta sytuacja ma kiedykolwiek ulec zmianie, powinniśmy odrzucić naszą podejrzliwość wobec retoryki i zastosować ją do zaprojektowania narracji, które byłyby dostatecznie przekonujące, by stawić czoła dominującemu rodzajowi propagandy, opartemu na moralnym oburzeniu.

Przekształcenie publicznego dyskursu wymagałoby sporo czasu, zakładając, że aby go dokonać, należałoby uczynić z rozproszonych konsumentów z powrotem autonomicznych obywateli. Tymczasem zadanie jest pilne. Jeżeli utrzymująca się przy władzy strategia propagandowa jest zdolna wytwarzać tylko oburzenie, może to prowadzić do scenariusza opartego na niestabilności. Strategia wzmacniania spójności plemienia za pomocą traktowania ludzi z zewnątrz jako wrogów i barbarzyńców może być samospełniającą się przepowiednią. Barbarzyńcy i barbarzyństwo mogą się pojawić tam, gdzie wcześniej ich nie było.

W moim odczuciu na początku XX wieku design się zdekoncentrował. Angażując się w tworzenie form materialnych rzeczy (dostosowując produkty do wymagań rynku konsumenckiego), pozostawił pole dla innych, jeśli chodzi o używanie designu jako metody wpływania na percepcję i zachowania odbiorców. A jest to obecnie jeden z największych przemysłów, który bynajmniej nie działa w naszym najlepszym interesie. Dlatego nastąpił czas, by uświadomić sobie potężny wpływ designu na ludzką percepcję i zachowanie.

6 Noam Chomsky, *On Propaganda*, https://chomsky.info/199201_/

7 George Orwell, *Diaries 1938–1942*, <https://orwelldiaries.wordpress.com/2012/03/14/14-3-42/>

Pozwolę sobie teraz na podsumowanie obserwacji, jakie przedstawiłem w niniejszym artykule, i odniesienie ich bezpośrednio do designu. Mamy skłonność myśleć, że każde nowe podejście czy innowacja zastąpi te, które miały miejsce wcześniej. Doświadczenie jednak mówi nam, że tak się nie dzieje. Na przykład każdy kolejny typ środka transportu współistnieje z poprzednimi formami. W użyciu są rowery, wrotki, tramwaje, autobusy, pociągi, samochody, samoloty, statki i tak dalej. Z czasem nasze społeczeństwo archeologicznie gromadzi i zwiększa złożoność metod i środków.

Analogicznie, design na początku XX wieku był bajecznie prostą propozycją, skoncentrowaną na formie materialnych artefaktów. Dziś jest to znacznie bardziej złożona aktywność, zawierająca design niematerialnych efektów, wywieranych na ludzkim doświadczeniu przy użyciu metod retoryki.

Z powodu głęboko zakorzenionej podejrzliwości wobec propagandy pomijaliśmy retorykę i przedkładaliśmy informację nad perswazję. Jednak w bardzo rozwiniętym środowisku, jakie zamieszkujemy, istnieje zbyt wiele głosów perswazji, niszczących u ludzi uważność na informacje, by mogło to być skuteczne. Są to rozproszenia systemu, które nie zostały poddane refleksji etycznej i w których równowaga sił nie jest dłużej po naszej stronie.

Jeżeli sytuacja ma kiedykolwiek ulec zmianie, musimy przekroczyć naszą podejrzliwość wobec retoryki i zacząć projektować narracje, które są perswazyjne. Oto dwudziestowieczni designerzy stworzyli silny sojusz między elementami materialnymi i niematerialnymi. Mówiąc wprost, oznacza to, że ludzie jednocześnie mają narracje w głowach i wcielają je w obiektach materialnego świata. Owe niematerialne narracje nadają znaczenie ludzkiemu życiu, podczas gdy przedmioty z którymi jest ono związane, stają się jego materialnymi symbolami.

Jak zostało powiedziane, wciąż szukamy rozwiązania dla wielu kryzysów we współczesnym świecie. Są to: zmiana klimatu, niedobór pożywienia, wojna i terror, choroby, a także niesprawiedliwość społeczna. Dwoma zasadniczymi przeszkodami, które stoją na drodze rozwiązania tych kryzysów, są niedobór uwagi i niedobór wyobraźni.

Możemy sobie poradzić z tymi przeszkodami tylko wtedy, kiedy zwrócą one naszą uwagę. Opisałem właśnie naciski ze strony potężnego systemu, który został zaprojektowany, by odciągać naszą uwagę od tego typu problemów. W ekonomii uwagi, przepojonej perswazją, istnieje tylko niewielka nadzieja na to, że ludzką uwagę przyciągnie źródło, które zaoferuje nieskorumpowane informacje. Intencje te zostaną wsparte przez perswazyjne siły retoryki, o ile designerzy to zaakceptują.

Bez odpowiedniej wyobraźni nie będziemy umieli znaleźć radykalnych innowacji, potrzebnych do pokonania kryzysów. Jest to także kwestia pokoleniowa, nowa fala designerów powinna być przygotowana na to wyzwanie. Jednak w wielu, jeżeli nie w większości, krajów, system nauczania umieszcza przedmioty, oparte na wyobraźni, takie jak

design i rzemiosło, poza murami szkoły. W tym zakresie sztuki kreatywne i design są jedynymi przedmiotami, które karmią wyobraźnię, niezbędną do stworzenia radykalnej innowacji.

Na wielu wydziałach designu program nauczania nie odnosi się do tego.

Często pozostaje zawężony do dwudziestowiecznego modelu designu, który różni się z praktyką. Program ten równie często nie obejmuje też reguł retoryki, mogących wywierać wielki wpływ na ludzkie zachowanie. Poza wszystkim, kursy designu powinny uwzględnić, że jego produktem jest nie tyle materialny przedmiot, co ludzkie doświadczenie, czyli myśli, preferencje i odczucia realnych ludzi. Do tego dochodzi zagadnienie odpowiedzialności etycznej, jakie powinno wchodzić w skład nauczania każdego przyszłego projektanta.

Musimy porzucić wcześniejsze wizje designu jako prostego tworzenia narzędzi. Obecnie mamy do dyspozycji narzędzia, umożliwiające stworzenie czego tylko dusza zapagnie. Pytaniem dziś nie jest „jak mogę coś zrobić”, lecz jaki skutek chcę wywołać w złożonym i kruchym świecie. Wymaga to mocy wyobraźni i retoryki, bez których niczego nie można osiągnąć. A teraz zostawię Państwa ze zrównaniem nadmiaru i designu z nierównością, jakie przyświeca tej konferencji.

Przełożyła Katarzyna Szumlewicz

Bibliografia

- Bernays, E., *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel*, Simon and Schuster, 1965.
- Bernays, E., *Propaganda*, Ig Publishing, 2004.
- Simon, H., *Designing Organizations for an Information-Rich World*, w: Martin Greenberger, *Computers, Communication, and the Public Interest*, The Johns Hopkins University Press, 1971.
- Sharp, G., *From Dictatorship to Democracy*, Serpent's Tail, 2012.

Źródła online

- https://chomsky.info/199201___/
- <https://kierul.wordpress.com/2016/12/02konstandinos-kawafis-czekajac-na-barbarzyncow-1898/>
- <https://orwelldiaries.wordpress.com/2012/03/14/14-3-42/>

Spojrzenie z Południa na kwestie nadmiaru i braku

Adélia Borges

Poświęciłam swoje zawodowe życie kuratorki sztuki, publicystki, twórczyni filmów i pisarki rozpowszechnieniu idei, że Południe nie powinno być sprowadzane do roli odbiorcy produktów, technologii i sposobów życia importowanych z Północy, gdyż powinno mieć ono wypracować własne rozwiązania.

Około 80% światowej populacji żyje za dolara lub mniej dziennie. Ta większość nie ma do czynienia z nadmiarem, tylko z brakiem. W swoim codziennym życiu musi znajdować strategie, by sobie z nim radzić. Najważniejszą z nich jest brać pod uwagę zasoby, które dla innych są odpadem. Ponowne użycie tanich materiałów lub śmieci, by stworzyć nowe przedmioty lub wydłużyć życie starych, jest od dłuższego czasu częścią materialnej kultury wielu regionów świata. W Europie tego typu praktyki wiążą się ze świadomością ekologiczną. U nas wynikają z woli przetrwania.

Włoska architektka Lina Bo Bardi (1930–1992), która przybyła do Brazylii w latach 40., zakochała się w sztucach stworzonych z ponownie użytych aluminiowych opakowań, a także w kołdrach zrobionych z małych skrawków. W latach 70. owe praktyki recyklingu zostały udokumentowane przez brazylijskiego projektanta Aloisio Magalhães (1927–1982). Brak dostępu do dóbr produkowanych przemysłowo skłaniał ludzi do używania własnych rąk, by stwarzać i wyrażać przedmioty mające zaspokoić ich codzienne potrzeby.

Ale to nie w Brazylii mamy uporać się z niedoborem. Jak powiedziała wczoraj Maria Szolc, Niemcy kupują 15 kg ubrań rocznie. Anglicy kupują 30 kg ubrań rocznie. Amerykanie kupują 36 kg ubrań rocznie¹.

Gdzie oni je wyrzucają? Może mała, naprawdę niewielka część wędruje do takich miejsc, jak publiczne wyprzedaże ubrań z drugiej ręki, wysyłanych potem do Mozambiku. Tam nazywają te ubrania *calamidade* – portugalskie słowo na określenie biedy, nieszczęścia. Potrafią sprzedać jedną rzecz za równowartość dziesięciu eurocentów. Widziałam to ostatniego roku na ulicznym straganie w Pembie na północy Mozambiku, w sobotni poranek taki jak dziś. Było wśród tych ubrań wiele przykładów tego, co nazwałabym dobrym designem.

Wracając do Brazylii, recykling jest tam stałą praktyką, którą możemy odnaleźć do dzisiaj. Na wystawie „Nowi Alchemicy”, której byłam kuratorką w 1999 roku, zebrałam przedmioty zrobione z tanich materiałów i odpadów. W tej samej przestrzeni wystawione zostały rzeczy stworzone przez ludzi bez przygotowania artystycznego oraz dzieła wyedukowanych projektantów, którzy szukali inspiracji w tradycyjnej brazylijskiej kulturze. Wielu z nich nawiązywało do swoich przodków, „mistrzów recyklingu”, umiejących ponownie użyć każdego materiału, przekształcających odpady w złoto.

Dziesięć lat później, w roku 2010, zaproponowałam ratuszowi w São Paulo publiczną kolekcję tego swoistego, rodzimego designu. Moja

1 Jest to odniesienie do wystąpienia Marii Szolc, które miało miejsce pierwszego dnia konferencji FAIR DESIGN 2018: NADMIAR.

propozycja została zaakceptowana i jej część można zobaczyć na wystawie, której byłam kuratorką. Hiszpański krytyk sztuki i filozof Eduardo Subirats, profesor Columbia University w Nowym Jorku, zobaczył na niej piec znaleziony na miejskim bazarze i powiedział „To jest jak Duchamp, tylko lepsze”. O ile wiem, to jest jedyna stała wystawa tego typu.

Dlaczego to ważne?

Ale dlaczego w ogóle zwracać uwagę na takie przedmioty? Wierzę, że dają nam one cenną lekcję. Dotyczy ona trzech wyszczególnionych przeze mnie kwestii.

Po pierwsze, odkrywają przed nami wspaniałą funkcjonalność w rozwiązywaniu codziennych problemów. Jak zwykł mówić projektant Aloisio Magalhães, w Brazylii wynalazczość stanowi „strategię przetrwania”. Potrzeba jest matką wynalazku².

Po drugie, formy przedmiotów wykraczają poza ich funkcje. We wczesnych latach dwutysięcznych szwajcarsko-włoski architekt i projektant Mário Botta zobaczył wystawę, którą stworzyłam, po czym napisał artykuł do magazynu „Ottagono”. Stwierdził w nim, że prezentowane obiekty „odpowiadają nie tylko na techniczne, funkcjonalne wyzwania. Ich użyteczność w oczywisty sposób stanowi pretekst do zaproponowania fantastycznych kształtów i kolorów, współbrzmiących z przeświadczeniem, że tylko piękno potrafi zbawić świat... Jest to rozdział nieskończonej historii tego, jak ludzie nieustannie wynajdują przedmioty i narzędzia, by uczynić swoją codzienną pracę lżejszą. To niesamowite, jak wszystko zyskuje prostotę i utraconą poezję, tak jak w twórczości wielkich artystów, gdzie każdy znak, każdy gest wygląda na konieczny, nieunikniony”³.

Po trzecie, wskazują one, *avant la lettre*, na zagadnienie zrównoważonego rozwoju. Zanim w ogóle pojawiło się na świecie podejście ekologiczne, ludzie w ubogich krajach Południa praktykowali je na co dzień. Wytwarzane przez nich przedmioty ukazują ekonomię źródeł i środków, jak również mądre wykorzystanie dostępnych materiałów. Oto wskazówka jak zrobić coś więcej z czegoś mniej.

Wnioski z prowizorycznych rozwiązań

Na pytanie, co ważnego i godnego uwagi jest w takich przedmiotach, odpowiadam nie tylko ja. Czyni to wielu innych autorów. W 2008 roku, u szczytu ekonomicznego kryzysu, jaki dotknął kraje Północy, angielski teoretyk designu John Thackara napisał artykuł pod tytułem *We Are All Emerging Economies Now (Wszyscy jesteśmy krajami rozwijającymi się)*. Pisze on:

- 2 Aloisio Magalhães, *E Triunfo?: A questão dos bens culturais no Brasil*, Nova Fronteira, Rio de Janeiro 1997.
- 3 Mario Botta, *Design anonimo sul punto vendita*, „Ottagono”, październik 2004.

„Dwadzieścia lat pracy przy oglądaniu projektów z Indii i Azji Południowej dało mi niezwykle ważną lekcję. Otóż zmyślni ubodzy ludzie, jeśli chodzi o ekologię, wzajemne powiązania, mechanizmy i infrastruktury, mogą nas nauczyć więcej, niż my ich”⁴.

I rzeczywiście, wiele osób i firm z Północy nabywa umiejętność, by robić coś więcej z czegoś mniej. Dobrą książką na ten temat jest *Jugaad Innovation (Innowacja Jugaad)* autorstwa trójki uczonych z angielskich uniwersytetów: Navi Radjou, Jaideepa Prabhu i Simone Ahuja⁵. Odnoszą się oni do oszczędnego, elastycznego podejścia do innowacji, jakie panuje w Indiach, ale także w takich krajach, jak Brazylia, Chiny czy Kenia. *Jugaad* jest słowem z hindi, które oznacza, najprościej rzecz ujmując, przewycięzanie ciężkich niedogodności za pomocą improwizowanych rozwiązań wykorzystujących ograniczone zasoby. Uczyli oni w ten sposób ludzi biznesu, jak wyciągać korzyść z oszczędnych innowacji. W swojej książce wymieniają wiele przykładów międzynarodowych firm, takich jak 3M, GE, Google czy Siemens. Istnieją także przykłady innowacji Jugaad u projektantów z Ameryki Południowej. Oto niektóre z nich.

W Argentynie rozpowszechnione stare narzędzie, stworzone do cięcia zwierzęcej skóry na pasy, zostało zaadaptowane przez projektanta Alejandro Sarmiento do cięcia tworzywa PET. Opracował on także prosty system termicznego kształtowania pasów plastiku, tworząc z nich różnorodne obiekty. Rysunki techniczne narzędzia zostały udostępnione, tak by mógł z nich korzystać każdy, kto ma na to ochotę.

W Meksyku warto wskazać na stołek Cecillii Leon de la Barra, który przywołuje bardzo popularny rodzaj krzesła utworzonego z cienkich wielokolorowych plastikowych pasów. Inny przykład to prace Emiliano Godoya, który za pomocą bardzo prostej procedury wykorzystującej pianę poliuretanową zmienia funkcje elementów, materiałów i obiektów. Albo jeszcze krzesło autorstwa Cali Laboratório de Diseño, które składa się z plastikowej obudowy wypełnionej papierem, przy czym oba materiały pochodzą z odzysku.

W Chile bardzo ważnym projektem jest *Elemental*, popularny system mieszkań, stworzony przez architekta Alejandro Aravenę i jego zespół. Rząd zatrudnił ich do zaprojektowania domów, które kosztowałyby zaledwie równowartość 7200 dolarów amerykańskich. Architekci postanowili przyswoić praktykę mieszkańców biednych krajów, która opiera się na samodzielnym budowaniu, często przy pomocy

4 John Thackara, *We Are All Emerging Economies Now*, „Design Observer”, 5.06.2008, <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=6947>. Thackara kilkakrotnie wracał do tego tematu, m.in. w artykule *Humanitarian Design vs. Design Imperialism: Debate Summary*, „ChangeObserver”, 16.06.2010, <http://changeobserver.designobserver.com/entry.html?entry=14498>.

5 Navi Radjou, Jaideep Prabhu, Simone Ahuja, *Jugaad Innovation, Think Frugal, Be Flexible, Generate Breakthrough Growth*, Jossey-Bass, San Francisco 2012.

krewnych lub sąsiadów. W rezultacie projekt polegał na zapewnieniu podstawowej konstrukcji i infrastruktury, podczas gdy reszta pozostawała do samodzielnego zbudowania przez mieszkańców. Aravena był także kuratorem ostatniego Międzynarodowego Biennale Architektury w Wenecji, na którym stosował popularną w Ameryce Południowej praktykę ponownego użycia materiałów. W skład najważniejszej wystawy w Arsenale wchodziła ogromna instalacja, stworzona ze stu ton materiałów, jakie pozostały z poprzedniego biennale⁶.

Także duże firmy interesują się oddolnymi rozwiązaniami. Przedsiębiorstwo kosmetyczne Natura Brazil odkryło dzięki badaniom na ludności, że konsumenci oszczędzali, wybierając produkty kosmetyczne w opakowaniach uzupełniających. Opierając się na tym, wprowadzono opakowania uzupełniające jako standardowe opakowania produktów. W porównaniu do zwykłych opakowań, zużywają one o 75% mniej plastiku, a ślad węglowy został zredukowany o połowę. Zarówno materiał, jak i jego forma, pozwalają zużyć zawartość do ostatniej kropli, unikając marnowania resztek. Oszczędność z powodu niższej ceny spływa zaś do kieszeni konsumentów.

Wierzę, że wzrost samodzielnej wytwórczości czy też ruchu DIY (*Do It Yourself*) również ma z tym wiele wspólnego. Technologie niosą za sobą głębokie zmiany w tym, jak projektujemy i konsumujemy produkty. Te zmiany będą się pogłębiać. Granice pomiędzy projektantami, wytwórcami i konsumentami będą się zacierać każdego dnia.

Możemy współcześnie obserwować pojawienie się takich grup jak londyński ruch Fixperts, który opiera się na założeniu, że reperowanie jest działaniem twórczym i społecznie wartościowym. Rozpowszechnia on swoje materiały w sieci, zachęcając ludzi, by używali w codziennym życiu umiejętności naprawiania rzeczy. Kiedy poznaję inicjatywy tego typu, nie jestem w stanie nie dostrzec ich związków ze spontanicznym designem w krajach rozwijających się. Można by jeszcze długo wymieniać te wpływy na różne obszary współczesnego designu. Tak czy owak, jestem zdania, że powinniśmy je lepiej poznać, a nie tylko przyswajać ich rozwiązania.

Ekspozowanie spontanicznych rozwiązań

W kolumbijskiej Bogocie grupa o nazwie Popular de Lujo dąży do popularyzacji lokalnej grafiki, czemu służą wystawy, warsztaty, konferencje i publikacje.

W swojej pracy jako niezależnej kuratorki usiłuję pokazywać regionalne wytwory, w tym współczesny design tworzony przez rdzenną ludność.

Robię to, wystawiając je razem z dziełami zawodowych projektantów.

Dwa lata temu, podczas pierwszej edycji London Design Biennale – do którego międzynarodowego komitetu należę – zdarzyło się coś niezwykłego. Spośród bardzo szykownych i profesjonalnych projektów

6 <https://www.dezeen.com/2016/06/02/venice-architecture-biennale-2016-recycled-waste-exhibition-entrances-alejandro-aravena/>.

z trzydziestu krajów wyłoniono laureata głównej nagrody Biennale, którym była uliczna instalacja z Libanu. To był wspaniały pokaz projektantki Annabel Kassar. Jestem dumna, że byłam członkiem jury, które podjęło taką decyzję. Libańska instalacja zawierała wiele improwizowanych ulicznych mebli, począwszy od innowacyjnie zreperowanych krzeseł, a skończywszy na stosach sof ułożonych na ciężarówkach.

Projektantka powiedziała mi wtedy: „Kiedy po raz pierwszy zastanawiałam się nad Biennale, pomyślałam o wielu wystawach designu, które odwiedziłam w poprzednich latach. Doszłam do wniosku, że najbardziej interesującą rzeczą byłoby odejść od tego świata, zrobić coś mniej wykoncypowanego. Ta instalacja odnosi się do twórców i tradycyjnej estetyki Bejrutu, nie ma nic wspólnego z przemysłem designu. Zamiast tego odkryliśmy przedmioty zrobione na ulicy. Odpowiadały one ludzkim potrzebom; były improwizowane, pomysłowe, niedoskonałe”.

W moim odczuciu był to punkt zwrotny, ponieważ na wielu wystawach designu w bogatych państwach oglądamy obiekty, które wiążą się z nadmiarem, pustą presją nowości. W istocie brak i nadmiar stanowią dwie strony tej samej monety. Mam nadzieję, że spojrzenie z Południa będzie stanowiło zachętę do refleksji na temat tego, w jaki sposób design może pomóc przekroczyć tę paradoksalną sytuację i poprowadzić nas do bardziej zrównoważonych społeczeństw, w których rzeczy zyskują na znaczeniu, a redystrybucja zmniejsza nierówności między ludźmi.

Na koniec pragnę zaprezentować trzy rzeczy. Pierwszą jest *capulana*: materiał, który może być ubraniem, może być pościelą i chustą do noszenia niemowląt. Druga to mata z włókien warzyw, a trzecia – improwizowana gra, wszystkie z Mozambiku. W moim odczuciu pokazują nam one, że niedostatek, zrównoważony rozwój i poezja mogą współwystępować.

Przełożyła Katarzyna Szumlewicz

Bibliografia

- Botta, M., *Design anonimo sul punto vendita*, „Ottagono”, październik 2004.
Magalhães, A., *E Triunfo?: A questão dos bens culturais no Brasil*, Nova Fronteira, Rio de Janeiro 1997.
Radjou, N., Prabhu, J., Ahuja, S., *Jugaad Innovation, Think Frugal, Be Flexi ble, Generate Breakthrough Growth*, Jossey-Bass, San Francisco 2012.

Online

- <https://www.dezeen.com/2016/06/02/venice-architecture-biennale-2016-recycled-waste-exhibition-entrances-alejandro-aravena/>
<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=6947>
<http://changeobserver.designobserver.com/entry.html?entry=14498>

**W cieniu piramidy
Maslowa.
Zagadka ludzkich
potrzeb**

Edwin Bendyk

Nadmiar jako cecha społeczeństwa hiperkonsumpcyjnego wymaga problematyzacji. Należy więc nadmiar analizować z perspektywy funkcjonowania systemu kapitalistycznego, który po upadku komunizmu w latach 1989–91 uzyskał pełną globalną hegemonię. Warto badać nadmiar jako aspekt przemian nowoczesnej kondycji społecznej, z indywidualizacją jako kluczowym procesem dla kształtowania się tej kondycji. Nie sposób w końcu pominąć perspektywy jednostkowej i zapytać o to, jak sytuacja nadmiaru ma się do zaspokojenia ludzkich potrzeb.

Nadmiar i kapitalizm

Kapitalizm można zdefiniować jako system społeczno-gospodarczy, polegający na cyrkulacji i akumulacji kapitału. Kapitał, jak przekonywał Karol Marks, nie jest rzeczą, skończonym zasobem, lecz stosunkiem społecznym, złożoną siecią relacji wiążących pracę, pieniądź i towar w nieustannym dynamicznym procesie kreowania wartości dodatkowej i akumulacji. Bez akumulacji kapitalistyczna machina nie może funkcjonować, polega bowiem na ciągłym wzroście zasilającym eksploatacją zasobów pracy i środowiska.

Rewolucja przemysłowa – największy sukces kapitalizmu – umożliwiła przejście od sytuacji ciągłego niedoboru, właściwego epoce przedprzemysłowej do sytuacji masowego wytwarzania dóbr i usług. To stan, w którym największym zagrożeniem dla systemu jest niedostateczny popyt na wytwarzane dobra, zwany kryzysem nadprodukcji. To właśnie kryzys nadprodukcji, czyli załamanie popytu, spowodował Wielką Depresję okresu międzywojennego. Uświadomił on, że kreowanie popytu zarówno przez państwo, jak i stymulowanie popytu konsumenckiego to najważniejsze zadania na rzecz utrzymania systemu.

Nieuchronną konsekwencją tej logiki jest nadmiar, a więc także i marnotrawstwo. Dlaczego się na nie godzimy? Ciekawą odpowiedź można znaleźć w pracach antropologa Grega Urbana¹. Stwierdził on, że kapitalistyczna nowoczesność wymagała nie tylko wypracowania strukturalnego mechanizmu rozwoju, opartego na akumulacji kapitału, ale także szczególnej metakultury. Metakultura to sposób, w jaki kultura mówi sama o sobie i siebie ocenia. W społeczeństwach przednowoczesnych, opartych na tradycji obowiązywała metakultura powtórzenia. Premiowała ona przywiązanie do stałych form i narracji mających swe źródło w mitach.

W nowoczesności rozwinęła się metakultura nowości, waloryzująca zmianę, polegającą na ciągłym kreowaniu nowych artefaktów. Nie byłoby rewolucji przemysłowej, gdyby nie wcześniejsza rewolucja kulturowa, której jednym z głównych animatorów był Marcin Luter. To on innowację technologiczną, druk z ruchomą czcionką, przekształcił

1 Greg Urban, *Metaculture. How Culture Moves Through the World*, University of Minnesota Press, 2001.

w nowoczesny system wydawniczy niezbędny dla promocji nowej, reformacyjnej idei. Gdy reformacja okrzepła i propagandowa machina nie musiała już działać z taką energią, jak na początku, ujawnił się pierwszy kryzys nadprodukcji – rozbudowane moce wydawnicze domagały się zleceń. Okazało się, że regularne wydawnictwa, wymyślane dla propagowania treści religijnych, można wykorzystać do opisywania życia codziennego: zbrodni, żywotów królów, wojen. Raz uruchomiona machina zaczęła się nakręcać stymulowana podwójnym sprzężeniem zwrotnym: cyrkulacji pieniądza i głodu nowych treści, nie tylko wiadomości, kazań i reprodukcji Pisma Świętego ale z czasem także powieści i innych form literackich. Rosnąca produkcja kulturowa szybko doprowadziła do sytuacji nadmiaru, którym można było zarządzać jedynie przez kolejne innowacje – nowe formy kultury, a de facto metakultury, jak recenzje, omówienia i krytyki, umożliwiające odbiorcom rozeznanie, na ile nowe produkty są nowe i warte zainteresowania. Ponieważ głównym miejscem prezentowania owych krytyk były periodyki, powstał dodatkowy, metakulturowy popyt na nowości.

Jeśli komuś wydaje się, że przemysły kultury są zjawiskiem kapitalizmu późnonowoczesnego, powinien zrewidować ten pogląd – pierwszym przemysłem kapitalizmu była kultura druku i rynek wydawniczy, który dostarczył późniejszemu, przemysłowemu kapitalizmowi większości niezbędnych innowacji, od technologii masowej produkcji przez domową i wysyłkową sprzedaż, aż po kredyt konsumencki.

Nowoczesna kondycja społeczna

Rewolucja Lutera zainicjowała też wiązkę niezwykłych procesów społecznych, o paradoksalnej często charakterystyce. Najważniejszy to indywidualizacja, sprzężona jednak z procesem umasowienia. Samodzielna lektura to najbardziej samotna praktyka kulturowa, bez której jednak nie powstałoby nowoczesne, masowe społeczeństwo, oparte na solidarności organicznej i więzach zapośredniczonych przez media. Społeczeństwo, w którym każdy czyta samodzielnie, ale ten sam zestaw lektur i gazet umożliwiający stworzenie wspólnego imaginarium i zbiorowej podmiotowości, wyrażającej się w „My, Naród”.

Raz uruchomiony proces indywidualizacji, sprzężony z procesami akumulacji kapitału i wspomagany przez metakulturę nowości, doprowadzić musiał do nadmiaru, który obsłużyć mogło jedynie coraz większe zróżnicowanie popytu, czyli odmasowienie konsumpcji i jej singularyzacja. To z kolei wywołało presję na odmasowienie produkcji i coraz większą jej personalizację, możliwą dzięki rozwojowi cyfryzacji. Nastąpiła, jak pokazuje Lucien Karpik, *L'économie des singularités (Gospodarka pojedynczości)*². W sensie kulturowym, to z kolei teza Manuela Castellsa, społeczeństwo komunikowania masowego przekształciło się w społeczeństwo zindywidualizowanej komunikacji masowej,

2 Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, Gallimard, 2007.

której centrum zajmuje dziś „Ja”³. Symbolicznym momentem uznania tego przejścia był hołd, jaki ikona kultury i komunikacji masowej, tygodnik „Time”, złożyła w 2006 r. owemu „Ja” (a dokładnie „Ty”, *you*), mianując je Człowiekiem Roku.

W tym samym roku Steve Jobs zaprezentował iPhone’a, rozpoczynając tym samym epokę smartfonów, czyli uniwersalnych interfejsów pojedynczych, ale usieciowionych „Ja”. Samsungi i iPhone’y są do siebie podobne, ale każdy jest inny, pojedynczy na wzór swego właściciela, który swą pojedynczość wyraża, instalując unikatowy zestaw aplikacji oraz korzystając z wyboru milionów propozycji dostępnych, AppStore i Google Play. Nadmiar doskonały, choć stawką smartfonowej rewolucji nie były i tak aplikacje, lecz możliwość stałego dostępu do własnej, unikatowej sieci społecznej właściciela aparatu.

Nowoczesne społeczeństwo ze swoimi formami integracji społecznej „n'existe plus” – przestało istnieć, stwierdził sędziwy francuski socjolog Alain Touraine w dziele o znaczącym tytule *La Fin des sociétés (Koniec społeczeństw)*⁴. Zastąpił je, jak z kolei podpowiada Barry Wellman, Społeczny System Operacyjny, czyli obdarzona swoistą inteligencją sieć łącząca usieciowionych indywidualistów⁵. To z kolei nie jest niczym innym niż opisywanym przez Karola Marksa Intelaktem Powszechnym, wiedzą zakumulowaną w systemie technicznym, będącą konkretną formą kapitału. Integracja społeczna przez kulturę ustąpiła koordynacji działań usieciowionych indywidualistów przez kapitał ucieleśniony w Społecznym Systemie Operacyjnym.

Nieprzewidziane rewolucje

Znając strukturalne uwarunkowania kondycji nadmiaru, czas spojrzeć na problem z perspektywy „Ja” usieciowionego indywidualisty. To „Ja” jest pojedyncze, ale wyraża uniwersalny wzór przekształceń społecznych, technologicznych, kulturowych. To „Ja” w swym uniwersalnym, usieciowionym wyrazie ukształtowało się w bardzo krótkim czasie trzech dekad rozwoju internetu i cyfrowej telefonii komórkowej, zwieńczonych konwergencją tych światów za sprawą smartfonu. Przygotowanie do rewolucji trwało dłużej. Co ciekawe, każda z kluczowych dla jej przebiegu innowacji pojawiła się wbrew prognozom, intuicjom i obowiązującemu przekonaniu.

Przegląd nieprzewidzianych wynalazków warto rozpocząć od radiodiodbiornika tranzystorowego, który pojawił się na rynku w latach 50. Jego produkcja stała się możliwa dzięki jednemu z najważniejszych wynalazków XX w. – tranzystora. Zastąpił on lampy elektronowe, zmniejszając wielkość układów elektronicznych. W rezultacie powstało urządzenie przenośne, które można było wziąć do ręki, by słuchać

3 Manuel Castells, *Społeczeństwo sieci*, przeł. K. Pawluś, J. Stawiński, M. Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2016.

4 Alain Touraine, *La Fin des sociétés*, Seuil, 2013.

5 Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System*, The MIT Press, 2014.

w dowolnym miejscu. „Tranzystory” długo cierpiały na wadę – gorszą jakość dźwięku niż stacjonarne odbiorniki lampowe. Po co więc ktoś miałby kupować nowsze, ale gorsze?

A jednak „tranzystor” okazał się hitem, na podstawie którego rozwinęła się marka japońskiego koncernu Sony. Co zdecydowało o sukcesie? Trafił w potrzeby nowej grupy odbiorców „wyprodukowanych” przez zmianę społeczno-kulturową. W latach 50. muzyką młodego pokolenia był rock’n’roll, tylko jak go słuchać, gdy domowe radio stojące w salonie kontrolował ojciec, słuchający przedwojennych szlagierów i nudnych audycji publicystycznych? Najfajniej byłoby uciec ze swą muzyką poza zasięg społecznej kontroli, rozta czaranej przez dorosłych. „Tranzystor” okazał się więcej niż gadżetem – stał się technologią wolności. Nie tylko młodzieży. Przenośne radiodbiorniki tranzystorowe odegrały kluczową rolę w rewolucjach antykolonialnych w Afryce i Azji przełomu lat 50. i 60.

Dwie dekady później z podobną niewiarą rynek patrzył na nowy pomysł Sony – walkmana, czyli przenośny magnetofon. Zdziwienie analityków budził fakt, że walkman nie miał funkcji nagrywania, a przecież do nagrywania właśnie wymyślono magnetofony. Jak mówi legenda, szef Sony, Akio Morita, chciał mieć jednak urządzenie, na którym mógłby słuchać ulubionych oper podczas długich podróży. Pierwsze urządzenia trafiły na rynek w 1979 r. Był to strzał w dziesiątkę – walkman okazał się jednym z największych sukcesów rynku elektroniki użytkowej. Dlaczego? Ponieważ rozwijał ideę tranzystora w społeczeństwie, które przeżyło już rewoltę 1968 r. A jej stawką była nie tylko możliwość słuchania na własnych warunkach, ale również słuchania tego, co się chce i kiedy się chce.

Nowa technologia wolności miała także swój polityczny kontekst – rewolucja irańska 1979 roku w dużej mierze zyskała masową energię dzięki szmuglowaniu przemówień ajatollaha Chomeiniego na kasetach magnetofonowych.

Kolejną, analogiczną historię można opowiedzieć o iPodzie, który Steve Jobs pokazał światu jesienią 2001 roku, miesiąc po zamachach na World Trade Center i Pentagon. Wydawałoby się, że był to najgorszy moment na prezentację drogiego gadżetu na rynku już po brzegi wypełnionym tanimi odtwarzaczami plików mp3. A jednak iPod przyjął się błyskawicznie, dominując rynek odtwarzaczy muzycznych do czasu, gdy zdezonizowały go iPhone’y i smartfony.

Skąd ten sukces? Najciekawsza interpretacja wskazuje na obecność już w pierwszych modelach twardych dysków, umożliwiających większości użytkowników przerzucenie na urządzenie kolekcji muzyki całego życia. Okazało się, że miało to istotne znaczenie dla mieszkańców współczesności, dla których indywidualizacja połączona była z mobilnością i koniecznością ciągłego przemieszczania się. Muzyka wydobywająca się z iPoda, grającego w pokoju bezimiennego hotelu, stawała się protezą tożsamości dla ludzi o coraz bardziej pokawałkowanych biografiach i „proteuszowych” jaźniach. Pojęcie *Protean*

Self zaproponował Robert Jay Lifton, by opisać kondycję współczesnych ludzi, którzy ze względu na ciągłą zmianę kontekstu funkcjonowania – zmieniające się zatrudnienie, miejsca zamieszkania, partnerów – muszą zmieniać także siebie, by się dostosować do nowych okoliczności⁶.

Te wszystkie supergadżety są jednak niczym w porównaniu z sukcesem telefonii komórkowej. Zgodnie z mądrością lat 80. XX wieku sukces ten nie miał prawa się wydarzyć. W 2000 roku z telefonów mobilnych miało korzystać na całym świecie do miliona abonentów. Pierwsza sieć cyfrowej telefonii komórkowej w standardzie GSM ruszyła w lipcu 1991 roku w Finlandii. W 2000 roku z komórek korzystało już 740 mln osób. Głównie mieszkańców globalnej Północy. To pozwoliło zracjonalizować sukces nowej technologii – komórka stała się symbolem statusu w hiperkonsumpcyjnym, zindywidualizowanym i bogatym społeczeństwie.

Jak jednak wyjaśnić lawinę, jaka ruszyła w XXI wieku i zalała kraje globalnego Południa? W 1999 roku z komórek korzystało jedynie 43 mln Chińczyków, dekadę później już blisko 750 mln. W podobnym tempie komórki opanowały resztę Azji i Afrykę. Dziś korzystają z nich praktycznie wszyscy, a sieci mobilne oferują swe usługi nawet tam, gdzie nie działa państwo. W ogarniętej wojną domową Syrii może brakować lekarstw, wody, jedzenia, ale zazwyczaj nie brakuje zasięgu. W Somalii, uznawanej za kraj upadły, funkcjonuje sześć sieci komórkowych. Po co i dlaczego, skoro wydawałoby się, że mieszkańcy tych krajów mają pilniejsze potrzeby, niż płacenie abonamentu za utrzymanie dostępu do sieci?

Zagadka ludzkich potrzeb

Badania nad użytkownikami telefonów komórkowych pokazują ciekawe zjawiska. Na przykład młodzi ludzie, jeszcze bez stałych dochodów, podkreślają, że możliwość komunikowania się jest dla nich najważniejszą sprawą. Tak bardzo, że mogą nie dojechać, by odłożyć na niezbędne opłaty. Fanaberia? Patologiczne uzależnienie? Czy rzeczwiśta potrzeba? Ciekawe światło na ten problem rzucają badania, analizujące wybory mieszkańców społeczności żyjących w skrajnej biedzie. Podsumowują je Esther Duflo i Abhijita Banerjee w książce *Poor Economics*⁷.

Uczeni sprawdzili, co robią ubodzy, gdy nieco im się poprawi materialny los. Gdy poprawa jest znikoma, to w pierwszej kolejności zaspokajany jest głód. Wystarczy jednak, że dodatkowych pieniędzy jest nieco więcej, niż potrzeba na zaspokojenie fizjologicznego głodu. Pojawiają się wówczas inne priorytety: już nie więcej jedzenia, ale lepsze produkty spożywcze oraz wydatki na infrastrukturę łączności,

6 Robert Jay Lifton, *Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation*, University of Chicago Press, 1999.

7 Esther Duflo, Abhijita Banerjee, *Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*, Public Affairs, 2012.

czyli telewizor i telefonię komórkową. Nawet jeśli ciągle jeszcze jedzenia brakuje i ciągle się nie dojada. Co w takim razie z tak zwaną piramidą Masłowa, która pokazuje, że ludzkie potrzeby tworzą hierarchię? Wynika z niej, że najpierw trzeba się najeść, zaspokoić potrzebę bezpieczeństwa, by zajmować się fanaberiami, jak uczestnictwo w kulturze.

Czy piramida Masłowa⁸, która powstała na potrzeby psychologicznej teorii motywacji, rzeczywiście wyjaśnia kwestię ludzkich potrzeb? Ian Gough i Len Doyal w fundamentalnym opracowaniu *A Theory of Human Need*⁹ dowodzą, że istnieją dwie uniwersalne potrzeby podstawowe: potrzeba zdrowia i potrzeba autonomii. Sprawność cielesna i możliwość podejmowania decyzji w swoim imieniu są warunkiem realizacji innych celów. Czym w takim razie jawi się w tej perspektywie telefon komórkowy? Czym jest smartfon w ręku uchodźcy? Zabawką czy narzędziem umożliwiających koordynację działań, a więc zarządzanie swoją autonomią?

Jeśli więc rację mają Gough i Doyal, to oznaczałoby, że za sukcesem opisanych powyżej (może z wyjątkiem iPod'a) wynalazków kryje się to, że odpowiadały one doskonale na potrzebę autonomii, zaspokajając ją w sposób optymalny w konkretnym kontekście społecznym i historycznym. Dziś w tej ewolucji dotarliśmy do szczególnego punktu. Proces indywidualizacji dotarł do momentu upodmiotowienia pojedynczego, usieciowionego „Ja” i rozwoju zindywidualizowanej masowej komunikacji oraz gospodarki pojedynczości. Społeczeństwo zostało zastąpione przez Społeczny System Operacyjny. Do tego wszystkiego dochodzi, jak przekonuje Manuel Castells, rozwój technologii wolności, zawdzięczających swój sukces temu, że odpowiedziały na potrzebę autonomii, oraz rozwój usieciowionego indywidualizmu. Tworzy on usieciwione sprzężenie zwrotne, którego efektem jest kultura autonomii: im ktoś intensywniej korzysta z sieci, tym większe ma poczucie autonomii i im większe ktoś ma poczucie autonomii, w tym większym stopniu korzysta z sieci, by tą autonomią zarządzać.

Więcej za mniej

To wszystko jednak, trzeba pamiętać, dzieje się w warunkach systemu kapitalistycznego, w którym relacje koordynowane przez Społeczny System Operacyjny mają bezpośrednio lub pośrednio charakter towarowy, czyli uczestniczą w maszynie akumulacji kapitału, a więc i kreowania nadmiaru. Czy tej logice można się przeciwstawić? Czy możliwe jest utrzymanie metakultury nowości i kultury autonomii przy jednoczesnym oderwaniu od logiki akumulacji? Tylko wówczas, gdyby innowacyjną energię metakultury nowości przekierować

8 Abraham Maslow, *Motywacja i osobowość*, przeł. J. Radzicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

9 Len Doyal, Ian Gough, *A Theory of Human Need*, The Guilford Press, 1991.

w stronę paradygmatu „więcej za mniej”. W nowym paradygmacie nadmiar ilościowy zostałyby zastąpiony nadmiarem jakościowym.

Etnolog Tomasz Rakowski podpowiada, że dobrym miejscem poszukiwania inspiracji, jak wyrwać się z kultury nadmiaru ilościowego bez utraty potencjału innowacyjnego, są środowiska określane jako zmarginalizowane i jako takie uznawane za patologię i tym samym przedmiot troski, a nie autonomii i opartej na niej kreatywności. Tymczasem, jak pokazują badania w podsztydłowieckich wsiach¹⁰, dotkniętych od początku transformacji wysokim bezrobociem, ich mieszkańcy nie poddają się biernie losowi, tylko odpowiadają na wyzwania kreatywnością i innowacyjnością, umożliwiającą im godne życie i zachowanie autonomii w warunkach materialnej deprivacji. Inaczej rzecz ujmując, od dawna realizują strategię „więcej za mniej”. Rzecz jasna, nie chodzi o kopiowanie ich rozwiązań, tylko twórczą kooperację w relacji współzależności, która umożliwiła połączenie różnorodnych zasobów, by strategia „więcej za mniej” nie była jedynie strategią przetrwania, lecz dobrego życia.

10 Tomasz Rakowski, *Łowcy, zbieracze, praktycy niemocy*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2009.

Bibliografia

- Doyal, L., Gough, I., *A Theory of Human Need*, The Guilford Press, 1991.
- Duflo, E., Banerjee A., *Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*, Public Affairs, 2012.
- Karpik, L., *L'économie des singularités*, Gallimard, 2007
- Sharp, G., *From Dictatorship to Democracy*, Serpent's Tail, 2012.
- Lifton, R. J., *Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation*, University of Chicago Press, 1999.
- Maslow, A., *Motywacja i osobowość*, przeł. J. Radzicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2006.
- Rakowski, T., *Łowcy, zbieracze, praktycy niemocy*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk, 2009.
- Touraine, A., *La Fin des sociétés*, Seuil, 2013.
- Urban, G., *Metaculture. How Culture Moves Through the World*, University of Minnesota Press, 2001
- Wellman, B., *Networked: The New Social Operating System*, The MIT Press, 2014.

Współczynnik elektryczności

Bogumiła Jung

Poszukując źródeł postawy konsumpcyjnej, tak powszechnej w dzisiejszym społeczeństwie, można zwrócić uwagę na fakt, że jednym z najważniejszych elementów, umożliwiających rozszerzanie się niekontrolowanej konsumpcji i nadprodukcji, w tym także rozprzestrzenianie się co sekundę gigabajtów danych – jest prąd elektryczny. Przeciętny konsument prawdopodobnie nie uświadamia sobie na co dzień w jakiej skali nasza rzeczywistość jest „zaanektowana” przez energię elektryczną. Truizmem niemal jest stwierdzenie, że prąd elektryczny to podstawa, wręcz krwiobieg naszej współczesności, bez niego nie byłaby w stanie zaistnieć spora część naszego świata. Ale ten element, jeśli działa, jest jak powietrze – niezauważalne, gdy wszystko jest w porządku, alarm wzbudza dopiero jego zły stan albo brak. A przecież elektryczność jest znana i powszechnie wykorzystywana od tak niedawna, że obecne totalne uzależnienie naszego życia od energii elektrycznej powinno budzić nasze zdumienie i skłaniać do refleksji.

Musimy uświadomić sobie, jak bardzo nasza codzienna egzystencja jest podporządkowana konieczności nieustannego zasilania przez prąd elektryczny wielu otaczających nas urządzeń. Sprowokowało mnie to do prześledzenia, jakim szybkim i jednocześnie ogromnym zmianom, związanym z rozwojem techniki, podlega cała sfera naszej codzienności. A przez to także podlegamy presji zmian my sami, jako użytkownicy niezliczonej ilości przedmiotów – niezbędnych, przydatnych, pożytecznych, ale też czasem niepotrzebnych lub wręcz szkodliwych. W ciągu niewiele ponad stu lat kultura materialna rozwiniętych społeczeństw dokonała kilkakrotnej transformacji – czego świadkami były zaledwie cztery pokolenia... I wystarczy zwrócić uwagę na przemiany choćby tylko niektórych elementów urządzeń elektrycznych, aby dostrzec, jak w soczewce, skalę tej rewolucji, jaka dokonała się w naszym najbliższym otoczeniu.

Jednym z rzeczywistych kroków milowych naszej cywilizacji było nie tylko wymyślenie, ale praktyczne zastosowanie energii elektrycznej, które możliwe się stało po upowszechnieniu metody jej przesyłania na odległość. Już w XVIII wieku eksperymentowano z prądem elektrycznym i intensywnie go badano. Ale wówczas, nawet po wytworzeniu tej niezwykłej, nowej energii, nie można było jej szerzej zastosować, dopóki nie wymyślono, jak ją przesyłać z miejsca wytworzenia do odbiorców, i to na duże odległości. Dopiero opatentowanie metody i zbudowanie potężnych sieci przesyłowych pozwoliło naprawdę szeroko zastosować energię elektryczną. Początkowo była wykorzystywana jako źródło oświetlenia ulic w miastach, wzbudzając niekłamany entuzjazm i stosunkowo szybko zastępując oświetlenie gazowe. Jednak dopiero to późniejsze, wielorakie zastosowania silników na prąd zrewolucjonizowało metody produkcji przemysłowej wielu branż, dodatkowo wspierając zjawisko tworzenia skupisk fabryk w nowych miejscach, oddalonych od tradycyjnych źródeł energii i kopaliny. Zaczęły powstawać kolejne rejony silnego uprzemysłowienia, a w wielkich

aglomeracjach budowano nowe, potężne jak na owe czasy, elektrownie, które odpowiadały na wzrastające zapotrzebowanie coraz większej liczby odbiorców. Sieci przesyłowe zaczęły wpisywać się w pejzaż, kreśląc go liniami wysokiego napięcia. Powstawały stacje transformatorowe, rozsyłające dalej energię poprzez kolejne linie, oplatające ulice i budynki swą pajęczyną. Zwłaszcza w miastach Południa Europy jest ona do dzisiaj malowniczo rozwieszona, bo tam, gdzie zimy stawiają technice surowsze wymagania, warunki zmusiły człowieka do większej dyscypliny w budowaniu instalacji zewnętrznych. Dzisiaj zapotrzebowanie na prąd narasta nieustająco. Wciągu stu lat nastąpiła ogromna ekspansja w zastosowaniach prądu, którego – oprócz sfery produkcji – wymaga także w znaczącej części transport (metro, kolej, tramwaje). Nasze przestrzenie publiczne – lotniska, dworce, centra handlowe – nieustająco potrzebują zasilania dla swej podstawowej obsługi, podobnie jak wszelkie urzędy. Nie tylko ich oświetlenie, ale także gromadzenie i przetwarzanie danych, sfera komunikacji wewnętrznej i z klientem – to obszary, gdzie konieczne jest stałe dostarczenie prądu. A także niemal cała medycyna – wszystkie jej dziedziny obecnie wymagają nieustającego zasilania energią elektryczną. Nie tylko diagnostyka, operacje i zaawansowane techniki leczenia, ale nawet najprostszy zabieg rzadko kiedy nie jest związany z odbiornikiem prądu – ostatecznie wymaga go choćby konieczność funkcjonowania systemu dokumentacji medycznej, opartej na generowanym w komputerze zapisie i drukarce, aby wyniki mógł otrzymać pacjent. Wszystkie właściwie dziedziny naszego życia obecnie generują coraz większe zapotrzebowanie na energię elektryczną, i to w skali, której nie uświadamiamy sobie na co dzień. Wywołuje to konieczność wytworzenia coraz większych jej ilości. Oczywiście, mamy w Europie politykę pozyskiwania wzrastającej części energii ze źródeł odnawialnych (różnie, niestety, realizowaną!). Ale faktem bezspornym jest obecne totalne uzależnienie naszego życia od konsumpcji coraz większej ilości energii elektrycznej, której masowe zastosowanie rozpoczęło się przecież dopiero w końcówce XIX wieku. Nowy rodzaj energii wymagał wówczas stworzenia sieci oraz zupełnie nowych urządzeń, maszyn, osprzętu. Początkowo poszczególne odbiorniki prądu wpinano po prostu do sieci, co wiązało się z dużym niebezpieczeństwem porażenia prądem – nie tylko dla monterów, ale i odbiorców, zdarzały się wypadki śmiertelne. Ale już w pierwszej dekadzie XX wieku wprowadzono znane nam dziś elementy osprzętu elektrycznego – gniazda, wyczki, wyłączniki. I chyba skalę prawdziwej rewolucji w tym zakresie pokazują nam dzisiaj właśnie te przedmioty. Ekspozowane w Villa Hügel w Essen, zabytkowe gniazdko i przełączniki są pięknym przykładem przechodzenia od „rzemiosła” do „przemysłu”, są dowodem płynnego połączenia pomiędzy tymi sferami. Ponieważ prąd elektryczny wprowadzano w pierwszym rzędzie do siedzib ludzi zamożnych, odpowiednio do ich statusu kształtowane były detale osprzętu elektrycznego, podobnie jak wszelkie

inne elementy wystroju wnętrz. Pierwszymi materiałami, z których wykonywano gniazdka i przełączniki, były: metal, porcelana, niekiedy twarde drewno i kość słoniowa. Jako że na przełomie wieków dominował styl eklektyczny, czerpano garściami z elementów stylu epok minionych. Detale te wykonywano nader starannie, a ich dekoracyjna forma często tworzona była na bazie zapożyczeń z antyku lub też z inspiracji motywami roślinnymi. W kompozycji są wyraźne linie podziału, kształt tworzony poprzez osie symetrii, forma wzbogacana ornamentem, z dekoracyjnymi frezowaniami. Później, mniej więcej od lat 40., upowszechniło się zastosowanie bakelitu i przez kilka dekad był on wykorzystywany jako znakomity, główny materiał do wykonywania osprzętu, a także niektórych elementów urządzeń elektrycznych. Nowy materiał i idee modernistycznej oszczędności w definiowaniu kompozycji bryły, głównie podporządkowanej funkcji, na wiele lat zdominowały język kształtowania formy gniazdek i przełączników. Potem nastąpiła epoka tworzyw sztucznych, które niemal bez reszty „zagospodarowały” ten obszar wytwórczości, nie tylko ze względu na właściwości samego materiału, ale przede wszystkim – łatwość wytwarzania i niską cenę.

Dziś jednak, pomimo że masowo stosowanym materiałem na gniazdka i przełączniki są nadal tworzywa sztuczne, od jakiegoś czasu pojawił się w projektowaniu trend, nazywany nostalgią retro, który nawiązuje do języka form sprzed kilku dekad, jeśli nie zupełnie początku XX wieku. Popularne stało się instalowanie zwłaszcza takich „nowych-starych” części infrastruktury w zabytkowych wnętrzach, obecnie restaurowanych, lub też we wnętrzach poprzemysłowych, poddawanych adaptacjom. Wśród szerokiej oferty firm, produkujących tego typu elementy, nadal są stosowane trwałe materiały, takie jak metal i porcelana. Stosuje się także szkło i specjalnie przygotowane drewno. Od strony projektowej można zauważyć, że wyraźnemu ukłonowi w stronę tradycji towarzyszy duża oszczędność wyrazu w kształtowaniu tych elementów; mniej stosuje się dekoracji i ornamentyki. Co ważne, obecnie główną tendencją przy projektowaniu osprzętu jest dążenie do zminimalizowania lub redukcji elementów składowych, w myśl zasady: prosto-prościej-najprościej. Coraz częściej stosowane są naprawdę minimalistyczne, oszczędne w wyrazie, maksymalnie płaskie wyłączniki lub panele dotykowe. Wraz ze zmianami wykorzystywanych materiałów i technologii nastąpiło bowiem w ciągu zaledwie kilku dekad przejście od sterowania i regulowania różnymi urządzeniami za pomocą wyraźnych ruchów palców/dłoni/całego ramienia do dzisiejszego dotyku lub muśnięcia palcem ekranu. To jeden z wyznaczników, uświadamiających nam skalę przemian, w jak szybkim czasie i w jak ogromnym zakresie kultura materialna rozwiniętych społeczeństw zmieniła się w związku z rozwojem techniki, stwarzając nowe możliwości i wyzwania.

Warto sobie w tym miejscu uświadomić (albo przypomnieć), że istnieje ważny obszar, związany integralnie z wszechobecnym wykorzysta-

niem energii elektrycznej w naszej rzeczywistości, którym jest osprzęt do przeprowadzania pomiarów. Nie wszyscy zdajemy sobie sprawę z tego, że wszystkie instalacje, sieci i odbiorniki muszą być nie tylko zainstalowane, ale także stale w czasie eksploatacji poddawane kontrolnym pomiarom stanu sieci przesyłającej energię, „niewidzialną” przecież gołym okiem. Aby zadbać o jej jakość, stworzony został już u zarania rozwoju tego obszaru cały system, który pozwala na obserwację bieżącą i eliminowanie awarii. Pomiary regularnie wykonywane są przez specjalistów, za pomocą urządzeń pomiarowych. Tu można wspomnieć o ciekawym zjawisku. Zaprezentowany na ilustracji miernik zerowania firmy ELTRON, pochodzący z połowy lat 60., którym można zmierzyć pewne wartości indukcyjne transformatorów, to przykład analogiczny do pierwszych tego typu urządzeń. Całość zamknięta w pudełku obudowy z lakierowanej stali, o bardzo prostej, geometrycznej formie, u góry uchwyt z prostej rurki. Czułe wskaźniki, chronione przez szybki w bakelitowych, prostokątnych ramkach, umieszczone są na pochylonej części przedniej płaszczyzny, co wpływa na ułatwienie odczytu – czyli mamy tu ułkon w stronę użytkownika. Pokręta są dwa, różne, bo przypisane do odmiennej funkcji. Jedno związane jest z pomiarem napięcia mierzonej sieci, a drugie – opornością obwodu i współczynnikiem K bezpieczników instalacyjnych. Ich forma jednoznacznie wiąże się estetyką stylizacji, z jej „opływową” linią. Jednocześnie czytelnie wskazują one na sposób chwytania i kierunek możliwego obrotu w osi, którą bezwiednie się odczytuje. Miernik ten należy do starszej grupy urządzeń, które działały w ten sposób, że ich „odczyty” polegały na metodach technicznych pomiarów, z uzyskiwanymi wartościami z dokładnością do kilku miejsc po przecinku. Urządzenia te były przez to dosyć skomplikowane, ale dla rzetelności wykonywania pomiarów cenniejsze. W dzisiaj produkowanych zestawach urządzeń pomiarowych (mierników) stosuje się już metody analityczne, kosztem dużego zaokrąglenia uzyskiwanych wartości, a wielkości te są przez to bardziej szacunkowe. Ciekawe, że cała dziedzina poszła w kierunku dopuszczalnego uproszczenia, aby zyskać na szybkości obliczeń, choć nie zawsze idzie to w parze z dokładnością. Technika zwróciła się zatem w stronę wygody, ale w jakimś stopniu kosztem bezpieczeństwa. Jako ciekawe prezentuję też drugie urządzenie, także z grupy tych wcześniejszych mierników, pracujących metodami technicznymi, ale późniejsze o 20 lat, z roku 1985 – produkt firmy METRA BLANSKO, o tektonice wyraźnie ukształtowanej już przez projektanta-dizajnera.

Błyskawiczne upowszechnianie się zastosowań energii elektrycznej i silników na prąd zrewolucjonizowało nie tylko metody produkcji przemysłowej, ale też wywołało duże zmiany w podstawowych urządzeniach w gospodarstwach domowych, nie tylko wpływając realnie na całą sferę przemian społecznych, ale wręcz umożliwiając je. Zmiana sposobu zarobkowania i organizacji życia rodzinnego wpłynęła pośrednio na transformację struktury rodziny. Na te przemiany miały

w jakiejś mierze wpływ różne przedmioty – bohaterowie życia codziennego. Chyba pierwszoplanową rolę odegrała tu lodówka. Pierwsze elektryczne lodówki pojawiają się na początku XX wieku. W Chicago firma DOMELRE (Domestic Electric Refrigerator) oferuje je już w 1913 roku. Miały one formę szafki na stosunkowo wysokich nóżkach, z agregatem umieszczonym na zewnątrz, na górnej ścianie. Zapoczątkowały one nową erę w technologii przygotowywania i przechowywania żywności w domu. Urządzenia te pozwoliły na stopniowe zwiększanie proporcji świeżych produktów w diecie codziennej. A dziś w reklamach słyszymy nawet o „multimedialnej lodówce” – sugestia wyższego rzędu kooperacji z domownikami...

Drugie urządzenie domowe, którego transformacja miała zresztą kilka etapów, to pralka. Prosty sprzęt, jakim była tara (plus ciężki wysiłek fizyczny praczki), został zastąpiony najpierw przez elektryczną pralkę wirnikową. Jej wczesny egzemplarz z 1907 roku, autorstwa A. Fishera, miał drewniany bęben, obracający się w osi poziomej, z silniczkiem umieszczonym na zewnątrz, na metalowej konstrukcji nośnej. Poprzez pas transmisyjny napęd był przenoszony na oś obrotu drewnianego bębna, skonstruowanego z deszczulek, niczym beczka – jednak z klapką w płaszczyźnie zewnętrznego obwodu, aby dno i wieko górne mogły pozostać szczelne. W połowie XX wieku w Polsce przez kilka dekad prym wiodła pralka „Frانيا”, obecna niemal w każdym domu. Miała solidną, acz prostą konstrukcję, bywała wyposażona dodatkowo w wężymaczkę. Metalowy walec zawierał silnik w dolnej części, a pojemnik na wodę z wirnikiem – w górnej. Sterujące elementy i uchwyty były z czasem wykonywane już z plastiku, a korpus stalowy – malowano obowiązkowo na biało. Potem doszliśmy do etapu pralki automatycznej, aż po dzisiejsze „inteligentne” urządzenia, programowane i nawet zdalnie uruchamiane za pomocą aplikacji. Ważny, ale niegdyś bardzo uciążliwy proces dbania o higienę i czystość odzieży, bielizny pościelowej i stołowej – słowem, wszystkiego, co w domu jest wykonane z tkanin – został zredukowany, dzięki masowemu używaniu najpierw wirnikowej, a potem programowanej pralki automatycznej. Stopniowo wyposażenie domu zaczęła tworzyć cała plejada urządzeń z elektrycznymi silniczkami, co ułatwiało wiele uciążliwych prac domowych (m.in. mikser, żelazko, odkurzacz, wentylator) lub czyniło łatwiejszą pielęgnację (suszarka elektryczna, lokówka). Peter Behrens w pierwszej dekadzie XX wieku zaprojektował dla niemieckiej firmy AEG klasyczne już formy niektórych z tych przedmiotów, a z czasem stały się one prawdziwymi ikonami wzornictwa.

Inne ważne narzędzie pracy, jakim stała się domowa maszyna do szycia, rozpowszechnione było w USA już w drugiej połowie XIX wieku. Jako mechaniczna konstrukcja, wspomagana pracą nóg osoby szyjącej, świetnie się sprzedawała w miastach wschodniego wybrzeża Ameryki. Maszyna do szycia jednak również bardzo zyskała na zastosowaniu silnika elektrycznego, który zastąpił wysiłek fizyczny, bardzo

nużący w czasie dłuższej pracy. Stała się ona synonimem urządzenia emancypującego – jednym z narzędzi, umożliwiających pracę zawodową kobiet, nawet jeśli w formie pracy nakładczej w domu, to dającej możliwości zarobkowania. Forma maszyn elektrycznych powtarzała zasadę tych z napędem pedałowym, czyli tworzona była na zasadzie „ubierania” czystej techniki mechanicznych podzespołów w zewnętrzny „strój” dekoracji i ornamentów, będących echem panującego stylu eklektycznego. Blat, do którego mocowano urządzenie, wsparty był na konstrukcji nośnej żeliwnych odlewów o płynnych liniach, w które wpisywano nazwę producenta. Dzisiaj te narzędzia budzą duży sentyment, żeliwne elementy są wykorzystywane do tworzenia nowych „form meblowych”, a same maszyny do szycia także stają się dekoracją samą w sobie – jak w salonie pewnego sklepu w Londynie [→ s. 403, rys. 6].

Obecnie urządzenia AGD (artykuły gospodarstwa domowego) wydają się nam niezbędne, nieodzowne, a firmy prześcigają się w tłumaczeniu nam, jak bardzo musimy je wszystkie mieć. Rozwój urządzeń AGD podąża w stronę zastosowań coraz bardziej zaawansowanych nowości technologicznych. Ekspozowane są potem na imprezach targowych, prezentując potencjał ważnej dziedziny gospodarki. Na targach EuroCucina w Mediolanie co dwa lata odbywają się liczne premiery urządzeń, które wykorzystują najwyższej klasy technologie, związane z przygotowaniem posiłków i przechowywaniem produktów. Zaopatrzone są też w wyszukane możliwości komunikowania się z użytkownikiem i programowania działań poprzez własne panele wyświetlaczy lub za pomocą aplikacji. W ich projektowaniu detale sterujące są albo dotykowe, albo przyciski uproszczone zostały do absolutnego minimum – prostokątne, zlicowane z płaszczyzną, z nieznaczną szczeliną pomiędzy nimi. Wystarczy muśnięcie palcem lub delikatne naciśnięcie lekko uginającej się od dotyku płytki. Pokręta, które chwyta się wyraźnym gestem, wróciły raczej jako element „stylu” w nowych reinterpretacjach urządzeń AGD – wraz z trendem nostalgii retro. Już niemal dekadę temu pojawiły się stylizowane na lata 50. sprzęty AGD, świetnie odpowiadające na sentymentalną chęć powrotu do krainy dzieciństwa, który to trend odwołuje się do romantycznej strony natury współczesnego konsumenta... Może to reakcja współczesnych nomadów na zmęczenie tempem życia? Niektóre firmy z tego trendu zrobiły swoją wizytówkę. Najwięksi producenci sprzętów i urządzeń do kuchni obecnie mają w ofercie nie tylko linie współczesne – zaawansowane technologie i minimalizm – ale także linię produktową dla zwolenników *slow food*, stylizowaną właśnie na lata 50. albo na jeszcze wcześniejsze dekady. Koncept „kuchni-laboratorium” walczy o lepsze z odwoływaniem się do „kuchni babuni”. Szerokość proponowanej oferty jest oczywiście związana z trendem maksymalnej indywidualizacji, uwzględniania różnych gustów i upodobań. W związku z tym każdego roku pojawiają się, jeśli nie nowe formy, to chociaż propozycje

nowych kolorów, których ilość bywa oszałamiająca. Na przykład na targach „Ambiente” we Frankfurcie kilkanaście barwnych propozycji (plus warianty) wypełniło monumentalną ścianę-regał, prezentującą kilkadziesiąt wersji jednego miksera kuchennego. Z kolei w innym miejscu firma, znana z pastelowych kolorów lodówek i innych sprzętów, zaprosiła do współpracy gwiazdę mody, która zaproponowała naniesienie na całe korpusy mocnej kolorystycznie ornamentyki, inspirowanej sztuką ludową, z oryginalnymi motywami kwiatowymi. Można odnieść wrażenie, że do pewnego momentu wymyślano nowe urządzenia AGD, aby nam pomagały, ułatwiały pracę, zmniejszały ilość nużących czynności lub wymagających dużego wysiłku. Kolejne powstawały natomiast po to, aby uprzyjemnić życie lub wspomóc relaks, jak na przykład ekspresy do kawy. Ale obecnie pojawia się czasem wrażenie, że przekroczony został punkt, w którym NADMIAR – ponoć niezbędnych – urządzeń powoduje, że nas osaczają.

Podobnie jak sprzęty AGD, także inne urządzenie przeszło imponującą transformację. To od telefonu, opatentowanego już w 1876 roku, zaczęła się niewątpliwie era indywidualnej komunikacji. Jedna ze znanych dziś, wczesnych wersji tego urządzenia, autorstwa Thomasa Edisona, powstała w 1879 roku – czyli raptem 140 lat temu. Jest to drewniana skrzynka z umieszczonym z przodu mikrofonem, głośnikiem na bocznym wysięgniku i dzwonkiem na górze. Później pojawiła się wersja z obrotową tarczą – jej debiut datowany jest na rok 1896, ale jej rozpowszechnienie nastąpiło później, bo na początku XX wieku czy wręcz w latach 30., kiedy zaczęto wytwarzać aparaty telefoniczne z bakelitu. Kolejnym krokiem milowym było wprowadzenie tarczy z przyciskami w roku 1963, co wiązało się z rozwojem elektroniki i możliwościami wybierania tonowego. Natomiast wynalezienie i rozpowszechnienie układów scalonych pozwoliło na rozwój telefonii komórkowej. Lata 80. XX wieku otworzyły epokę łączności bezprzewodowej. Początkowo przesyłano dźwięki zapisane w sposób analogowy, ale szybko rozwinięty został cyfrowy system łączności – GSM, a telefonia komórkowa stała się jedną z najdynamiczniej rozwijających się dziedzin gospodarki światowej. Kolejnym krokiem milowym było wprowadzenie przez firmę Apple w 2007 roku pierwszego iPhone’a. To zaledwie dekadę temu, a przecież dzisiaj smartfon zdaje się być ogromnie ważnym „towarzystwem” dla wielu ludzi, o wręcz fundamentalnym znaczeniu w ich codziennym życiu. Można powiedzieć – bardzo uogólniając – że w którymś momencie, dzięki rozwojowi komputerów, połączyła się z ich światem także sfera indywidualnej komunikacji (telefon/smartfon) oraz sfera masowej rozrywki (film i telewizja). Wszystko to łącznie eksplodowało powstaniem wirtualnej rzeczywistości. Dzisiaj stworzyliśmy „świat równoległy”, a łączymy się z nim poprzez liczne urządzenia: komputer osobisty, laptop, tablet, smartfon – w setkach, jeśli nie w tysiącach wersji, odmian, wariantów. Wszystkie te produkty są zasilane prądem elektrycznym, ładowane codziennie, albo też są podłączone

na stałe do sieci. Mowa o sieci energetycznej, bo z internetem łączy się już coraz częściej bezprzewodowo. NADMIAR tych przedmiotów rodzi ogromną konsumpcję prądu, niezbędnego, aby mogły działać. Ten świat, określany jako wirtualny, bywa zbyt wcześnie dostępny dla juniorów, a z kolei stosunkowo mało, lub w ogóle niedostępny dla seniorów. Indywidualne zanurzenie się w wirtualnej rzeczywistości mediów społecznościowych daje ludziom złudne poczucie wspólnoty, podczas gdy pojawiają się obecnie liczne, alarmujące sygnały o coraz większych trudnościach w budowaniu trwałych relacji z osobami żyjącymi obok. Widać to zwłaszcza u młodzieży – najbardziej podatnej na uzależnienie od portali społecznościowych czy gier komputerowych. Z kolei osoby starsze, trudniej dostosowujące się do kolejnych zmian, nawet jeśli podejmują próby obsługi współczesnych aparatów telefonicznych, wiąże się to ze sporymi trudnościami [→ s. 403, rys. 7]. Smartfon z ekranem dotykowym, nawet w ustawieniu „powiększony ekran”, jest owszem, bardziej widoczny, ale już nie uwzględnia ergonomicznych ograniczeń, związanych z możliwościami pracy ręki osób po osiemdziesiątce. Podejmowane indywidualnie próby znalezienia własnego rozwiązania to np. używanie małego palca dla obsługi niewielkich znaków na klawiaturze [→ s. 403, rys. 7]. Trzeba jednak zaznaczyć, że stopień skomplikowania tych urządzeń, zwłaszcza dla pokolenia, którego nie objęła możliwość powszechnego nauczania korzystania z komputera, jest tak znaczny, że należy mówić tu raczej o wyjątkach, niż o masowym korzystaniu z możliwości, jakie daje rzeczywistość wirtualna.

Zamiast wniosków, stawiam trzy pytania-postulaty. Po pierwsze: jak uświadomić dzisiejszym konsumentom, a zwłaszcza dzieciom i młodzieży, że trzeba zachować równowagę pomiędzy przebywaniem w świecie wirtualnym a realnym? Bo wydaje się, że na pierwszy plan wysuwa się dzisiaj ta właśnie RÓWNOWAGA, będąca koniecznym warunkiem dla naszego rozwoju. Po drugie: jak sprawić, by zanurzenie w wirtualnej rzeczywistości nie eliminowało potrzeby bycia „tu i teraz”? To drugi, ważny postulat: UWAGA, w ślad za nią idzie bowiem zainteresowanie nie tylko sobą i swoimi sprawami, ale także otwarcie się na tego, kto jest obok i na problemy potrzebujących. I wreszcie po trzecie: jakie wykreować IDEE, które pozwoliłyby odwrócić wektor: zwrócić uwagę współczesnych ludzi na to, że życie toczy się „tu i teraz”? Jakie idee spowodują, że odłożymy telefony, smartfony, tablety, laptopy – i zaczniemy naprawiać relacje międzyludzkie? I wykrzesamy z siebie własną, ludzką energię, zamiast zużywać coraz większe i większe ilości energii elektrycznej?

Projektowanie inteligentnego społeczeństwa

Paula Quinon

Przedstawiam ogólne wskazówki, w jaki sposób zorganizować interakcje między ludźmi a robotami w środowisku społecznym. Uważam, że stworzenie formy relacji angażującej robotą jest tak samo ważne, jak zaprojektowanie jego interfejsu. Prezentuję model społecznej sieci w niejednorodnym pod względem rodzajów świadomości społeczeństwie i analizuję kilka przypadków w ramach tego modelu.

Większość z nas ma bardzo ograniczone doświadczenia związane z robotami, a mimo to dyskusja na temat interakcji z agentami o systemach kognitywnych zupełnie lub częściowo odmiennych od ludzkich systemów kognitywnych, zdecydowanie wykracza poza ramy literatury science fiction. Zagadnienia dotyczące struktury i funkcjonowania społeczeństwa zamieszkałego przez roboty i cyborgi są obecnie szeroko dyskutowane w mediach społecznościowych, wykorzystywane w kampaniach reklamowych, omawiane w opiniotwórczych artykułach prasowych, analizowane w tekstach naukowych i poważnie brane pod uwagę przez analityków biznesowych. Dlatego intelektualiści, filozofowie i projektanci powinni opracować sposób mówienia, który wzmocni pozytywne nastawienie do społeczeństwa zaludnionego przez rozmaitych ludzi oraz odmiennych od ludzi agentów kognitywnych. Sposób mówienia, który nie będzie podsycał lęku ani budował negatywnych stereotypów. Ponieważ trudno jest uchwycić złożoność problemów wyrastających z nadmiaru różnorodnych form kognitywnych, zatem konceptualny rygor jest konieczny, by umożliwić i ukierunkować debatę.

Sherry Turkle, socjolożka i antropolożka z MIT, podkreśla, że ludzie mają silną skłonność do projektowania emocji i uczuć na roboty¹. Zauważa, że niektórzy członkowie społeczeństwa są na ten mechanizm szczególnie podatni. Są to osoby emocjonalnie kruche, o zaburzonym poczuciu bezpieczeństwa, takie jak dzieci pozbawione wystarczającej uwagi rodziców, samotni starsi ludzie, osoby cierpiące na zespół stresu pourazowego, a także mające problemy osobiste (np. rozwód) lub doświadczające stresu związanego z pracą i izolacją (jak doktoranci).

Projektowanie emocji i uczuć na roboty staje się współcześnie coraz częstsze i zyskuje na intensywności również w wyniku zmiany siatki pojęciowej, zgodnie z którą rozumiemy świat, a w której pojawia się coraz więcej pojęć z zakresu informatyki i automatyzacji. Zdaniem Turkle dyfuzję tę ułatwia fakt, że ta sama terminologia stosowana jest do opisu teorii umysłu, zachowań psychologicznych i stanów psychicznych. Z perspektywy antropologicznej, jaką reprezentuje badaczka, migracja naukowego języka, wyrażającego teorię umysłu obowiązującą w danym społeczeństwie do języka potocznego, jest naturalnym zjawiskiem we wszystkich okresach historycznych i kontekstach kulturowych. Turkle posłużyła się tu przykładem przeniknięcia

1 Sherry Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, MIT Press, 1984.

psychoanalitycznej terminologii Freudowskiej i Lacanowskiej do języka potoczno we Francji lat 60. i 70. XX wieku².

Wreszcie, proces projektowania przyspiesza wraz z rozwojem automatyzacji, sztucznej inteligencji i robotyki. Algorytmy umożliwiają coraz skuteczniejszą naukę oczekiwanych zachowań bądź adaptowanie się do napotkanych okoliczności, toteż więcej osób projektuje emocje i uczucia na roboty i otrzymuje więcej odpowiedzi. Algorytmy uczenia mają wielkie możliwości adaptacyjne, w wyniku czego projekcje stają się coraz silniejsze. Proces projekcji i odpowiedzi zwrotne, jakie wywołuje, generują stopniowo coraz bardziej złożone interakcje między ludźmi a robotami, co prowadzi do powstania zróżnicowanego i kognitywnie niehomogenicznego społeczeństwa.

Już dzisiaj roboty pełnią wiele ważnych funkcji. Z jednej strony są roboty przemysłowe wykorzystywane w fabrykach i na liniach produkcyjnych, roboty używane w domach, jak kosiarki czy odkurzacze, roboty wojskowe i sztuczni asystenci bankowi. Te z założenia nie wywołują u ludzi szczególnych reakcji emocjonalnych, choć niektórzy przyznają, że zwracają się do odkurzacza tak jak do zwierzątka domowego, mogą też z łatwością wyobrazić sobie złość sfrustrowanego klienta, który systematycznie otrzymuje odmowę udzielenia kredytu. Z drugiej strony istnieją roboty społeczne, stworzone specjalnie do interakcji z ludzkimi emocjami. Niektóre zaprojektowano w konkretnym celu, jak seks roboty, są też jednak takie, które nie mają żadnego konkretnego zadania do wykonania, jak *Paro*, robot zabawka w formie małej foki. Roboty społeczne powodują zmianę stanów emocjonalnych ludzi.

Specyficzna grupa robotów została zaprojektowana, by „scalić się” z człowiekiem w celu poszerzenia możliwości jego ciała lub umysłu. Jedną z najważniejszych motywacji stojących za konstruowaniem technologicznie ulepszonych organizmów jest nadzieja na wydłużenie ludzkiego życia.

Na potrzeby tego artykułu przedstawiam wyobrażoną społeczność złożoną z istot o różnych rodzajach świadomości – ludzi, bytów częściowo ludzkich i nieludzkich, zamieszkujących odizolowaną wyspę. Inspiracją dla mnie jest Instytut *Seasteading*. Patri Friedman, amerykański aktywista, libertarianin i teoretyk ekonomii politycznej, wnuk słynnego ekonomisty, laureata nagrody Nobla Milтона Friedmana, oraz Peter Thiel, założyciel systemu *PayPal*, członek komitetu sterującego grupy *Bilderberg*, zapowiedzieli stworzenie wolnego miasta pływającego po Oceanie Spokojnym w pobliżu Polinezji Francuskiej. Instytut *Seasteading* to organizacja non-profit, która ma zgromadzić biologów morskich, rolników specjalizujących się w akwakulturze, lekarzy naukowców, inżynierów morskich i inwestorów w celu oczyszczenia środowiska, wzbogacenia biednych, wy leczenia chorych i wyzwolenia ludzkości od polityki.

2 Por.: S. Turkle, *Psychoanalytic Politics: Jacques Lacan and Freud's French*, Basic Books 1978.

Silna wiara w to, że technologia pozwoli przedłużyć ludzkie życie i – ostatecznie – pokonać śmierć, towarzyszyła już wcześniejszym projektom członków Grupy Bilderberg. Inwestowali oni m.in. w badania krioiniki (zamrażanie ciała w oczekiwaniu na wynalezienie określonego leku) czy tzw. *carbon mind* (kopiowanie umysłu na sztuczny nośnik). Łatwo więc dojść do wniosku, że Instytut Seasteading może stać się centrum, w którym powstaną tysiące nowych, różnorodnych, pozaludzkich i częściowo ludzkich istot zdolnych do poznania.

W moim projekcie Instytut Seasteading służy jako uproszczony model. Instytut ten wciąż jest w fazie tworzenia, więc zanim stanie się polem obserwacji socjologicznych i źródłem eksperymentalnych badań, postaram się zdefiniować, czym jest poznanie w kognitywnie niehomogenicznej sieci. To niełatwe pytanie nie tylko dlatego, że już obecnie mamy do czynienia z olbrzymim spektrum ludzkich sposobów poznania, które – wraz z cyborgami i robotami – jeszcze się poszerzy, ale też z powodu zasadniczych problemów z ustaleniem, jakie byty brać pod uwagę. Na przykład, w jaki sposób uzasadnić, że pluszowy miś nie będzie częścią naszej sieci, a robot pies Aibo firmy Sony – tak? Filmy³ i literatura dostarczają szereg wiarygodnych przykładów nowych typów świadomości i interakcji między ludźmi a robotami, jak również pomiędzy robotami różnego typu, jak na przykład inspirująca relacja miłosna humanoidalnego robota i sztucznej inteligencji, będącej hologramem, przedstawiona w filmie *Blade Runner 2049*.

Decyzja, jacy agenci kognitywni znajdą się w proponowanym modelu, z pewnością ma w sobie dozę arbitralności i przypadkowości. By zapewnić elastyczność modelu i możliwość jego dostosowania, gdy dostępne już będą nowe dane eksperymentalne, proponuję następujący sposób myślenia o tym co czy kogo zaliczy jako agenta kognitywnego. Moja propozycja oparta jest na teorii przestrzeni pojęciowych, gdzie pojęcie jest reprezentowane jako obszar w przestrzeni topologicznej. Pojęcia, które znajdują się dalek od pojęcia prototypowego, wciąż są do niego podobne. Zwracam uwagę również na fakt, że to, co jesteśmy w stanie uznać za agenta kognitywnego, zmienia się w czasie. Obecnie zmiany te zachodzą bardzo szybko, jako że coraz częściej stykamy się z nowymi inteligentnymi wynalazkami, reklamy proponują inteligentne rozwiązania, kusząc nas elektronicznymi urządzeniami, które mają poprawić nasze kognitywne zdolności (np. czip pozwoli nam otworzyć drzwi, zegarek przypomni o regularnych spacerach, a smartfon zapewni nam dodatkową, zewnętrzną pamięć), a nawet będą z nami współpracować, jako że mają własny „rozum” („mój samochód jest teraz dużo bardziej podobny do mnie” – mówi właściciel nowego auta w niedawnej reklamie dobrze znanej marki).

- 3** Przykłady współistnienia z robotami pokazują takie filmy, jak np. *Matrix* (1999, 2003, 2003), *A.I. Sztuczna inteligencja* (2001), *Łowca androidów* (1982) i *Blade Runner 2049* (2017), saga *Terminator* (1984, 1991, 2003), *Terminator: Ocalenie* (2009), *Terminator: Genesis* (2015), *Ona* (2013), seriale *Czarne lustro* czy *Westworld* (od 2016 r.).

Zalew nowych wynalazków w połączeniu z ludzką skłonnością do projektowania emocji na interaktywnych agentów kognitywnych nie będących ludźmi prowadzi do rozszerzenia zakresu tego, co podpada pod kategorię *akceptowalnej odrębnej formy kognitywnej*. W rezultacie wydaje się całkiem prawdopodobne, że nawet najmniej podejrzewany o inteligencję obiekt pod koniec dnia będzie postrzegany jako agent kognitywny. Na przykład domy, jak zaskakujące by to nie było, są idealnymi kandydatami do miana agentów kognitywnych. Dzieje się tak z kilku powodów. Po pierwsze, jak już wspominałam, oczekiwania względem tego, co postrzegamy jako niezależnych agentów kognitywnych, radykalnie się zmieniają. Po drugie, jak sugerowałam powyżej, rozwijają się technologie, które umożliwiają automatyzację domów tak, by za nas „myślały”. Wreszcie, w kulturze funkcjonuje pojęcie „nawiedzonego domu”.

Nawiedzone domy znane są z bajek, jak na przykład historia Jasia i Małgosi, w której domek na kurzej nóżce Baby Jagi aktywnie uczestniczy w porwaniu dzieci. Współcześnie są to chociażby żyjące domy w *Harrym Potterze*. Nawiedzone domy są też w stypizowany sposób przedstawione w horrorach, choć akurat tam często reprezentowane są przez – bądź też zredukowane do – mieszkającego w nich ducha.

Inteligentne domy, nawet jeśli dopiero powstają, zyskują na popularności. W reklamie międzynarodowej firmy dostarczającej rozwiązania do takich domów, rodzina złożona z rodziców i córki, na oko w wieku szkolnym, zaczyna dzień w swoim mieszkaniu. Inteligentny system budzi ich, odsłania okna, dostosowuje temperaturę i światło. Przed wyjściem do pracy rodzice mogą dobrać rodzaj muzyki, a dom pomaga im zaparzyć kawę do śniadania. Gdy wychodzą do pracy, ośmioletnia córka odprowadza ich do windy, a potem wraca sama do mieszkania. W następnej scenie mama sprawdza, co robi córka, która akurat ucina sobie drzemkę w swoim pokoju. Mama reguluje temperaturę i światło, zasłania okna. Gdy rodzice wracają do domu, dowiadujemy się, że dziecko korzystało właśnie ze swojego dozwolonego czasu przed ekranem, a dom zamówił produkty na obiad. Reklama sugeruje, że inteligentny dom „zachowywał się” jak „niania” dla dziecka, które musiało zostać w nim bez opieki.

Na sieć społeczną możemy patrzeć z wielu perspektyw, np. antropologicznej, filozoficznej, psychologicznej, socjologicznej, strukturę sieci można analizować także z perspektywy matematycznej – i tę właśnie przyjmuję – która przedstawia złożoność obliczeniową sieci i dzięki zastosowaniu symulacji pozwala przewidzieć, jakie pojawią się ograniczenia. Dzięki takiemu modelowi można zrozumieć, w jaki sposób upowszechniają się informacje, wiedza, zachowania, preferencje, ale też jak rozprzestrzeniają się choroby, jak migrują przyjaźń, szczęście i śmiech.

Złożoność problemów wynikających z nadmiernej różnorodności bytów zdolnych do posiadania świadomości łatwiej pojąć, jeśli zamiast koncentrować się na świadomości indywidualnej, skupimy

się na typach relacji, jakie mogą powstać pomiędzy uczestnikami sieci. W modelu relacje te podlegają prostym zasadom, na przykład relacje pomiędzy uczestnikami pojawiają się i znikają w zależności od właściwości – jak na przykład chęć nawiązania relacji – którą ci dzieli bądź nie. Na przykład w modelu znajomości, jaki obowiązuje na Facebooku, relacja pojawia się wtedy, gdy dwie strony wyrażą na to zgodę, a kończy się, gdy jedna z nich zgodę wycofa. W bardziej złożonej sieci uczestnicy bardziej zaawansowani mogą wpływać na tworzenie się i niszczenie więzów pomiędzy dwoma innymi uczestnikami. Tak dzieje się na przykład wtedy, gdy do powstania relacji konieczna jest akceptacja społeczna. Gdy rodzina wycofa zgodę na to, by jeden z jej członków pozostawał w romantycznym związku z osobą spoza sieci, relacja może osłabnąć tak bardzo, że więź zostanie przerwana.

W przypadku sieci, w której współistnieją ludzie i formy niebędące ludźmi, przesadą byłoby zakładać, że te drugie będą na równi zaangażowane w tworzenie relacji. Założenie takie oznaczałoby zaakceptowanie bardzo istotnych konsekwencji epistemologicznych dotyczących emocji robotów, czego należy unikać. Niewykluczone, że w którymś momencie wypracujemy skuteczny sposób rozumienia emocji i intencji robotów, nie jest to jednak temat do rozważenia w tej chwili. Wymiar ten będzie można dodać do modelu w przyszłości. Nie istnieje wciąż łatwy sposób, by przewidzieć, co będzie brane pod uwagę jako emocjonalne zaangażowanie robota. Dlatego proponuję, by w sieci niejednorodnych rodzajów świadomości przyrzec się relacjom pomiędzy ludźmi.

Z drugiej strony miejsce robotów w sieci nie podlega dyskusji i z kilku powodów musimy traktować je poważnie. Po pierwsze, jak dowiedziono w ramach Teorii Aktora-Sieci Latoura, nawet nieożywione i niewchodzące w interakcje, nie-ludzkie przedmioty mogą odegrać istotną rolę w kształtowaniu relacji między ludźmi w przestrzeni społecznej. Interaktywne roboty zaprojektowano w ten sposób, by wpływały na ludzkie emocje, więc ich rola jako uczestników społecznej sieci nie powinna budzić żadnych wątpliwości, powinien natomiast zostać dla nich określony szczególny model interakcji⁴.

Po drugie, odwołuję się do koncepcji Turkle, zgodnie z którą wszystkie interakcje między robotami a ludźmi podlegają ludzkiej skłonności do projektowania emocji i sądów na sztuczne obiekty, a w szczególności na interaktywne sztuczne obiekty, takie jak roboty. Zauważyłam, że interaktywne roboty wyposażone w algorytmy uczenia łatwo mogą nabrać ludzi, tak by reagowali oni podobnie jak odpowiadają na manifestację ludzkich emocji. Dlatego uważam, że roboty w inteligentny sposób osadzone w życiu społecznym mogą wzmocnić

4 Bruno Latour, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford University Press 2005. (*Splatając na nowo to, co społeczne. Wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. pol. A. Derra, K. Abriszewski, Kraków 2010).

pozytywne emocje i polepszyć relacje międzyludzkie. Projektowanie robotów powinno uwzględniać kontekst społeczny.

Ostatnie założenie, które przedstawiam w tym tekście, dotyczy tego, że w Japonii, inaczej niż w powstających na Zachodzie dystopicznych wizjach przyszłości zamieszkałej przez roboty, byty te w popularnych mediach przedstawiane są jako przyjazne i pomocne. W Japonii, roboty zaczęły być widoczne w 1950 roku za sprawą serialu „Astro-Boy”, który stał się jednym z najpopularniejszych seriali mangi. Dzisiaj tytułowa postać stanowi symbol japońskiej kultury. Jak piszą Paul Dumouchel i Luisa Damiano „Autonomiczne roboty są ukazywane nie tylko jako przydatne, ale także jako chętne do pomocy, czy też, jak Astro-Boy, jako bohaterowie i zbawiciele (...). Czasami spotykamy też w mandze złe roboty. Są to okrutne maszyny, jednak ich zło wynika z intencji i celów ich twórców⁵.

W modelu uwzględniam dwa typy uczestników ze skrajnych punktów spektrum sposobów postrzegania. Biorę pod uwagę również dwa typy relacji: pozytywne relacje zostały zdefiniowane jako takie, które wywołują pozytywne reakcje ze strony uczestnika-człowieka. Reakcję taką można zmierzyć w różny sposób (np. za pomocą deklaracji ustnej, poziomu hormonów). Relacje negatywne wywołują w uczestnikach-ludziach negatywne reakcje.

Badania przeprowadzone w obszarze opieki nad osobami starszymi w Japonii pokazały, że interakcje między ludźmi a robotami poprawiają relacje pomiędzy ludźmi. Wyobraźmy sobie Lindę, pensjonariuszkę domu opieki dla osób starszych, która ma robota Paro. Linda przez kilka godzin dziennie przebywa we wspólnym pokoju. Jej Paro przyciąga uwagę innych pensjonariuszy, a Linda, dzięki robotowi, nawiązuje nowe kontakty, spotyka ludzi, wchodzi z nimi w interakcje i tworzy więzi. Na przykład Robert, inny pensjonariusz, ze względu na Paro przychodzi do pokoju wspólnego i inicjuje rozmowę.

Interakcje można opisać za pomocą następującej matrycy:

	Linda – Paro	Paro – Linda	Linda – Robert	Robert – Linda	Robert – Paro	Paro – Robert
t_0	1	0	0	0	0	0
t_1	1	1	0	0	1	0
t_2	2	1	0	1	1	0
t_3	3	1	1	1	1	0
t_4	4	1	1	2	1	1

Na początku (t₁ oznacza moment początkowy – *time 1*) Linda dostaje Paro i jej zdaniem jest słodki, co w matrycy reprezentuje cyfra 1. Po jakimś czasie (t₂) Paro zaczyna reagować na życzliwość Lindy i dzięki

5 Paul Dumouchel, Luisa Damiano, *Living with Robots*, Harvard University Press 2017, s. 6. Por. także: Paula Quinon, *Engineered emotions*, „Science”, 2017, 358 (6364).

reakcji zwrotnej z jego strony jej przywiązanie rośnie do poziomu 2, itd. Robert nawiązuje relację z Lindą za pośrednictwem Paro. Według mojej – mam nadzieję słusznej – interpretacji, rozwijają się relacje między ludźmi. Udział robotów będzie rósł bardzo powoli, o ile w ogóle.

Stopień, w jakim będą rozwijały się relacje między ludźmi, zależeć będzie od ogólnego nastawienia społecznego do robotów. Przekonanie, że roboty nas zniszczą i przejmą kontrolę nad ludzkością, osłabi naszą wiarę w to, że mogą one mieć pozytywny wpływ na nas i na społeczeństwo, w efekcie roboty nie zajmą miejsca pozwalającego na wywoływanie u ludzi pozytywnych reakcji.

Nie analizuję tu, co wydarzy się, gdy do tego obrazu dołączą cyborgi, definiowane jako pół ludzcy, pół sztuczni agenci kognitywni. O tym będzie można przekonać się jedynie w drodze eksperymentu. Jak wcześniej sugerowałam, w rozważanym przeze mnie modelu, spektrum rozmaitych form kognitywnych może zostać poszerzone.

W Instytucie Seasteaming ludzie i roboty angażują się w różnorakie relacje. Możemy wyobrazić sobie, że pomiędzy dwoma uczestnikami wytworzy się więź, jeśli przebywają oni blisko siebie (w tym samym domu, tym samym laboratorium). Przykład negatywnej relacji wzmocnionej przez robota może pojawić się między Anną, kierowniczką projektu w laboratorium badawczym, a Gloria, asystentką. Możemy wyobrazić sobie, że Gloria marzy o awansie, jednak go nie otrzymuje, bo Anna zaczyna wykorzystywać sztuczną asystentkę Sophię. Gloria z pewnością będzie zazdrosna o Sophię i ostatecznie opuści laboratorium, zrywając wszelkie kontakty z Anną.

Choć nie będziemy rozważać przede wszystkim bardziej złożonych relacji, w które zaangażowane będą świadome byty częściowo ludzkie, Instytut Seasteaming z pewnością spotka się takimi sytuacjami. Możemy na przykład wyobrazić sobie, że Berta, kierowniczka projektu w innym laboratorium, ma męża Romana, który postanowił wgrać swój umysł do superkomputera w laboratorium Anny. Możemy też wyobrazić sobie, że po jakimś czasie umysł Romana angażuje się w „romantyczną” relację z Sophią, sztuczną asystentką Anny. Jak ta sytuacja wpłynie na interakcje między ludźmi? Proponowany model umożliwi analizę takich sytuacji.

Aneks. Robot Epi

W laboratorium robotyki na Wydziale Filozofii Uniwersytetu w Lund mieszka Epi, humanoidalny robot, który bierze udział w badaniach na temat interakcji między robotami a ludźmi. Epi został zaprojektowany na potrzeby takich właśnie badań. W tym kontekście jest ważne, żeby można było realistycznie oszacować, czego można od takiego robota oczekiwać. Z uwagi na dosyć ograniczone zdolności kognitywne dzisiejszych robotów, zdecydowano, że powinien on zachowywać się jak dziecko, ale wciąż zdecydowanie przypominać robota. Dlatego jego głowie nadano prosty, geometryczny, prawie

kwadratowy kształt. Oczy są stosunkowo duże, przypominając proporcję twarzy dziecka. Po obu stronach głowy umieszczono okrągłe dyski, przypominające uszy wielu robotów z filmów science fiction. „Uszy” nie tylko nadają robotom szczególny, charakterystyczny dla nich wygląd, ale też, dzięki różnym kolorom, pozwalają odróżnić od siebie poszczególne egzemplarze robota. Ze względu na rozmiar robota i jego wygląd, przywodzący na myśl dziecko, wydaje się on być przyjazny i niegroźny.

Badamy, w jaki sposób wygląd robota Epi wpływa na stosunek ludzi do niego. Okazuje się, że nawet bardzo subtelne sygnały, jak rozszerzenie źrenic – najważniejszy projekt w labie – może wpłynąć na postrzeganie drugiego uczestnika, zarówno osoby, jak i robota (robot „lubi” nas, gdy ma duże źrenice)⁶.

Epi definiuje jego głowa, zaprojektowana przez Christiana Balkeniusa i już ten minimalistyczny design pobudza wyobraźnię. Okazało się, że ponad połowa badanych postrzegala Epi jako dziecko (55%), a pozostali jako dorosłego (45%). Większość respondentów sądziła, że Epi nie ma płci (65%), według 30% jest mężczyzną. Tylko jedna osoba postrzegala robota jako kobietę (5%). Wszyscy postrzegali Epi jako bardzo (55%) albo trochę (45%) przyjaznego, nikt nie uznał go za groźnego. Badaliśmy reakcje ludzi na określony wygląd robota⁷. Zastanawialiśmy się, w jaki sposób design wpływa na rolę, jaką odgrywa on w społecznej sieci⁸. Pytaliśmy, w jakich kontekstach roboty będą uznane za uczestników obdarzonych moralnością⁹.

Następnie planujemy zbadać, co stanie się, kiedy Epi zmieni się poprzez noszenie różnych strojów. Dlatego zaprosiliśmy artystów do uczestnictwa w projekcie „Robot Haute Couture”. Chcemy stworzyć kolekcję *haute couture* dla robota Epi i zbadać reakcje ludzi na różne stroje. Do tej pory nie powstała jeszcze żadna linia ubrań dla robota.

Badania na temat tego, w jaki sposób zaprojektować wygląd robota, prowadzone są przeważnie z wykorzystaniem technik komputerowych, często w celu zoptymalizowania użyteczności wynikającej z określonych założeń teoretycznych. Wierzymy, że wolność wyobraźni charakterystyczna dla ekspresji artystycznej pozwoli wejść na nowe obszary w projektowaniu robotów.

Przełożyła Marta Elas

6 Birger Johansson, Christian Balkenius, *A Computational Model of Pupil Dilation*, w: „Connection Science” 2017. doi:10.1080/095440091.2016.1271401.

7 Marcus Lindberg et al., *The Expression of Mental States in a Humanoid Robot*, Proceedings of IVA 2017.

8 Por. Brinck et al., „Making Place for Social Norms in the Design of Human-Robot Interaction”, w: Seibt J., Nørskov, M., Schack Andersen S. (red.) *What Social Robots Can and Should Do. Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, IOS Press, 2016, a także Paula Quinon, „Engineered emotions”.

9 Christian Balkenius et al., *Outline of a Sensory – Motor Perspective on Intrinsically Moral Agents*, „Adaptive Behavior”, 1-14/2016. doi: 10.1177/1059712316667203.

Bibliografia

- Balkenius, C., Cañamero, L., Pärnamets P., Johansson, B., Butz, M. V., Olsson, A., „Outline of a Sensory – Motor Perspective on Intrinsically Moral Agents”, „Adaptive Behavior”, 2016, 1–14, d. doi: 10.1177/1059712316667203.
- Brinck, I., Balkenius, C., Johansson, B., *Making Place for Social Norms in the Design of Human-Robot Interaction*, w: Seibt, J., Nørskov, M., Schack, Andersen, S. (red.), *What Social Robots Can and Should Do. Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, IOS Press, 2016.
- Dumouchel, P., Damiano, L., *Living with Robots*, Harvard University Press, 2017.
- Johansson, B., Balkenius, C., *A Computational Model of Pupil Dilation*, „Connection Science 2017”. doi: 10.1080/09540091.2016.1271401.
- Latour, B., *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford University Press, 2005.
- Lindberg, M., Sandberg, H., Eriksson, M., Johansson, B., Balkenius, C., *The Expression of Mental States in a Humanoid Robot*, Proceedings of IVA 2017.
- Quirk, J., *Seasteading: How Floating Nations Will Restore the Environment, Enrich the Poor, Cure the Sick, and Liberate Humanity from Politicians*, Simon & Shuster, 2017.
- Quinon, P. *Engineered emotions*, „Science”, 2017, 358 (6364).
- Turkle, S., *Psychoanalytic Politics: Jacques Lacan and Freud's French*, Basic Books, 1978.
- Turkle, S., *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, MIT Press, 1984.

Nuda w czasach nadmiaru

Katarzyna Kasia

Jeśli uważnie przyjrzymy się środkom przeznaczanym na walkę z nudą, zauważymy, że to właśnie ona jest jednym z najpoważniejszych problemów ludzkości: stanowi wyzwanie dla projektantów, sprawia kłopoty w życiu codziennym zwykłym ludziom, doprowadza do ruiny imperia. Poświęcono jej wiele tomów studiów kryminologicznych, a testy z zastosowaniem skali podatności na nudę są wykorzystywane przez psychologów również po to, żeby zdiagnozować przestępczy potencjał u pacjenta. I nie warto ograniczać się do egoistycznej deklaracji „mnie ten problem nie dotyczy”, ponieważ, jak słusznie zauważa Orvin Klapp, „Niektórzy ludzie twierdzą, że nigdy się nie nudzili; ale to ich szczęście nie zaprzecza faktowi, że inni w oczywisty sposób (choć niektórzy być może nieświadomie) nudzą się wystarczająco, abyśmy mieli do czynienia z problemem społecznym. W TYM WYPADKU, ANALOGIA Z BIEDĄ WYDAJE SIĘ BYĆ NA MIEJSCU. To, że niektórym dobrze się powodzi, nie sprawia, że inni przestaną być głodni”¹. Nuda czyha na nas wszędzie: w domu, w pracy, w szkole, na uczelni. Nudzi nas polityka, religia, wojna (często opisywana była nuda przeżywana przez żołnierzy w okopach, najlepiej podsumował ją Stanisław Jerzy Lec, pisząc „Przeżyłem okres straszliwej nudy, którą jedynie groza łagodziła”²). Dowiedziono, że w wielu wypadkach nuda prowadzi do nadużywania alkoholu i narkotyków. Jej konsekwencją może być nihilizm, rozpacz, dekadencja.

Rozwój przemysłu rozrywkowego, nowych mediów, coraz lepszych sposobów dostarczania informacji, wszystko to możemy potraktować jako zintegrowane działania, mające na celu ostateczne pokonanie emocji, nazywanej niekiedy demonem południa. Czy jednak naprawdę odnosimy w tej walce zwycięstwo? A może przesadziliśmy? Może paniczny lęk przed nudą doprowadził do sytuacji, w której udało nam się wytworzyć nowe jej postacie? A z drugiej strony, czy przez multiplikowanie i intensyfikowanie bodźców nie pozbyliśmy się jakiegoś bardzo ważnego składnika egzystencji?

Spróbuję odpowiedzieć na te pytania, posługując się narzędziami teoretycznymi z dziedziny estetyki. Odniosę się do teorii postrzegania zmysłowego. Mój wybór wynika z tego, że nuda jest emocją i jako taka zaczyna się w ciele, a więc próba kontekstualizowania jej powinna być oparta na kategorii doświadczenia. Na marginesie chcę zaznaczyć, że estetyki nie traktuję jako „filozofii piękna i sztuki”, chociaż oczywiście można analizować przeżycie estetyczne związane z dziełem jako pewien szczególny, a może nawet graniczny, przykład doświadczenia estetycznego. W swoim określeniu zakresu metody badawczej za punkt wyjścia przyjmuję klasyczną XVIII-wieczną kategorię estetyki jako generalnej teorii doświadczenia zmysłowego (tak

1 Orwin Klapp, *Overload and Boredom. Essays on the Quality of Life in the Information Society*, Connecticut 1986, s. 30.

2 Stanisław Jerzy Lec, *Myśli nieuczesane odczytane z notesów i serwetek po trzydziestu latach*, pod red. L. Kości, Warszawa 1996, s. 138.

jak ma to miejsce u Alexandra Baumgartena czy Immanuela Kanta), gdzie w epistemologii *aisthesis* stanowi konieczne dopełnienie *noesis* (por. np. Kantowska nauka o dwóch pniach poznania i wzajemnej kontroli władz poznawczych).

1.

Zanim przejdę do późnopo-nowoczesnej, dobrze nam znanej nudy nadmiaru, chciałabym przyrzeć się nudzie nowoczesnej, romantycznej, a później modernistycznej. Wielka rewolucja przemysłowa przyniosła bowiem nie tylko impuls dla rozwoju kapitalizmu. Jedną z jej konsekwencji jest pojawienie się na afektywnej mapie specyficznego poczucia zmęczenia, braku, powtarzalności i beznadziei. Wydaje się, że do rozwoju nudy przyczyniły się między innymi takie czynniki, jak wprowadzenie techniki maszynowej, zmiana sposobu produkcji, wyodrębnienie czasu wolnego, a przede wszystkim pogłębiające się w gospodarce kapitalistycznej nierówności społeczne.

Nowoczesna nuda była zróżnicowana głównie pod względem klasy – czym innym była nuda klasy próżniaczej (której definicję przyjmuję za Thorsteinem Veblenem³), czym innym nuda klasy robotniczej. Ta pierwsza miała oblicze celowej bezużyteczności. Jak zauważa Veblen, na przykład stroje klasy próżniaczej specjalnie były niewygodne i niepraktyczne, żeby jej przedstawiciele nie mogli robić niczego pożytecznego, stanowiło to bowiem jeden z najważniejszych wyznaczników przynależności do grupy uprzywilejowanej. Czas nie miał być wykorzystywany, lecz intencjonalnie marnowany w najlepszym razie na czynności bez znaczenia (np. haftowanie wielu tuzinów wyprawnych serwetek). Życie miało upływać w szlachetnym i potwornie nudnym, wpędzającym w depresję nieróbstwie.

Nuda proletariatu miała zupełnie inne oblicze. Jej źródłem była nieustanna powtarzalność działań, które nie przekładały się dla robotnika na żaden konkretny skutek i nie dawały mu żadnej satysfakcji. Od momentu wprowadzenia Fordowskiego modelu linii produkcyjnej, działania te nie wymagały właściwie żadnych specjalnych kwalifikacji ani koncepcyjnego zaangażowania. Nuda w zakłętym kręgu alienacji spletała się ze zmęczeniem oraz brakiem możliwości generowania i zaspokajania potrzeb innych niż te najbardziej podstawowe, nazwane przez młodego Karola Marksa w *Rękopisach ekonomiczno-filozoficznych* „zwierzęcymi”. Różnica między tymi dwoma rodzajami nudy polegała nie tyle na odmienności samego doświadczenia, które mimo wszystko w wielu aspektach było podobne, ile raczej na stosunku do niego. Sposoby nudzenia się były, jak zaznaczyłam, zależne od przynależności klasowej, ale źródłem przykrewnej emocji w obu przypadkach był niedobór: odpowiednio wyrafinowanych rozrywek czy zajęć albo pieniędzy, czasu i siły.

3 Por. Thorstein Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa 2008.

Tę właśnie nowoczesną nudę opisywał Arthur Schopenhauer jako katastrofę dla jednostki. Twierdził, że mamy z nią do czynienia w sytuacji, kiedy pozbawione bodźców i stymulacji indywiduum zostaje skonfrontowane samo ze sobą, z własną niemożliwą do zaspokojenia wolą i z beznadzieją własnej egzystencji. „Nuda jest jednak złem, którego bezwzględnie nie wolno zlekceważyć; maluje się w końcu prawdziwą rozpaczą na twarzy. Sprawia, że istoty tak mało kochające się jak ludzie szukają się gwałtownie nawzajem i przez to stają się źródłem towarzyskości. Wszędzie też podejmuje się przeciw niej, tak jak przeciw innym klęskom, publiczne środki zaradcze choćby ze względu na interes państwa; albowiem zło, dokładnie tak jak jego bieżący przeciwny, głód, może doprowadzić ludzi do zupełnego rozprężenia: lud potrzebuje *panem et circenses*. W Filadelfii surowy system penitencjarny za pomocą samotności i braku zatrudnienia robi tylko z nudy narzędzie tak straszne, że doprowadzało już więźniów do samobójstwa”⁴.

Podobnie wygląda to w ujęciu Martina Heideggera, który zagadnieniu nudy poświęca kilkadziesiąt stron *Fundamentalnych pojęć metafizyki*, gdzie podejmuje analizę tego doświadczenia. Opisuje ją na przykładzie czekania na pociąg, kiedy człowiek nie może zmienić miejsca, a jednocześnie nie ma dostępu do rozrywek ani możliwości zajęcia się czymś. Co gorsza, nie wie, ile ma czasu do wykorzystania albo raczej do zabicia. W tekście *Czym jest metafizyka?* Heidegger pisał: „Co prawda wydaje się, że właśnie w poczynaniach naszego życia codziennego, związani jesteśmy każdorazowo tylko z tym lub owym bytem i że jesteśmy zagubieni w tej lub owej dziedzinie bytu. Jakkolwiek ma ona wtedy pozór rozproszenia, codzienność zapewnia niemniej jedność owej «całości» bytu, chociaż jedność tę przysłania jakiś cień. «Całość» ta ogarnia nas nawet wtedy i właśnie wtedy, kiedy nie jesteśmy zajęci ani rzeczami, ani sobą; ma to miejsce na przykład w przypadku prawdziwego znudzenia. Znużenie to, odległe, gdy nudzi nas po prostu jakaś książka czy jakieś przedstawienie, jakieś zajęcie czy jakaś rozrywka, wybucha wtedy, gdy «komuś się nudzi». Owo głębokie znudzenie ciągnące się jak milcząca mgła w przepaściach naszej przytomności, pokrywa rzeczy i pokrywa ludzi, i wraz z nimi pokrywa nas samych – sprawiając, że wszystko to po równi staje się nam osobliwie obojętne. W znudzeniu tym ujawnia się całość bytu”⁵. Zgodnie z wcześniejszym rozpoznaniem Schopenhauera, przytaczanym powyżej, z tego uczucia może wyzwolić nas na przykład pojawienie się ukochanej osoby albo nieoczekiwane wydarzenie. Według Heideggera nudę da się zdefiniować jako bezwzględne oczekiwanie, że coś się wydarzy.

4 Arthur Schopenhauer, *Świat jako wola i przedstawienie*, przeł. J. Garewicz, Warszawa 1994, s. 476.

5 Martin Heidegger, *Czym jest metafizyka?*, przeł. K. Pomian, w: *Znaki drogi*, przekł. zbiorowy, Warszawa 1995, s. 14.

2.

Wydawać by się mogło, że przy takiej definicji możemy odetchnąć z ulgą. Przecież dzięki współczesnemu dynamicznemu rozwojowi technologii nie musimy już właściwie na nic czekać. W *Bombie informacyjnej* Paul Virilio pisał, że w dzisiejszym świecie „nic się nie dzieje, wszystko się wydarza”⁶. To znaczy, że mamy do czynienia z jednostajnym przepływem wydarzeń, a właściwie z obrazami nieustannie dostarczonymi nam przez media, które wciąż generują przekaz, działający w skali globalnej i nigdy nieulegający wyczerpaniu. Przekaz ten stale jest uzupełniany, rozbudowywany, generowany na nowo. Do obcowania z płynącym nieustannie strumieniem informacji nie potrzebujemy już ani gazety, ani telewizji. Internet dostarcza nam jej właściwie bez przerwy, sprawiając, że jesteśmy najlepiej poinformowaną generacją w historii ludzkości. Burzliwy rozwój mediów elektronicznych jest jedną z największych zmian cywilizacyjnych, które dokonały się na początku XXI wieku. W wydanej w 1989 roku profetycznej książce *Spółczesność przejrzyste*, Gianni Vattimo formułuje (wielokrotnie później powtarzaną) tezę, że mass-media odegrały decydującą rolę w narodzinach ponowoczesnego społeczeństwa. I choć nie uczyniły go wcale bardziej „przejrzystym”, sprawiły, iż stało się ono o wiele bardziej złożone, a nawet chaotyczne. W tej „chaotyczności” widzi zresztą Vattimo ogromny potencjał emancypacyjny, między innymi dlatego, że pozbawiony struktury bałagan jest przestrzenią, w jakiej realizować się mogą najróżniejsze, nieuporządkowane odgórnie, spontaniczne pomysły⁷. Ideałem byłoby w tym kontekście, jak sądzę, stworzenie ogólnodostępnej platformy, dzięki której każdy mógłby zabrać głos, wyrazić swoje poglądy, zaangażować się w działanie. Bez wątpienia, z perspektywy nadziei na emancypację, pokładanej w chaosie, trudno wyobrazić sobie przestrzeń lepszą niż nieskończona wirtualna rzeczywistość, gdzie wszyscy możemy funkcjonować niezależnie od tego, jakie ograniczenia musimy znosić w tzw. świecie rzeczywistym. Kategoria „chaosu”, a nawet „kryzysu” jest postrzegana jako jutrzeńska wolności, mającej się narodzić dzięki możliwościom oferowanym nam przez najbardziej interaktywne z mediów.

Ale to nie wszystko. Internet pozwala nam przecież również nawiązywać relacje z innymi agentami (ludzkimi i nieludzkimi), zawierać i rozwijać przyjaźnie, wchodzić w związki romantyczne, uczestniczyć w zbiorowych i indywidualnych rozrywkach. Rozwój technologii mobilnych sprawia, że coraz łatwiej jest nam się w sieci znaleźć. Czy to możliwe, że – mówiąc w dużym uproszczeniu – smartfon to skuteczne i ostateczne panaceum na nudę, niepokój, egzystencjalną trwogę i poczucie bezsensu?

6 Paul Virilio, *Bomba informacyjna*, przeł. S. Królak, Warszawa 2006, s. 21.

7 Por. Gianni Vattimo, *Società trasparente*, Torino 1989, po polsku *Spółczesność przejrzyste*, przeł. M. Kamińska, Wrocław 2006.

Obawiam się, że nie całkiem. A nawet wręcz przeciwnie. Można przecież zaobserwować, iż dzięki dynamicznemu rozwojowi nowych mediów pojawiło się wiele nowych problemów, zaś nowy rodzaj nudy jest jednym z nich. Ta współczesna, późnopowojenna nuda nie wyrasta ze zwyczajnego braku stymulacji ośrodka uwagi, z prostego niedoboru bodźców. Jej źródłem jest nie tylko powtarzalność i alienacja. Mogłoby się wydawać, że współczesna nuda nadmiaru jest, dzięki powszechnemu ułatwieniu dostępu do nowych mediów, mniej zróżnicowana wewnętrznie, ale nie wydaje mi się to do końca prawdziwe. Jeżeli uważniej przyjrzymy się realnym możliwościom chociażby samego dostępu do sieci, wiara w jej demokratyczność może ulec znacznemu osłabieniu. W 2013 roku Eric Schmidt, szef firmy Google, zamieścił na Tweeterze słynną notkę: „Na każdą osobę w sieci przypadają dwie osoby poza nią. Pod koniec dekady każdy na Ziemi będzie podłączony”. Wydaje się, że był to jednak przejaw myślenia życzeniowego, ponieważ trudno wyobrazić sobie, aby do 2023 roku udało się znieść wszystkie bariery uniemożliwiające ponad 4 miliardom ludzi korzystanie z internetu.

Tak zwane „udomowienie internetu”, czyli upowszechnienie dostępu do globalnej sieci za pomocą dostępnych w prywatnych domach szybkich łączy, to ważny moment i początek przemian. Można nad nimi, w zależności od przyjętej perspektywy, rozdzierać szaty lub skakać z radości. Nie ulega wątpliwości, że pierwsze dziesięciolecie naszego milenium było przełomowe pod względem pojawienia się nowych sposobów radzenia sobie z nudą, wynikającą z braku rozrywek czy braku kontaktu z innymi. Wydawać by się mogło, że niewyczerpywalna, stale rosnąca oferta użytkowników i dla użytkowników sieci, raz na zawsze rozwiąże problem *ennui*, *spleenu*, czy zwykłego prozaicznego znużenia. W innych miejscach tego tekstu zastanawiam się nad tym, na ile stara, organiczna nuda braku została w dobie internetu zastąpiona nudą nadmiaru.

Co najmniej od czasów Arystotelesa wiadomo, że wszelka teoria powinna wyrastać na solidnym fundamencie doświadczenia. Ono jednak ma w sobie zawsze element subiektywny (w końcu to podmiot je przeżywa), który naukowa rzetelność stara się eliminować, czy to przez wprowadzenie figury „niezaangażowanego obserwatora”, czy chociażby za pomocą statystyk. Mimo całej czujnej nieufności, jaką powinniśmy zachować wobec powyższych metodologii, możemy na dobry początek odnieść się do badań statystycznych, uaktualnianych na przykład na stronie www.internetlivestats.com. Wynika z nich, że w 2015 roku mniej więcej 40% ludzkości miało w domach dostęp do szerokopasmowych łączy internetowych, a co za tym idzie, mogło bez większych ograniczeń korzystać z bogactwa sieci. Powoływanie się na statystykę może być uzasadnione jako próba osadzenia rozważań na solidnym życiowym gruncie. Można do tej informacji podejść oczywiście na różne sposoby. Dla jednych 40% to będzie „prawie połowa”, dla innych „aż połowa”. Można zastanawiać się nad

rozwojem samej technologii, dostępem do informacji, ochroną prywatności (albo właśnie ograniczeniem prywatności tam, gdzie brak dostępu wynika z odgórnego, cenzorskiego limitowania swobód obywatelskich przez rządzące reżimy bądź korporacje) itd. Trzeba również mieć świadomość, że wobec gwałtowności przemian, dane statystyczne bardzo szybko się zmieniają i że czasami stosunkowo niewielkie oddolne inicjatywy mogą mieć bardzo daleko idące konsekwencje⁸. Na mapach dostępu do sieci widać ogromne białe plamy, przede wszystkim w Afryce (np. w Etiopii ponad 97% ludzi nie może korzystać z internetu, co zważywszy ogrom niedoborów, jakie cierpią, wydaje się niezbyt istotne).

Dobrym przykładem szybkiego wzrostu liczby użytkowników jest sytuacja w Brazylii, gdzie dzięki upowszechnieniu się tzw. „LAN-houses”, czyli kawiarenek internetowych, mieszkańcy faveli zyskali możliwość przyłączenia się do sieci. Wedle danych z 2009 roku, opublikowanych przez Brazilian Internet Steering Committee, 48,08% najuboższych mieszkańców kraju korzystało z internetu właśnie dzięki takim placówkom⁹. Popularność kawiarenek zaczęła stopniowo spadać wraz z rozpowszechnieniem smartfonów. W 2015 roku ponad połowa obywateli kraju miała dostęp do sieci. Można się zastanawiać, czy osoby korzystające z internetu dzięki publicznie dostępnym (komercyjnym bądź nie) spotom w pełni zasługują na miano „użytkowników”. Według obowiązującej definicji, opublikowanej np. na stronie <http://www.internetlivestats.com>, użytkownikiem jest „osoba mająca dostęp do internetu w domu”. Przy czym wskaźnik ten nie bierze pod uwagę użytkowania lub jego częstotliwości, a jedynie sam dostęp. Rozwój technologii mobilnych doprowadził do konieczności rozszerzenia tej definicji o dostęp za pośrednictwem urządzeń przenośnych¹⁰.

W kontekście współczesnej nudy dostępność internetu i wykluczenie cyfrowe mogą być analizowane z co najmniej z dwóch perspektyw. Po pierwsze, nudzą się ci, którzy z powodów ekonomicznych, politycznych lub technologicznych nie mogą korzystać z rozrywkowego bądź edukacyjnego potencjału sieci. W Indiach czy wspomnianej wyżej Etiopii powodem wykluczenia cyfrowego w ogromnej liczbie przypadków jest skrajna bieda oraz brak energii elektrycznej w domach. Decydującą rolę odgrywa również analfabetyzm, uniemożliwiający funkcjonowanie w tekstualnym uniwersum sieci. Po

8 Błyskawiczne tempo zmian można obserwować „na żywo” oczywiście w samym internecie, np. na stronie www.internetlivestats.com.

Dowiedziemy się z niej między innymi, że w 1995 roku mniej niż 1% ludzkości miał dostęp do internetu, natomiast w latach 1999 – 2013 zaobserwowano dziesięciokrotny wzrost liczby użytkowników. Liczba internautów wyniosła miliard w 2005 roku, dwa miliardy w 2010, zaś trzy w 2014, co świadczy o tym, że globalna sieć rozwija się coraz szybciej.

9 Por. http://publius.cc/lan_houses_new_wave_digital_inclusion_brazil/091509.

10 Por. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#definitions>.

drugie nudzą się ci, którzy cierpią z powodu nadmiaru informacji i marzą o odłączeniu. Według raportu McKinsey & Company dla Banku Światowego, w 2015 roku ponad 15% mieszkańców Stanów Zjednoczonych nie miało dostępu do internetu. Analitycy podejrzewają, że większość z nich odłączyła się na własne życzenie¹¹.

Kluczowe staje się wobec tego pytanie, kim właściwie jest nudzący się podmiot w XXI wieku. Jako że nuda interesuje mnie tu przede wszystkim jako doświadczenie wpisane w sytuację człowieka, funkcjonującego również w świecie wirtualnym, dokonam – uprawnionego z punktu widzenia tematu – zawężenia obszaru badawczego do zaledwie 40% „podłączonej” ludzkości. Pamiętać jednak należy, że mimo iż w najbliższych latach trwać będzie mniej lub bardziej dynamiczna ekspansja internetu, nie zlikwiduje ona na pewno ograniczeń w dostępie do niego. W kontekście World Wide Web mamy do czynienia z reprodukcją dobrze znanych strategii dystrybucji dóbr, konserwujących podziały klasowe, w związku z czym „demokratyczność” sieci jest w dużej mierze iluzoryczna.

Dla „podłączonej” części ludzkości uwolnienie się od nudy, wynikającej z nadmiaru bodźców, wymaga szukania doświadczeń na tyle silnych, by mogły wyrwać podmiot z jego codziennej rutyny. Interesującą i bardzo rozpowszechnioną strategią jest w tym kontekście poszukiwanie nowości, na przykład w świecie nowych technologii, ale kryje się w tym pułapka. Jak pisał Ewgeny Morozov, „Zwracamy się ku technologii, aby uniknąć nudy, ale nadmiar informacji również prowadzi nas do głębokiego znudzenia”¹². Nadmiar chaotycznych, przypadkowych, nierelevantnych informacji bez znaczenia jest odbierany jako męczący szum. W efekcie mamy do czynienia ze zjawiskiem komunikacyjnej entropii oraz subiektywnym poczuciem przytłoczenia, wynikającym z tego, że „Fizyczne przekładniki i systemy przewyższają ludzi; na przykład pracownik przemysłowy jest w stanie przyjąć średnio 8 bitów informacji na sekundę, podczas gdy komputer może to bardzo łatwo przekroczyć (...). Tak więc najslabszym ogniwem w rozbudowanym łańcuchu komunikacji jest ludzki mózg, ponieważ mimo całej umiejętności dokonywania abstrakcji, jego możliwość przyjmowania informacji jest poważnie ograniczona”¹³. Innymi słowy, wielka technologiczna rewolucja nie zmieniła pojemności naszego mózgu ani zdolności kojarzenia. Jak wykazali neuronaukowcy, zmiany zachodzą o wiele wolniej i dotyczą przede wszystkim struktury kognitywnej, czyli mechanizmów kojarzenia, łączenia wątków oraz śladów pamięciowych powstających w neuroplastycznej strukturze ludzkiego mózgu.

11 Por. <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/10/02/4-4-billion-people-around-the-world-still-dont-have-internet-heres-where-they-live/>.

12 Ewgeny Morozov, *Only Disconnect*, „New York Times”, 28.10.2013.

13 Orwin Klapp, *Overload and Boredom...*, s. 100.

Ten rodzaj nudy można postrzegać jako element powszechnego procesu estetyzacji. We współczesnym świecie występuje zjawisko nadprodukcji bodźców estetycznych, czyli takich, które oddziałują na nasze zmysły. Nadmiar prowadzi do zobojętnienia, ono zaś do niedostrzeżenia tych zjawisk, rzeczy i obrazów, które będąc w polu naszego widzenia, nie są jednakże dla nas kluczowe. Jak twierdzą główni twórcy tej koncepcji, Wolfgang Ivers czy Odo Marquard, podmiot nieustannie bombardowany informacjami w końcu znieczula się na ich treść. Nieuniknioną konsekwencją estetyzacji jest anestetyzacja, która prowadzi podmiot do dobrze znanego uczucia pustki, bezradności, ośpienia i niemożności zajęcia się czymkolwiek sensownym. Współczesna nuda jest ściśle związana ze zjawiskiem szumu informacyjnego, z nadmiarem, którego nie jesteśmy w stanie przetworzyć. Mogłoby się wydawać, że zjawisko uzależnienia od informacji sytuuje się po drugiej stronie spektrum, ale jeśli porównamy podmiotowe emocjonalne efekty FOMO (ang. *Fear of Missing Out*, lęk przed tym, że coś nam umknie) oraz przeciążenia informacyjnego, okaże się, że są one zaskakująco podobne. Przeprowadzone w XXI wieku w wielu miejscach na świecie eksperymenty, polegające na odłączeniu użytkowników od sieci na określony czas i monitorowaniu ich reakcji, wykazują, że nagłe odcięcie od nadmiaru skutkuje u większości badanych pojawieniem się uczucia nudy. Może zatem rację ma Zygmunt Bauman, kiedy stwierdza, iż „Stan wolny od napięć nie jest wizją ponowoczesnego szczęścia – jest ponowoczesnym koszmarem”¹⁴. Z drugiej strony, niektórzy uczestnicy tych badań zauważali, że paradoksalnie właśnie nuda, wynikająca z odłączenia od internetu i informacji, była cennym i pozytywnym życiowym doświadczeniem.

3.

Nie jestem pewna, czy znalezienie się w sytuacji późnponowoczesnego nadmiaru informacji jest gorsze od nowoczesnej nudy braku, tym bardziej, że spektrum wywołujących nudę doświadczeń uległo zdecydowanie poszerzeniu. Może jednak dałoby się dostrzec pozytywne aspekty doświadczenia, o którym Siegfried Kracauer pisał: „W słoneczne popołudnie, kiedy wszyscy wychodzą z domów, ktoś mógłby wałęsać się po stacji kolejowej albo jeszcze lepiej, zostać w domu, zasunąć zasłony i poddać się nudzie na własnej kanapie”¹⁵. Może nuda jest nam jednak do czegoś potrzebna? Już starożytni Grecy uważali, że czas wolny i dające człowiekowi spokój odcięcie się od świata stanowią warunek *sine qua non* wszelkiej kreatywności. Doświadczenie braku, a nawet pewnego rodzaju ośpienie czy znieczulenie,

14 Zygmunt Bauman, *Ponowoczesne przygody ciała*, w: *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, pod red. A. Chalupnik, J. Jaworska, J. Kowalska-Leder, I. Kurz, M. Szpakowska, Warszawa 2008, s. 102.

15 Siegfried Kracauer, *The Mass Ornament. Weimar Essays*, trans. and ed. by T. Y. Levin, Cambridge, Massachusetts 1995, s. 334.

pozwalają niekiedy uzyskać zupełnie nowy rodzaj najgłębszego skupienia. Nawet jeśli nie jest to doświadczenie przyjemne, może mieć – zwłaszcza dla jednostek twórczych – głęboki sens. W przemówieniu do absolwentów jednej z amerykańskich uczelni artystycznych, Josif Brodski przewrotnie chwalił i rekomendował nudę: „Jeśli uderzy cię nuda, idź za nią. Pozwól jej się zmiażdżyć; zanurz się, sięgnij dna. Generalnie, z przykrościami jest tak, że im pręcej sięgniesz dna, tym szybciej się wynurzysz. Ja proponuję (...) spojrzeć złu prosto w oczy. Powodem, dla którego nuda wymaga naszej uwagi, jest fakt, że reprezentuje czysty, nierozcieńczony czas w całym jego potwarzalnym, przypadkowym, monotonnym splendorze”¹⁶. Doświadczenie tego splendoru może stać się punktem wyjścia dla spojrzenia na rzeczywistość z zupełnie innej, nowej perspektywy. Jednak w naszej sytuacji – uprzywilejowanej, podłączonej do sieci ludzkości – wymagana jest nie tylko anestezja, stanowiąca często warunek zdrowia psychicznego, ale o wiele więcej: aktywne odcięcie się od nieustannie bombardującego nas informacyjnego chaosu.

Nie chcę tu decydować, który z rodzajów nudy jest bardziej destrukcyjny. Chcę natomiast zwrócić uwagę na to, że bez niej brakuje nam motywacji do tego, by uruchomić naszą kreatywność. Oczywiście w rozsądnych granicach.

16 Josif Brodski, *Pochwała nudy*, przeł. M. Kłobukowski, A. Kołyszko, Kraków 2016, s. 91.

Bibliografia

- Bauman, Z., *Ponowoczesne przygody ciała*, w: *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, pod red. A. Chałupnik, J. Jaworska, J. Kowalska-Leder, I. Kurz, M. Szpakowska, Warszawa 2008.
- I. Brodski, J., *Pochwała nudy*, przeł. M. Kłobukowski, A. Kołyszko, Kraków 2016.
- Heidegger, M., *Czym jest metafizyka?*, przeł. K. Pomian w: *Znaki drogi*, przekł. zbiorowy, Warszawa 1995.
- Klapp, O., *Overload and Boredom. Essays on the Quality of Life in the Information Society*, Connecticut 1986.
- Kracauer, S., *The Mass Ornament. Weimar Essays*, trans. and ed. by T. Y. Levin, Cambridge Massachusetts 1995.
- Lec, S. J., *Mysli nieuczestne odczytane z notesów i serwetek po trzydziestu latach*, pod red. L. Kości, Warszawa 1996.
- Morozov, E., *Only Disconnect*, „New York Times”, 28.10.2013.
- Schopenhauer, A., *Świat jako wola i przedstawienie*, przeł. J. Garewicz, Warszawa 1994.
- Vattimo, G., *Società trasparente*, Torino 1989; przekł. pol. *Spółczesność przejrzyste*, przeł. M. Kamińska, Wrocław 2006.
- Veblen, T., *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa 2008.
- Virilio, P., *Bomba informacyjna*, przeł. S. Królak, Warszawa 2006.

Źródła online

- www.internetlivestats.com.
http://publius.cc/lan_houses_new_wave_digital_inclusion_brazil/091509,
<http://www.internetlivestats.com/internet-users/#definitions>
<http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/10/02/4-4-billion-people-around-the-world-still-dont-have-internet-heres-where-they-live/>.

**Architektura krytyczna:
strategie projektowe
i praktyki artystyczne
Jarosława Kozakiewicza
wobec skutków
nadmiernej industrializacji
i przestrzennej urbanizacji**

Jarosław Kozakiewicz

Jestem artystą, działającym na pograniczu sztuki i architektury. Ta druga wraz z jej językiem stanowi narzędzie, przy pomocy którego kwestionuję dominujące w kulturze i życiu społecznym *status quo*.

Moje projekty to przykłady architektury konceptualnej i/lub krytycznej, nie zawsze przeznaczonej do realizacji. Często wymykające się definiowaniu przez jedną tylko dyscyplinę twórczości, służą formułowaniu albo rozwiązywaniu określonych problemów i powstają z myślą o przełamaniu schematów w projektowaniu. Można je nazwać instrumentami diagnostycznymi przeznaczonymi do oceny funkcjonowania środowiska życia człowieka. Pokazują skutki złej polityki przestrzennej. Wskazują na zaniedbania i zaniechania urbanistyczno-budowlane. Otwierają dyskusję nad różnymi aspektami przestrzeni publicznej: fizycznymi, społecznymi, politycznymi i historycznymi.

Bardzo ważnym problemem, do którego odwołuję się od wielu lat, jest nadmiar. Ujmuję go w kontekście skutków przerostu industrializacji i technologizacji, związanej z niepohamowaną konsumpcją oraz galopującej urbanizacji. Dlatego w kręgu moich zainteresowań znajdują się zarówno tereny zdegradowane i wymagające rewitalizacji (obszary poprzemysłowe, wysypiska śmieci itp.), jak i zaniedbane, przedludnione i pozbawione funkcji wspólnotowych przestrzenie miejskie.

W tekście tym przedstawiam strategie projektowe i artystyczne, które wykorzystuję w swojej twórczości, aby podejmować temat przestrzeni zdegradowanych w związku z *nadmierną* industrializacją i *nadmiernie* rozwijającą się urbanizacją oraz konsekwencjami dla środowiska naturalnego galopującej konsumpcji, czyli „cywilizacją śmieci”. Podejmując te tematy, staram się stworzyć przestrzeń dla poszukiwań pozytywnych rozwiązań tych dojmujących bolączek naszej cywilizacji.

1. Projekt *Mars*

Na pewno niewiele osób miało okazję widzieć z bliska kopalnię odkrywkową. Krajobraz przekształcony w wyniku działalności wydobywczej w takim miejscu przypomina znane nam obrazy z obcych planet, na których nie widać oznak życia. W okolicach Boxbergu w Saksonii, po zamknięciu kopalni rozpoczęto procesy rewitalizacyjne, mające na celu przywrócenie tego miejsca ludziom. Zorganizowano międzynarodowy konkurs na rewitalizację terenu pokopalnianego, który wygrałem, proponując projekt *Mars*. Jest to budowla ziemna, do budowy której wykorzystano 130 tys. metrów sześciennych ziemi, pozostałej po rewitalizacji wyrobiska, przekształconego w sztuczne jezioro o powierzchni 14 km kw. Budowla przypominająca małżowinę uszną mierzy 360 metrów długości, 250 metrów szerokości, a najwyższe wzniesienie ma 18 metrów wysokości.

Obecnie *Mars* służy jako miejsce wypoczynku, spacerów oraz rozmaitych kulturalnych aktywności, na przykład letniego kina czy kameralnych koncertów, dla których zbudowany został mały amfiteatr, niemal niezauważalnie wyrastający z otoczenia. Tak monumentalna skala pozwala na zerwanie tradycyjnej relacji między dziełem sztuki

i odbiorcą. *Mars* nie jest obiektem, który możemy ogarnąć wzrokiem i podziwiać z dystansu, ale miejscem, którego doświadczamy „od wewnątrz”, na przykład uczestnicząc w aktywnościach, jakie proponuje. Tym samym to, co sztuczne i stworzone przez człowieka, zostaje integralnie związane z tym, co naturalne. Mam nadzieję, że obcowanie z krajobrazem, którego forma została wywiedziona z kształtów ludzkiego ciała pozwala na odczuwanie tego miejsca jako przyjaznego czy wręcz pokrewnego człowiekowi.

2. Zielony obłok

Zielony obłok to projekt, który powstał jako reakcja na decyzję lokalnych władz, które zamierzały rozebrać kominy zmodernizowanej elektrowni w Boxbergu. Wyraziłem wtedy pogląd, że za wcześnie na tak drastyczne rozwiązania wobec zabytków ery industrialnej. Nie są już groźne, ich niszczycielskie działanie przeszło do historii i być może lepiej byłoby odczekać i oswoić się z ich „nową” obecnością w krajobrazie. Zaproponowałem zmianę ich funkcji – w projekcie *Zielony obłok* są pylonami, na których opiera się platforma obserwacyjna, będąca jednocześnie ogrodem i miejscem rekreacji.

Ten wiszący ogród przykryty jest kopułą, której powłoka składa się z wyprowadzonych z kształtu cząsteczki węgla sześcioboków, podkreślając przemysłowy charakter otoczenia. We wnętrzu kopuły miałyby znaleźć się obserwatorium i ogród zimowy, a rosnące tam rośliny wytwarzać miały tlen. Dzięki temu dotychczasowy sposób funkcjonowania obiektu, a więc emisja dwutlenku węgla, uległby odwróceniu. *Zielony obłok* mógłby spełniać różne funkcje, przede wszystkim jednak pozostając przestrzenią odpoczynku i kontaktu z naturą. Zawieszona nad elektrownią „chmura zieleni” zastąpiłaby wydobywający się z kominów dym, wprowadzając tym samym życie do martwego miejsca i włączając je ponownie w rytm przyrody. Mimo dyskusji i wielu głosów sprzeciwu, w 2000 i 2012 roku kolejno wysadzono w powietrze te 300-metrowe kolosy.

3. Wieże tlenowe

Wieże tlenowe są obiektem przeznaczonym dla dużej aglomeracji. Jako przykładową lokalizację dla nich wybrałem Tor Bella Monaca, dzielnicę Rzymu, w której daje się zaobserwować większość negatywnych aspektów współczesnych aglomeracji, takich jak brak terenów zielonych czy dominacja ciasnej i monotonnej zabudowy.

Wieże tlenowe mają charakter zamkniętych ogrodów. W ich wnętrzu zostaną posadzone rośliny, które będą wytwarzać tlen. Spiralna ścieżka wewnątrz każdej z wież tworzy powierzchnię-promenadę, po której mogą spacerować odwiedzający. Budynek jest przestrzenią relaksu, odpoczynku i kontaktu z naturą. Odgrywa rolę oazy w zurbanizowanej przestrzeni, ale dzięki całkowitemu przeszkleniu fasad obiekt pozostaje otwarty na urbanistyczne otoczenie. *Wieże* poruszają kluczowy dla współczesnych miast problem oddechu, co zostało zaznaczone

w ich funkcji i formie. Stanowią „płuca miasta” nie tylko dlatego, że dostarczają tlen, ale także dlatego, że zapewniają „oddech” w sensie przestrzennym, stając się miejscem wytchnienia od zunifikowanej, przytłaczającej zabudowy.

Wieże tlenowe powstały jako odpowiedź na problem zatłoczenia i zanieczyszczenia środowiska miejskiego. Równowaga ekologiczna miasta jest również tematem *Transferu* (2006) – pomyślanego jako sieć wiaduktów dla pieszych i rowerzystów, umożliwiających bezpieczniejsze i zdrowsze („transfer” świeżego powietrza) poruszanie się po mieście.

4. Kurtyna ziemna, 2007

W 2007 roku Zachęta Wielkopolska złożyła mi propozycję realizacji projektu w przestrzeni publicznej Poznania. Zamiast rzeźby, zaproponowałem rewitalizację Parku Drwęskich, który znajduje się przy bardzo ruchliwej ulicy Królowej Jadwigi. Ogromne nasilenie ruchu samochodowego i tramwajowego powoduje, iż ta przestrzeń przestała pełnić publiczną funkcję parku i stała się martwym miejscem. Zaproponowałem odseparowanie parku od ulicy zasłoną o zmiennej wysokości od 2 do 2,5 m i długości 150 metrów. Wzdłuż osłony miałby powstać strumień, który wykorzystywałby naturalny spadek terenu. Geometryczna powierzchnia dna zbudowana z trójkątów ułożonych nieregularnie wywoływałaby szum, który akustycznie niwelowałby dźwięk jadących samochodów.

Moim głównym założeniem było spełnienie postulatu rewitalizacji przestrzeni miejskiej poprzez sztukę. W rezultacie powstał złożony projekt, który trudno zdefiniować w ramach konkretnego medium artystycznego — z pogranicza rzeźby i architektury, ale również architektury ogrodowej czy urbanistyki. Projekt zakłada częściowe odseparowanie terenu parku od ruchliwej arterii przelotowej, poprzez „podwijającą” się ku górze formę rzeźbiarską. W ten sposób wzdłuż północnej strony 4,5-hektarowego parku powstanie rodzaj ażurowej kurtyny, pokrytej metalową okładziną od strony ulicy i porośniętej trawą od strony parku. Ponadto, projekt zakłada wybudowanie kaskady wodnej — rwącego strumienia — oraz schodów, spełniających jednocześnie rolę amfiteatralnie zaprojektowanych siedzisk. Koncepcja ideowa projektu odwołuje się do trójkątnej topografii parku. Propozycja już w fazie projektu wzbudziła ożywioną dyskusję, która zaowocowała licznymi artykułami w prasie, stając się ważnym elementem debaty publicznej na temat roli i znaczenia sztuki w przestrzeni publicznej.

Powód braku zgody ówczesnych władz miasta na rewitalizację parku do tej pory pozostaje niewyjaśniony. Ukryto go za niejasnym tłumaczeniem względami historycznymi i konserwatorskimi. Najbardziej prawdopodobny powód to pozostawienie tego dziś bezużytecznego i zdegradowanego miejsca w atrakcyjnej części miasta jako terenu pod przyszłe inwestycje o charakterze komercyjnym bądź mieszkaniowym.

Tocząca się w mediach wielomiesięczna dyskusja pokazała, jak bardzo potrzebne jest mieszkańcom okolicy miejsce, z którego będą mogli korzystać. Stowarzyszenie „Inwestycje dla Poznania”, które było jednym z głównych i najbardziej aktywnych obrońców tego projektu, proponowało nawet ogłoszenie referendum w tej sprawie.

5. *Tardigrada Botanica*, 2009

Nadmiar odpadów wytwarzany przez naszą cywilizację jest jednym z najbardziej dojmujących problemów, z jakim mamy dziś do czynienia w skali globalnej. Projekt *Tardigrada Botanica* jest poetycką – acz jak najbardziej realistyczną – narracją sugerującą jedno z możliwych rozwiązań tego problemu w skali lokalnej. Zakłada on stworzenie ogrodu botanicznego na terenie zamkniętego wysypiska śmieci położonego na gruntach wsi Tumanek koło Wyszkowa (woj. mazowieckie).

Teren wysypiska, które eksploatowano od końca lat 60. XX wieku, zostałby tym samym przywrócony środowisku i człowiekowi poprzez stworzenie niezwykłego dla naszego klimatu parku tropikalnego. Co więcej, nieczynne już wysypisko – efekt niszczycielskiej działalności człowieka – stałoby się żywicielem ogrodu, dzięki wykorzystaniu emitowanych przez nie biogazów do ogrzania budowli. Ogród służyłby uprawie roślinności tropikalnej, byłby również miejscem działalności naukowo-badawczej, dydaktyczno-wychowawczej, popularyzatorskiej i rekreacyjnej. Struktura o wysokości 40 metrów, zbudowana by była na planie zbliżonym do elipsy, której dłuższa średnica mierzyłaby 140 metrów. Wewnątrz powstałby biom wilgotny o powierzchni ok. 1 hektara.

Niesporczak (*Tardigrada*) nie byłby tutaj ogniwem przypadkowym, przeciwnie – obecność tego mikroskopijnego bezkręgowca jest symboliczna i ma ogromne znaczenie dla całej koncepcji. Jest to bowiem najbardziej odporne na warunki zewnętrzne ze znanych nam stworzeń (w stanie anabiozy może przeżyć w temperaturach od prawie zera absolutnego do ponad 150°C, znosi 1000 razy silniejsze promieniowanie radioaktywne niż jakiegokolwiek inne zwierzę oraz ciśnienie 6000 atmosfer, potrafi również przeżyć ponad 10 lat bez wody, a nawet w próżni kosmicznej), może więc symbolizować siłę procesów naturalnych, przeciwstawioną degradującej środowisko działalności człowieka.

Składanie nadmiaru

Marcin Wicha

1. Cytat ze starej powieści dla młodzieży

- „- Zobaczymy, czego Beetle potrafi dokonać przy pomocy tych obcęgów, z których jest tak dumny.
- Nielatwa to rzecz zrobić tę łacinę bardziej zwariowaną niż jest, ale spróbujemy! - mówił Beetle, przynosząc *aliud* i *Asiae*, wycięte z dwu osobnych zdań. - Czekajcie, tę kropkę przeniesiemy trochę dalej, a zdanie zaczniemy od pierwszej lepszej wielkiej litery. Byczo! Tu całe trzy wiersze można przenieść na inne miejsce. (...)
- *Quis munditiis?* - zaczął Beetle, nie składając szczypców - Słowo daję, że to bycze! Czy ten znak zapytania nie fajno tu wygląda? (...)
- Redagowali gorliwie, aż się tak ściemniło, że już nic nie było widać”¹.
- Rzecz dzieje się w angielskim liceum. Uczniowie wkradają się do szkolnej zecerni. Znajdują ramki z przygotowanym tekstem egzaminu i dokonują typograficznego sabotażu.
- Książka Kiplinga ukazała się pod koniec XIX wieku. W ostatnim rozdziale poznajemy dalsze losy bohaterów, którzy po zakończeniu edukacji służą w wojsku, rozrzućeni po rubieżach brytyjskiego imperium. Całość zamyka lakoniczna fantazja na temat przyszłej wojny, tej największej przygody, zwieńczenia szkolnych psot, przedłużenia młodości: „Wyobraźcie sobie tylko Stalky’ego gdzieś na południu Europy z odpowiednią ilością Sikhów i perspektywą lupu. Zastanówcie się tylko nad tym”².

2. Reprodukacja plakatu futurystów

Wyczekiwana wojna wybuchła dopiero w sierpniu 1914 roku. Kilka miesięcy wcześniej, na południowym wschodzie Europy powstał plakat. Nic szczególnego. Poziomy format i dużo ozdobnych liter na żółtym tle. Reprodukację znalazłem w internecie, więc trudno powiedzieć, czy wiernie oddaje kolory oryginału.

Jest to zawiadomienie o wieczorze autorskim młodych poetów: Dawida Burluka, Włodzimierza Majakowskiego i Wasilija Kamieńskiego. Wędrowna drużyna futurystów ma zagrać na wyjeździe, w Tyflisie (dziś Tbilisi). Początek o ósmej wieczór. Bilety już od 30 kopiejek. Tytuł („Futuryści”) umieszczono centralnie. Poniżej nazwiska obsady. Litery jeszcze znają mores. Większość stoi w równych szeregach. Niektóre, odważniejsze, podskakują, obracają się, kładą na linii pisma lub łączą w pary. Jednak nawet wtedy starają się nie oddalać od napisanych miejsc.

3. Dawid Burluk z psem namalowanym na policzku.

A może to jest koń?

Początek współczesnej typografii można sobie wyobrazić jako scenę z powieści Kiplinga. Do drukarni zakrada się grupka chuliganów.

1 Rudyard Kipling, *Stalky i spółka*, przeł. Józef Birkenmajer, Warszawa 1978, s. 247.

2 Tamże, s. 288.

Jeden w żółtej bluzie. Drugi w pogiętym cylindrze (dziwne nakrycie głowy dla włamywacza). Na policzkach mają wymalowane dziwaczne kształty, romby, trójkąty, motywy roślinne i zwierzęce.

Pod nieobecność zecerów buszują w kasztach. Chwytają, co im wpadnie w ręce. Sięgają po duże i małe litery. Dobierają bez ładu i składu. Mieszają bufiaste secesyjne kroje i surowe groteski. Potem chlapią farbą na lustrzany tekst pełen przechwałek i bombastycznych przymiotników. Przed świtem puszczają prąsę w ruch. Gotowe.

4. Znowu ten plakat

Nie, to nie było takie proste.

Owszem, litery mogły lewitować na papierze. Płynąć, zmieniać wielkość, kąt nachylenia. Jednak w typografii wciąż obowiązywał parytet ołowiu. Żeby uzyskać efekt swobody, należało użyć mnóstwa justunku. Każdą czcionkę obłożyć niedrukującym materiałem. Unieruchomić. Zaklinować między blokami metalu. Zafiksować, związać z pozostałymi. Taka praca wymagała fachowca³.

5. Wzornik czcionek odlewanych w wytwórni Gerbek. Rosja, koniec XIX wieku

Kilka lat temu rosyjski designer i krytyk, Władimir Kriczewskij, opublikował artykuł, w którym postawił pytanie o twórczy udział drukarzy w powstaniu futurystycznej typografii. Zastanawiał się: „Jakim sposobem z drukarni Jakowlewa na Mjasnickoj albo Sokolnickiego na Nadieżdinskoj w Piotrogradzie mogły wylecieć tak dziwne, jak na swoje czasy, wydania?”⁴.

Zagadek jest więcej. W egzemplarzach składanych do cenzury trudno się dopatrzeć rozwiązań typograficznych znanych z wydrukowanych wersji. Wygląd niektórych wierszy zmieniał się w kolejnych wydaniach, i to nawet gdy publikacje dzieliło tylko kilka miesięcy.

Wiemy, że żaden z czołowych futurystów nie posiadał kwalifikacji zecerских. Nie zachowały się szkice, opisy lub relacje wskazujące, że poeci udzielali drukarzom szczegółowych instrukcji i wskazówek.

Z drugiej strony, Kriczewskij zauważa, że niektóre z typo-fururystycznych chwytów można znaleźć już wcześniej, w komercyjnych drukach, reklamie czy ogłoszeniach prasowych. Nawet schodki Majakowskiego, zanim otrzymały imię poety, były znane pod nazwą „angielskiej linii/wersu” (Английская строка).

Zbrane poszlaki wskazują, że to zecerzy mogli wpływać na wizualny kształt poezji. Przy czym chętnie sięgali po rozwiązania stosowane w ówczesnych drukach użytkowych.

- 3 Część awangardowych książek wydrukowano metodą litograficzną, jako faksymile. Powielając pismo odręczne, poeci pozbywali się wizualnych pośredników, nie musieli korzystać z czcionek ani pomocy zecerów.
- 4 Владимир Кривевский, Типографика футуристов на взгляд типографа, cz. 1 i 2 [online], Журнал Шрифт, 18.06.2014, typejournal.ru.

Uwagi Kriczewskiego dotyczą tomików poezji. Zapewne zecerzy cieszyli się znacznie większą swobodą, gdy rzecz dotyczyła plakatu.

6. Wnętrze drukarni z początków XX wieku

Więc inaczej. Już nie nocne najście, tylko normalna rozmowa klienta z wykonawcą.

Klient może być ubrany całkiem zwyczajnie. Przywiózł ze sobą wzór, plakat z Kazania (futurystyczna trupa dała tam występ już w lutym). Teraz przegląda wzornik pism drukarskich. Przesuwa palcem po kolejnych stronach. Podziwia gigantyczne litery, odczytuje na głos – SZO, FOŁ, WIRD, KOŁ.

– Trochę ozdobnych i kilka tych bardziej zaokrąglonych poproszę.

Wykonawca notuje. Kręci głową. Może wymienia znaczące spojrzenia z kolegami. „Dla kogo musimy pracować?”.

A może przeciwnie? Bawi się całą sytuacją, uradowany, że wreszcie może złamać wszelkie reguły. Pohulać, wyciągnąć, co fabryka dała, wymieścić, podgrzać, patrzeć, jak strzałka przesuwana się na czerwone, ostrzegawcze pole.

7. Zecer gazety „Gwizdek”. Zdjęcie Aleksandra Rodczenki wykonane w 1928 roku

Drukarnia była ulubioną fabryką inteligentów (nic dziwnego, skoro produkowała książki). Robotnika postrzegano jako współtwórcę (choć żaden Zaiks nie wyliczy już procentowego udziału w autorstwie). Partnera w pracy nad tekstem.

W którymś z opowiadań Zoszczenki listy do redakcji zaczynają się od apostrofy „Towarzysze redaktorzy i zecerzy”. We wspomnieniach Wiktora Szklowskiego możemy przeczytać: „Kiedy jego [Zoszczenki – MW] książka poszła do druku, sami zecerzy wybrali dla niej czcionkę cy-cero. «Bardzo dobra książka – mówili – niech wszyscy ludzie czytają»⁵.

Cycero to stopień pisma, 12 punktów Didota. Spory rozmiar używany wówczas w książkach dla dzieci lub dla dorosłych, którzy czytali z trudem, bez wprawy. Zecerzy chcieli, żeby Zoszczenkę czytali prości ludzie. Dostosowali projekt graficzny do potrzeb czytelnika.

Zecer był pierwszym projektantem graficznym. Projektant graficzny był początkowo wykwalifikowanym robotnikiem. Dopiero później ogłosił się artystą.

8. Wejście do Akademii Sztuk Pięknych, fotografia z Wikipedii

Kiedy dwadzieścia pięć lat temu nie dostałem się na studia, przez kilka miesięcy uczyłem się nielegalnie i potajemnie: zecerzy z ASP pozwalali mi składać w swojej oficynie.

5 Wiktor Szklowski, *Jeszcze nie wszystko skończone...*, przeł. Aleksandra Berkietą, Jolanta Skrunđa, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2016, s. 331.

Profesor typografii niedawno odszedł na emeryturę. Studenci pojawiali się rzadko. Jeszcze tego nie wiedzieliśmy, ale drukarnia wkrótce miała zostać eksmitowana, a jej lokal wynajęty komercyjnej galerii malarstwa. Z czasem odkryłem, że drukarze uważają się za coś w rodzaju tajnego zakonu. Straży nocnej. Niezauważonych i niedocenionych obrońców kosmicznego składu.

- Jesteśmy tutaj, by służyć – powiadali.
- Osobowość typografa nie powinna się narzucać – głosili.
- Jeśli książka jest dobrze zaprojektowana, nikt nie będzie szukał stopki z nazwiskiem projektanta (ale chyba trochę liczyli, że ktoś jednak do tej stopki zajrzy).

Akademia dała mi niechcący kilka miesięcy dobrej edukacji. Złożyłem kilka opowiadań o famach i kronopiach, wydrukowałem zaproszenia ślubne dla znajomych. Czystym przypadkiem należałem do ostatniej generacji, która najpierw zetknęła się z metalową czcionką, a dopiero potem z możliwościami składu komputerowego.

9. Wielkości pisma Garamond dostępne w drukarni Domu Słowa Polskiego około 1985 roku: 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 20 24 28, 30, 36. 42, 48, 60, 72, 90 punktów

Określenie „stopień pisma” sugeruje coś nieciągłego. Występ, szczebel.

Przywołuje obraz schodów. Na dodatek urwanych dość gwałtownie. Jeszcze w latach osiemdziesiątych dostępnych wielkości było tak niewiele, że każda miała swoją nazwę (a nazwy brzmiały jak lista bohaterów ruchu rewolucyjnego: brylant, diament, perl i tak dalej).

Dopiero komputer dał nam przełomową możliwość napisania tekstu literą w rozmiarze 17,394 punktu. W cyfrowym świecie dostępne litery rosły o tysięczne części milimetra.

W wirtualnych kasztach czekały wszystkie liczby parzyste i nieparzyste. Liczby całkowite lub zakończone ogonami ułamek. Można było sobie wyobrazić ciągłą linię łączącą wszystkie wielkości pisma – od zera do nieskończoności.

Inna rzecz, że używanie wielkości 17,394 punktu wciąż było w złym guście. Zachowała się wiara w magiczne właściwości liczb. Przekonanie, że powinny ułożyć się w ciąg, zakreślić kształt muszli i spiralnym torem wspinać ku idealnej harmonii.

Nawet dzisiaj, gdy rozwiniemy odpowiednie menu, program do składu sugeruje wielkości z klasycznego ciągu: 8, 9, 10, 12.

W gruncie rzeczy, nie chodzi o numerologię. Technologia, która daje coraz więcej możliwości, musi też ułatwiać dokonywanie wyboru. Rozszerzać paletę – i natychmiast ją zawęzić, żebyśmy nie zostali bezradni, jak klient supermarketu skonfrontowany z pięćdziesięcioma gatunkami sera lub wody mineralnej.

10. Dostępne odmiany kroju Lato. Od lewej: Hairline, Thin, Light, Regular, Italic, Medium, Semibold, Bold, Heavy, Black

W drukarni ASP można było znaleźć kilkanaście krojów pisma.

Zazwyczaj każdy krój składał się z trzech odmian. To była podstawowa komórka społeczna: tatuś bold, mama kursywa, regularny synek lub córeczka. Czasem wpadał jakiś wujaszek lub dalsza kuzynka. Ten skromny wybór musiał wystarczyć.

Wiele lat później zapytałem typografa Łukasza Dziedzica, dlaczego nowoczesne fonty mają tyle wariantów (artysta tworzył wtedy rodziny liczące po dziewięćdziesiąt lub więcej odmian). Udzielił prawdziwie zecerskiej odpowiedzi: „Pracowałem w niemieckich tygodnikach... A w prasie papierowej tak już jest, że tytuł może mieć określoną szerokość. Inaczej zaczynają się przepychanki, żeby [dziennikarze] ten tytuł skrócili. Chciałem mieć narzędzie, żeby w tym samym stylu mieć sześć różnych szerokości litery i spokojnie z tego korzystać. (...) Ja nie chcę narobić tyle fontów, żeby zająć świat. (...) Daję jak największe pudełko z narzędziami...”⁶.

A potem dodał: „Chcę, żeby font był płynny... Żeby każdy mógł wybrać w dowolnym punkcie, to co jest mu potrzebne...”⁷. I przedstawił wizję czegoś, co określił jako „falę fontu”. Fontu, gdzie ciężar litery zmienia się płynnie. Jednym pociągnięciem wskaźnika można pokonać wszystkie fazy – od drucianego szkieletu do zawodnika sumo. Fala fontu jest coraz bliżej. Rozchodzi się w wielu wymiarach. Nie na płaszczyźnie, lecz w przestrzeni.

11. Chaotyczna mozaika różnych fotografii.

Maszyna do pisania, tkanina z muzeum etnograficznego w Belgradzie, taśma z napisem „Crime Scene”, wazon, samochód Lincoln, kłódka, zdjęcie ilustracyjne (plik gazet), widok na plac Świętego Piotra, zabawa w przeciąganie liny podczas zabawy dożynkowej, rewolucyjny, rycina przedstawiająca pszczołę

Ten dziwny zestaw zdjęć znajduje się na dysku mojego komputera. Niektóre wylądowały tutaj przypadkiem. Innych cierpliwie szukałem. Pochodzenia niektórych już nie pamiętam.

W odległych latach, gdy koledzy Stalky’ego grasowali po szkolnej zecerni, największym problemem drukarstwa pozostawało połączenie tekstu i ilustracji. Drzeworyt długo zachował przewagę nad konkurencyjnymi technikami reprodukcji (litografią czy foto), tylko dlatego, że drewniane matryce pozwalały się wpakować w zecerską ramkę. Sytuacja zmieniła się po wynalezieniu druku offsetowego. Jednak nawet wtedy obróbka ilustracji i opracowanie tekstu pozostały odrębnymi procesami. Połączenie tych procesów, zmieszanie liter i obrazów w jednym garnku – to najbardziej zdumiewający aspekt DTP, cyfrowego zecerstwa.

6 Łukasz Dziedzic, *Fala fontu*, rozmawiał Marcin Wicha, „Art & Business”, 2015, 11, s. 92.

7 Tamże.

Nadal używamy określenia pulpit (czy pulpit roboczy), jakbyśmy pracowali w średniowiecznym skrypcorium. Jednak nasz pulpit jest podłączony do agencji stock-pictures. Internet wyrzuca potoki nowych obrazów. Obrazy przeszłe i współczesne, ruchome i statyczne. Płatne i darmowe, chronione prawem autorskim i dostępne w domenie publicznej. Potrzebne i zbędne.

Trwa digitalizacja. Zdobywamy dostęp do archiwalnych zdjęć i reprodukcji. Do nowych kadrów z kamer ochrony, smartfonów i satelitów. Zasoby i katalogi błyskawicznie się rozszerzają i zagęszczają. Puste przestrzenie wypełniają się obrazami. Cały świat stał się pudełkiem z narzędziami.

Są dwie strategie plądrowania tych nieograniczonych zasobów. Ich nazwy wzięłem od programów telewizyjnych.

12. Grupa eleganckich osób we wnętrzu. Stół, żyrandol, obrazy, rzeźbione ramy, ściany w kolorze burgunda

„Antique Roadshow” to hit BBC nadawany od ponad czterdziestu lat.

Do miasteczka przyjeżdża telewizja. Przywozi historyków sztuki, muzealników, ekspertów z domów aukcyjnych. Jest wśród nich specjalista od lalek (siwy pan, sztruksowe spodnie). Jest znawczyni woskowych owoców. Nie zabrakło kogoś od porcelany, szkła i sztucców. Cała impreza przypomina kiermasz ogrodnicy. Eksperti ustawiają stragany, wokół których tłoczą się mieszkańcy. Przynoszą swoje skarby i czekają na werdykt. Czyli – kwotę.

Możliwe, że wytarty miś okaże się Graalem dla kolekcjonerów pluszowych zabawek. Secesyjny wazon sfinansuje wakacje, stary sztych – zapewni wykształcenie dzieci.

Sympatyczni Anglicy w niedzielnych ubraniach opowiadają historię przedmiotów. Afrykańska włócznia. Może to unikat? Staruszek służył w koloniach, może wyjął broń ze stygnących pleców wodza Zulusów?

– A jak sądzisz, ile może być warta taka broń? – droczy się ekspert.

– Spróbuj, podaj sumę – Kamera chwyta rozmarzone spojrzenie właściciela. – Wracamy po reklamach.

Nic z tego, niestety. To tylko zwykła pamiątka dla turystów, kupiona w porcie tuż przed odjazdem. Więc w poniedziałek znów pójdziecie do pracy. Główna nagroda padła na cudzy los (samochodzik w fabrycznym opakowaniu, chińską filizankę).

13. Grupa nieeleganckich osób na tle kontenera

W programie „Storage Wars” („Wojny magazynowe”) nie usłyszymy staruszek z wiktoriańską porcelaną. Nikt nie zapyta o losy pradziadka podczas powstania sipajów. Zero rodzinnych historii. Zero sentymentów. Bohaterowie jeżdżą furgonetką i kupują starzyznę. Okazują przy tym nie więcej empatii niż windykatory lub pracownicy lombardu.

Tematem tego cyklu są przedmioty bez więzi rodzinnych. Rzeczy osierocone i niechciane. W każdym odcinku widzimy, jak konkurencyjne bandy poszukiwaczy licytują zawartość nieopłaconych komórek

magazynowych. Obstawiają w ciemno, licząc, że pod płachtą brezentu znajdą silnik do łodzi lub sprawną szafę grającą.

Bardziej przygnębiający jest tylko program „Baggage Battles” („Walka o bagaż”). Tutaj obiektem rywalizacji staje się nieodebrany bagaż lotniczy. Walizki, które zgubiły właściciele. Co kryją w środku? Aparat fotograficzny czy brudną bieliznę? Oto ostatnia faza alienacji przedmiotów.

14. „Dziękuję za uwagę”

Facet w fartuchu z celuloidowym daszkiem na czole. Dobry gospodarz, strażnik szuflad, skrupulatny nadzorca metalowych czcionek.

Zecer znał swój warsztat jak własną kieszeń. Drukarnia była obszarem porządku. Uszkodzony, zużyty materiał trafiał do specjalnej skrzynki, gdzie czekał na przetopienie. Skrzynkę nazywano piekłem i ta nazwa daje wyobrażenie, jaką wagę przywiązywali drukarze do swego fachu, wykonywanego między chaosem i kosmosem.

Z drukarni wynieśliśmy przekonanie, że zadaniem designu jest porządkowanie świata. Rozbieranie na części pierwsze i montowanie od nowa. Składanie w sposób czytelny i przejrzysty. W drukarni zaczęło się projektowanie. Razem z projektowaniem do zecerni wdarł się chaos.

Zbyt dużo czcionek. Zbyt dużo krojów, wielkości, formatów. Zużyte obrazy, wzory, style, zamiast zniknąć z oczu, piętrzą się na cyfrowych wysypiskach. Unoszą się w chmurze. Opadają z deszczem i wracają do obiegu.

Projektant już nie porządkuje. Nie narzuca swojej wersji ładu. Został poszukiwaczem w telewizyjnym programie rozrywkowym. Wszystko zaczęło się od tamtego włamania. Może należało lepiej zamykać drzwi od zecerni?

Bibliografia

Dziedzic, Ł., *Fala fontu*, rozmawiał M. Wicha, „Art & Business”, 2015, 11.

Kipling, R., *Stalky i spółka*, przeł. J. Birkenmajer, Warszawa 1978.

Szklowski, W., *Jeszcze nie wszystko skończone...*, przeł. A. Berkietta, J. Skrunda, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2016.

Forma podąża za fikcją

**Johnny Friberg
Karl-Johan Ekeröth**

Kontekst

Po raz pierwszy zetknąłem się z postacią Milki Belii Havel, kiedy byłem jeszcze studentem. Zostałem zaproszony do przedstawienia projektu na konferencji poświęconej architektonicznym wizualizacjom. Zajmowałem się wtedy techniką rzeczywistości wirtualnej, która w optymistycznych, technologicznie nastawionych latach 90. uważana była za przyszłość. Zasiadłem w ciepłym, dziwacznym audytorium w Atenach i przez trzy dni wysłuchiwałem pewnych siebie mówców. Trzeciego dnia rano stanęła przed nami grecka uczona, która zaprezentowała, jak wykorzystać metafizyczną sztukę i filozofię w designie i projektowaniu architektonicznym. Mówiła o de Chirico i Schopenhauerze, a także o tym, jak design może świadomie wykraczać poza doświadczenie zmysłowe. Moje znużenie ustąpiło głębokiej fascynacji, kiedy zrozumiałem, że to, co chciała przekazać, było całkowitym przeciwieństwem tego, jak myślano u mnie na studiach. Badaczka mówiła o designie jako nośniku znaczenia i artystycznej praktyce. Pod koniec wystąpienia pokazała odtworzony wizerunek krzesła czeskiej entomolożki i artystki Milki Havel. Rekonstrukcja została dokonana na podstawie luźnych wzmianek z wystawy w Berlinie w 1928. Artefakt stanowił rodzaj medytacyjnego urządzenia, na którym można było usiąść i słuchać chaotycznego brzęczenia tysięcy pszczół. Jeśli chodzi o czas, był to początek XVII wieku (epoka baroku), ale formalna ekspresja kojarzyła się raczej z rokiem 1900. Było to dziwne i urzekające. Zdecydowałem, że muszę dowiedzieć się czegoś więcej na temat tej, jak nazwała ją prelegentka, zapomnianej przez historię geniuszki, która, jak się okazało, miała wiele do powiedzenia o naszej współczesności. Wiele lat później postanowiłem wraz z kilkoma innymi osobami poszukać funduszy na projekt wydobycia Milki Havel z meandrów zapomnienia i przedstawienia jej współczesnej publiczności.

Milka Havel urodziła się w Pradze w 1571 roku. Była jedynym dzieckiem sławnego stolarza i od dzieciństwa wykazywała wielki talent zarówno w kwestiach artystycznych, jak i naukowych. Ostatecznie została członkinią dworu władcy Rudolfa II w jednym z najbardziej fascynujących okresów w dziejach Europy. Do zgromadzonych w Pradze przez Rudolfa interesujących ludzi należeli chociażby Tycho Brahe, Johannes Kepler i John Dee.

Prawda

Albo i nie! Tak ukazaliśmy tło naszej wystawy, która miała miejsce jesienią i zimą 2017 roku. Ale faktem jest, że to wszystko było fikcją. Milka Havel nigdy nie istniała, a wystawa i towarzysząca jej książka stanowiły zwizualizowaną narrację, mającą na celu naświetlenie i przedyskutowanie pewnych kwestii.

Pragnęliśmy rzucić światło na zagadnienia takie jak posiadanie historii i zwrócić uwagę na konsekwencje nadmiaru informacji w naszych czasach. Zamysłem, stojącym za celowym wprowadzeniem w błąd naszej publiki było przebadanie, jak realne doświadczenie artystyczne oraz wartość tego doświadczenia mogą się zmienić w zależności od dostarczonej informacji. Czy można kierować doświadczeniem estetycznym, tak by umożliwić różne historie i sposoby rozumienia?

Punktem wyjścia projektu były wystawy prezentujące historyczne postaci jako typy, a także stworzona w ten sposób mitologizacja i fikcjonalizacja. Szczególne znaczenie dla naszego projektu miał Jorge Luis Borges oraz gra pomiędzy faktycznością i fikcją, jaka ma miejsce w jego twórczości. Punktem startowym jest fikcjonalizacja jako zasadnicza siła w pracy designu. Takie założenie stanowi krytykę rzekomo racjonalnej idei procesu projektowania jako rozwiązywania problemów. Zamierzeniem projektu było wzmacniać fikcję i fikcjonalizację jako narzędzia rozwoju i zmiany wizualnego designu. Artystycznie projekt odnosił się do tradycji, która rozciąga się pomiędzy współczesnymi artystami, projektantami i instytucjami takimi jak Dunne & Raby, Maywa Denki, Musée Patamécannique, Walid Raads, grupa Atlas, Muzeum Technologii Jurajskiej, Bonk Business Inc i Archiwa Hokesa, a historycznymi poprzednikami, jak chociażby katalog rzeczy nieosiągalnych Jaques'a Carelmana. Chodziło o praktyków i projekty, które różnymi sposobami czerpią inspirację z napięcia pomiędzy faktem i fikcją, dyskursem i niedyskursywnością, podejściem artystycznym i bardziej kuratorskim.

Twarz Boga

Stworzyliśmy podstawową grupę siedmiu osób i zaczęliśmy planować projekt, zatytułowany Forma Podąża za Fikcją. Miał on się zakończyć ambitną wystawą i powstaniem książki. Wynaleźliśmy osobę i przebadaliśmy kontekst historyczny. Następnym krokiem było stworzyć plan, w jaki sposób o niej mówić i jak ją zaprezentować. W październiku 2017 otworzyliśmy wystawę „Twarz Boga” w muzeum sztuki i designu w południowej Szwecji. Pracowaliśmy przez dwa lata nad tworzeniem wszystkich wzorów, konstruowaniem artefaktów, pisanem biografii i esejów. Rysowaliśmy i malowaliśmy, szukaliśmy w sieci osób, z których została utworzona grupa pisarzy i pisarek, gotowych współpracować przy tworzeniu książki, mającej uzupełniać wystawę. W sumie zostało zaangażowanych ponad trzydzieści osób, których zadania polegały na tak różnych rzeczach, jak pisanie esejów i wytwarzanie szklanych naczyń. Zwieńczeniem tych działań była ambitna wystawa, która trwała prawie cztery miesiące, wywołując liczne dyskusje na temat faktów i fikcji, w których ścierały się bardzo różne opinie. Nazwa „Twarz Boga” odnosiła się do (fikcyjnej) historii, którą przekazaliśmy, opisując naukowe i artystyczne prace naszej postaci. Jej poszukiwanie ukrytych wzorów w chaosie za pomocą wzmocnionych dźwięków, wydawanych przez owady, stanowiło podstawę naszych

zrekonstruowanych artefaktów i napisanej przez nas biografii. Obsesja naszej postaci okazała się fantastyczną platformą, której mogliśmy używać twórczo do konstruowania urządzeń, służących do wydobycia z chaosu ukrytych języków, czyli odkrywania twarzy Boga.

Co chcieliśmy osiągnąć?

Nasze podejście polegało na tym, by wyreżyserować doświadczenie, kładące nacisk na fikcjonalizację oraz zagadnienie prawdy i mitu w historii. Chcieliśmy stworzyć platformę do rozważań na ten temat. Potraktowanie wystawy jako przestrzennej opowieści umożliwiło różnorodne interpretacje i rozumienia w zależności od tego, jakie doświadczenie i pochodzenie mieli odwiedzający. Pragnęliśmy włączyć ich osobistą wiedzę i przekonania do wspólnej, bezpośredniej narracji. Projekt zgłębiał relację między sztuką i nauką, fikcją i faktem, historią i współczesnością oraz tekstem i artefaktem. Pod koniec stało się dla nas jasne, że mając do czynienia z nadmiarem informacji, można zakwestionować historyczną prawdę, wskazując na to, że wszelkie spisane dzieje zawierają domieszkę fikcji, a obowiązujące narracje były zwykle opowiadane z perspektywy siły. Wystawa nawiązywała do współczesnych dyskusji na temat fake newsów i krytycyzmu wobec ich źródeł.

Wreszcie, na metapozioście, chcieliśmy zastanowić się nad tym, czym jest fikcja dla dzieła sztuki i na tej podstawie zestawić praktyczny design z opowiadaniem historii oraz badaniem naukowym. Rezultat stanowił punkt wyjścia do wielu dyskusji, między innymi na temat wymazywania kobiet z historii czy ważności rzemiosła w designie. Włożyliśmy wiele wysiłku w to, by nasza opowieść była możliwie wiarygodna, ale by prezentująca ją wystawa zawierała szereg tropów, mających odwołać od wiary w podane informacje i stopniowo, w miarę jej oglądania, wywoływać najpierw niedowierzanie, potem zaś odkrycie, że miało się do czynienia z fikcją. Ten ostatni punkt nie zadziałał w ogóle. Wszyscy wierzyli we wszystko.

Wystawa i książka

W celu wciągnięcia odwiedzających w naszą opowieść, przedstawiliśmy ją na wystawie w trzech częściach. Oto one:

1. Rekonstrukcja.
2. „Autentyczne artefakty”.
3. Współczesna sztuka, inspirowania dziedzictwem Milki Havel.

Centralną częścią wystawy były rekonstrukcje artefaktów i wynalazków Milki Havel. Włożyliśmy mnóstwo energii w to, by wystawiane obiekty uchodziły za realistyczne, głównie w tym sensie, że naprawdę myśli się o nich, jak mogły być używane i w jakim celu. By uzyskać taki rodzaj zaangażowania wśród zwiedzających, zaprojektowanie i wykonanie obiektów musiało być niemal bezbłędne. Ponad wszelką wątpliwość, wykorzystaliśmy wszystkie nasze zdolności, by urealnić historię Milki Havel. Twierdziliśmy, że rekonstrukcje zostały stworzone przy

pomocy starych obrazów, listów i fragmentów, które posłużyły jako podstawa wystawionych dzieł designu i rysunków. Jednak, by dołożyć kolejną warstwę informacji na temat opowiadanej historii, stwierdziliśmy również, że zreinterpretowaliśmy obiekty w duchu minimalistycznej barokowej ekspresji. To oczywiście sprzeczność terminologiczna, ale chodziło też o podkreślenie, że obiekty zostały przekształcone zgodnie z naszą reinterpretacją. W istocie oznaczało to tyle, że tworząc wystawę i towarzyszącą jej narrację, wtórnie przekształciliśmy projekty, które sami żeśmy wymyślili i stworzyli.

Prawie każdy element wystawy pasował do naszej historii. Wszystko, począwszy od mebli, obić, gablot, a kończąc na śrubkach, nakrętkach i elementach instalacji. Otrzymaliśmy nawet instrukcje od pszczelarzy, w jaki sposób skonstruować ul, by pszczoły mogły w nim wytworzyć struktury plastra, pasujące do naszej opowieści. Jedyną rzeczą, której nie musieliśmy samodzielnie wytwarzać, były szklane panele, w które zaopatrzyła nas IKEA.

Druga część wystawy zawierała to, co nazwaliśmy autentycznymi artefaktami. Były one wystawione w szklanych gablotach. Informacja na ich temat głosiła, że są obiektami związanymi z nauką i artystyczną działalnością Milki Havel i pochodzą z jej domu, a także z miejsc, w których pracowała. Powodem, dla którego te eksponaty zostały zamknięte w gablotach, było to, że ich wartość przewyższała wartość reszty zrekonstruowanych obiektów, co oczywiście kompletnie mijало się z logiką. W rzeczywistości wystawione w ten sposób obiekty zostały przez nas tanio zakupione na eBayu i innych stronach z aukcjami ze względu na dziwny wygląd i ambiwalentny charakter. Wcale nie były stare, jedynie na takie wyglądały.

Jak zostało wspomniane wyżej, użyliśmy także obrazów i listów jako rzekomych podstaw do zrekonstruowanych dzieł designu. Obrazy zostały ukazane jako reprodukcje obrazów, wizje tego, jak mogły one rzeczywiście wyglądać. Tak naprawdę dodaliśmy coś od siebie do autentycznych barokowych obrazów. Tym dodatkiem były modyfikacje obiektów pokazanych na wystawie. Wraz z ekspertem od fałszerstw stworzyliśmy także dwa rzekomo ocalałe szkicowniki Milki Havel, które zostały ukazane jako centralne obiekty wystawy. Wywołały one duże zainteresowanie wielu odwiedzających, podczas gdy w rzeczywistości szkice w nich umieszczone były również narysowane przez nas.

Ostatnią część wystawy stanowiły dzieła szwedzkich artystów, o których wiadomo było, że czerpali w swojej twórczości zasadniczą inspirację z dziedzictwa Milki Havel. Byli to: Märta Mattsson, artystka tworząca biżuterię, projektant Thomas Laurin i Eva Dahlin, działająca w zakresie sztuk plastycznych. Trójkę tę łączyło odniesienie do owadów. To, że praktyka tych twórców została zainspirowana przez Milkę Havel, było oczywiście całkowitym nonsensem, ale ich udział w wystawie realnie pomógł budowie mitu na temat kobiety, która nigdy nie istniała.

Książka, która została wydana w momencie otwarcia wystawy, dodawała złożoności do obrazu naszej artystki entomolożki. Sławni pisarze i naukowcy zamieścili w niej eseje, dotyczące różnych aspektów życia i dzieła Milki Havel. Psycholog pisze o jej dzieciństwie, biolog o systematykach sprzed odkrycia ewolucji, a profesor literatury o wpływie jej dzieła na współczesną sztukę. Książka także dubluje katalog, w którym zaprezentowaliśmy wszystkie artefakty z wystawy i wskazaliśmy na wszystkie odniesienia, z których korzystaliśmy, tworząc ją.

Ostatecznie, publikacja miała uwiarygodnić naszą narrację, co czyniły między innymi znane w Szwecji nazwiska autorów zamieszczonych w niej esejów. Uznaliśmy książkę i wystawę za dwie strony tej samej monety. Oczywiście dopełniały się, ale też w niektórych aspektach były całkowicie sprzeczne. Jeden z esejów kwestionował rangę dziedzictwa Milki Havel i odnosił się krytycznie do faktu, że poświęcono jej tak dużą wystawę. Inny esej wręcz podważał istnienie naszej postaci. Do naszych ambicji należało bowiem również wywołanie wątpliwości i konfuzji, co miało doprowadzić do przekształcania się doświadczeń u odwiedzających wystawę i czytających książkę.

Wystawa zawierała także sporo tekstów i zdjęć. Przede wszystkim po to, by ją „skonceptualizować”, ale także, by wskazać „odniesienia”, których użyliśmy do rekonstrukcji artefaktów. Obejmowały one stare listy, fragment szkiców i historyczne obrazy, w których za pomocą Photoshopa umieściliśmy nasze obiekty.

Jak wspomniałem, naszą ambicją było reżyserowanie doświadczenia stopniowego odkrywania fikcyjnej narracji, czego jednak nie udało się osiągnąć. Wszyscy, łącznie z prasą, wierzyli we wszystko. Jedna recenzja wspominała nawet o kulturalnej sensacji. Dziennikarze pisali o naszej postaci i wychwalali wystawę, nie zadając sobie trudu samodzielnego poszukiwania. Jeden artykuł wspominał, że w internecie nie ma w ogóle informacji o Milce Havel, co zostało przypisane wymazaniu artystek i naukowiec z listy spisanej historii i nie wywołało w związku z tym żadnego zdziwienia.

Wystawę uznano za wielki sukces. Pracownicy muzeum byli zadowoleni, nigdy wcześniej tak wielu odwiedzających nie chciało rozmawiać z nimi o wystawie. Muzeum, odwiedzający, społeczność zajmująca się designem, sponsorzy – wszyscy wyrażali zadowolenie. Czy więc wszystko poszło dobrze? Jedna kategoria ludzi nie była taka szczęśliwa: dziennikarze. Ostatecznie wynikł z tego skandal. Grupa urażonych dziennikarzy zmobilizowała prasę do zemsty przeciwko nam i muzeum. W jednym tygodniu ukazało się 15 artykułów wyrażających wściekłość. Nazywano nas w nich kłamcami i elitarystami i kwestionowano wszystko, poza własnym bezkrytycznym podejściem do źródeł i brakiem samodzielnego researchu. W dyskusję zaangażował się kulturalny autorytet z tej części Szwecji, który napisał długi artykuł, broniący naszej wystawy i przyświecającej jej ambicji. Jednak temat zaczął wieść swoje własne życie w mediach. Usiłowaliśmy

podjąć z nimi dialog i skierować dyskusję na inne kwestie, takie jak artystyczna praktyka designu lub proces tworzenia historycznych wystaw, który zawiera w sobie nieodłączną domieszkę fikcji. Bez skutku. Jedyna dyskusja w prasie koncentrowała się wokół zagadnienia, czy artyści lub muzea mają prawo oszukiwać publiczność. Na koniec obraz się znuansował, ponieważ jedna dziennikarka napisała wspólną recenzję, gdzie nazwała nasze przedsięwzięcie „wystawą stulecia” i uznała, że to, iż przez kilka tygodni dochodziła do odkrycia oszustwa, czyniło wystawę „jeszcze lepszą”.

Ostatecznie byliśmy więc bardzo zadowoleni z efektów naszego projektu.

Chcieliśmy jednak następnym razem zmienić kontekst, ponieważ planujemy na wiosnę 2019 wystawę w Muzeum Historii Naturalnej w Göteborgu, która ma pokazać fantazyjną stronę pracy entomologów i ich kolekcji owadów. Spodziewamy się innego rodzaju dyskusji, ponieważ oczekiwania publiczności w muzeach poświęconych historii naturalnej są inne niż w przybytkach zajmujących się sztuką; inaczej też wygląda platforma wymiany opinii.

W tym samym czasie muzeum w małym mieście w Szwecji postanowiło wystawić fragment naszej wystawy, by promować aktywność samodzielnego poszukiwania źródeł u dzieci z tamtejszej szkoły podstawowej. Za cel uznano wypracowanie krytycznego podejścia do informacji i naświetlenie szeregu problemów, związanych z ich nadmiarem.

Przełożyła Katarzyna Szumlewicz

Nadmiar designu a demon perwersji (przeciw naturze, przeciw ekonomii)

Janusz Noniewicz

1.

Nauka ekonomiczna wyrasta ze zgodności z naturą. A przynajmniej ze zgodności z pewną konkretną wizją natury, która mówi (stwierdza, zakłada), że to, co ona wytwarza, czym dysponuje i czym może nas obdarować, czyli tzw. dobra naturalne, są ograniczone. Ograniczone, skończone i niereplikowalne. Ekonomia powstała więc po to (tak przynajmniej sama siebie definiuje u swych podstaw), byśmy mogli – dysponując ograniczonymi dobrami – zaspokoić nieograniczone potrzeby człowieka (ludzi, ludzkości)¹.

Jednym słowem ekonomia powstała ze względu na brak. I nadmiar jest jej przeciwieństwem. A ponieważ brak ten jest nieredukowalną częścią natury, nadmiar wydaje się również i jej (natury) przeciwieństwem.

2.

Ekonomia nie jest nauką, która mówi, jak gromadzić. Ekonomia jest nauką, która mówi, jak się dzielić. Dzielić tym co jest skończone, by każdemu starczyło. Dzielić pomiędzy siebie. W myśleniu ekonomicznym nadmiar jest błędem. Ekonomista Raj Patel rozpoczyna swoją bestsellerową książkę *Wartość niczego. Jak przekształcić społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację deklaracją*: „Recesja nie wynikała z niedostatku wiedzy ekonomicznej, ale ze szczególnego rodzaju nadmiaru – nadmiaru ducha kapitalizmu”².

W ekonomii, która przez ostatnie kilkadziesiąt lat przekonywała nas, że jest nauką ścisłą o charakterze matematycznym, słowa o duchu muszą brzmieć podejrzanie. Albo wynikają one z niezrozumienia rygorystycznie racjonalnego charakteru ekonomii, albo z jej kompletnie odmiennego pojmowania – jako narracji; opowieści opartej na metaforze. To zbliżałoby ekonomię do literatury (choć niekoniecznie do fikcji).

3.

W literaturze światowej znajdziemy co najmniej dwie książki o gromadzeniu. Żle mówię: dwie opowieści o gromadzeniu. Dwie narracje oparte na metaforze gromadzenia. W roku 1884 r wyszła we Francji książka Jorisa-Karla Huysmansa *À rebours (Na wspak)*, a trochę ponad 100 lat później w roku 1989 (roku czerwcowych wyborów w Polsce i przemian w politycznej strukturze Europy) wyszła w Stanach Zjednoczonych powieść Breta Eastona Ellisa *American Psycho*³. Obie

- 1 Odnoszę się tu do podstaw ekonomii, które już w pierwszej lekcji tłumaczy każdy podręcznik akademicki. Spośród wielu takich podręczników przywołać tu można: Roman Milewski, Eugeniusz Kwiatkowski, *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2015.
- 2 Raj Patel, *Wartość niczego. Jak przekształcić społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację*, przeł. H. Jankowska, Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2010, s. 7.
- 3 Zarówno w swoim wystąpieniu na konferencji w Warszawie, jak i w niniejszym tekście odwołuję się do polskich tłumaczeń tych książek w następujących wydaniach: Joris-Karl Huysmans, *Na wspak*, przeł. J. Rogoziński, Wydawnictwo Zielona Sowa, Kraków 2003; Bret Easton Ellis, *American Psycho*, przeł. J. Polak, SAWW, Poznań 1994.

powieści w swoich czasach i w swoich krajach wywołały skandal. Obie powinny znajdować się dziś na liście lektur obowiązkowych każdego studenta projektowania. A to dlatego, że w wiedzy o projektowaniu (designie) ważne jest nie tylko to, co robimy z rzeczami (jak ich używamy) i nie tylko to, jak na nie patrzymy (co w nich widzimy), ale również to, co i jak o nich mówimy (jak je nazywamy).

4.

W obu wspomnianych powieściach, które nazwaliśmy opowieściami o gromadzeniu, kluczową rolę odgrywają rzeczy. One wypełniają świat tych powieści. A nawet go przepęniają, bowiem gromadzone są w nadmiarze. Tak przez bohaterów, jak i narratorów. Bohaterowie gromadzą rzeczy, narratorzy – słowa. Jedni i drudzy stają się w jakimś sensie ofiarami nadmiaru. Bo albo świat zostaje pochłonięty przez nadmiar rzeczy, albo opowieść przez nadmiar słów...

5.

Zaraz. W jaki to sposób opowieść może zostać pochłonięta przed nadmiar słów? Przecież słowa są naturalnym dobrem opowieści. A więc z punktu widzenia ekonomii opowieści, literatura powinna cierpieć raczej na niedostatek słów niż na ich nadmiar. No tak, ale jak to w przypadku każdej ekonomii, chodzi nie o zasób słownictwa, ale o jego dystrybucję. W opowieści słowa powinny zostać podzielone pomiędzy bohaterów, narratorów, opisy, zdarzenia, wątki tworzące akcję itd⁴. Natomiast w obu wymienionych przeze mnie powieściach słowa przypadają przede wszystkim rzeczom. Przede wszystkim odnoszą się do przedmiotów. Przez to zasypują świat powieściowy przedmiotami. Przysypują bohaterów, hamują akcję. To, co uważamy za powieść i czego od powieści oczekujemy, niknie pod stertą słów o przedmiotach. A ich realność ginie pod designem.

6.

O przedmiotach przepęniających świat powieści Huysmansa wiemy wszystko w najdrobniejszych szczegółach. Każda rzecz została przez narratora powieści potraktowana indywidualnie, bo też i każda jest indywidualna i niepowtarzalna. Specjalnie zaprojektowana (można powiedzieć językiem współczesnego PR-u). W świecie powieści Huysmansa nie ma bowiem zwykłych przedmiotów. Są same niezwykłe. A może inaczej: te zwykłe są, ale pozostają na zewnątrz, poza

- 4 Niezaznajomionego z terminologią teoretyczno-literacką czytelnika wypadłoby tu odesłać do któregoś z podręczników z teorii literatury. W polskich badaniach z tego zakresu nadal jedną z podstawowych książek pozostają tzw. „trojaczki”, czyli: Michał Głowiński, Aleksandra Okopień-Sławińska, Janusz Sławiński, *Zarys teorii literatury*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1991. A w nich dla naszych rozważań szczególnie przydatne mogą okazać się rozdziały: *Narrator, bohater, fabuła – podstawowe elementy utworu literackiego* (s. 319–334) i *Ważniejsze gatunki epickie, część B – Powieść* (s. 363–379).

światem głównego bohatera, diuka Jeana des Esseintes. Gromadzi on bowiem przedmioty po to, by się odgradzić od świata. Odciąć od niego. Odseparować. Gromadzi on przedmioty z niechęci do świata. Dzięki temu chce stworzyć swój własny świat, odizolowany od naturalnego. Chce stworzyć go na nowo. Chce stworzyć sztuczny świat, w którym prawa designu górują nad prawami natury. A nawet je zastępują. (Światem designu nazywam tu to, co wymyślone, wytworzone i co przeciwstawiam światu naturalnemu, czyli temu, co otrzymane, stworzone).

Rzeczy/przedmioty w powieści Huysmansa rozrastają się gargantuicznie. Zarówno w sferze wyglądu, jak i opisów. Właściwie można powiedzieć, że rzeczy zastępują zdarzenia. To świat zamieniony w galerię designerskich osobliwości. Każdy przedmiot w domu głównego bohatera został specjalnie wymyślony, zaprojektowany, ozdobiony i urządzony. Wykonany na zamówienie. Jest więc też i specjalnie szczegółowo opisany. Niepowtarzalna niezwykłość rzeczy wymaga szczegółowego i szczególnego języka. Język opisów musi być równie indywidualny jak rzeczy, które opisuje. Z uwagą i pietyzmem odnosi się więc narrator do kolejnych rzeczy/przedmiotów/designerskich osobliwości, które pojawiają się w domu bohatera.

Osobny i osobliwy charakter świata przedstawionego w tej powieści polega na tym, że wszystko zostało w nim zaprojektowane. A ekscentryczny wygląd poszczególnych przedmiotów jest tu dużo ważniejszy od pełnionych przez nie funkcji. Funkcje zaś każdego przedmiotu zostały określone tak, by zaspokajały wykwintny gust i ekscentryczne pragnienia bohatera, a nie pospolite, wspólne wszystkim ludziom, potrzeby. Takimi potrzebami bowiem bohater gardzi. Od nich właśnie stara się oderwać, konstruując swój sztuczny świat. Przed nimi chce się bronić wyszukany designem otaczających go rzeczy.

7.

W każdym z przedmiotów wymyślny design góruje nad funkcjonalnością. Nie jest to zresztą zjawisko jedynie literackie. To częsta pokusa, jaka staje przed designem i designerami. Kryje się za tym wiara w to, że możemy stworzyć świat na nowo. Funkcjonalność to jednak poddanie się zasadom, podporządkowanie się im. Estetyczna ostentacja jest często w projektowaniu manifestacją twórczych możliwości; świadectwem kreacyjności, dzięki której twórca narzuca światu swoje własne zasady. Wszyscy, jestem o tym przekonany, możemy przywołać z pamięci projekty, które w sposób ostentacyjny zrywały z prawami natury. Fetyszyzowanie designu często związane jest bowiem nierozzerwalnie z konkurowaniem z naturą. I choć chcielibyśmy odrzucić prawa natury i zastąpić je swoimi, to niestety najczęściej wszelkie tego typu eksperymenty kończą się nie tyle na ich zastąpieniu, ile na odwróceniu. To, co jesteśmy w stanie osiągnąć w designie, to postawić rzeczy na głowie. Zbudować świat na opak.

8.

Książka Huysmansa, choć pełna ekstrawaganckich pomysłów, zmierza właśnie ku temu: odwróceniu porządku świata. Postawieniu go na głowie. Wywróceniu na lewą stronę. Uporządkowaniu go na wspak. To wszystko, co jesteśmy w stanie wymyślić. Naturalne zastąpić sztucznym. Realne zamienić na iluzoryczne. Górę przenieść na dół, a dół na górę. To kres (szczyt?) naszych twórczych możliwości. Ale ten odwrócony porządek (w przeciwieństwie do odwróconego porządku średniowiecznego karnawału) nie jest dostępny dla wszystkich. Bowiem w tym wypadku odwrócenie porządku nie jest po to, by świat ludziom udostępniać. Tym razem odwrócenie porządku służy podkreśleniu elitarności i wyjątkowości. A jedną z jego podstawowych funkcji jest różnienie się i odgradzanie. Budowanie różnicy pomiędzy mną a resztą.

Wyszukany design i jego ostentacyjny charakter mówi: ani nie jestem taki jak wy, ani nie jestem jednym z was. Ta demonstracja inności ma doprowadzić aż do wytworzenia się różnic niemalże gatunkowych. Funkcjonalność przedmiotów w otoczeniu bohatera musi zostać zawieszona, gdyż jego organizm jako nowego, innego, lepszego człowieka spełnia inne, nowe, lepsze funkcje. Albo w zupełnie inny (nowy, lepszy) sposób. Tytuł powieści *Na wspak* odsyłać nas może nie tylko do świata wywróconego na opak, który buduje bohater w swoim domu, ale również do sposobu odżywiania, jaki przez pewien czas musi on stosować – a mianowicie przez wlewy doodbytnicze. Z jednej strony jest to rodzaj terapii chorego przewodu pokarmowego, a z drugiej – rozkoszne świadectwo odmienności. Dowód na to, że jednak się nie jest takim, jak inni. Zamiana miejsc odżywiania i wydalania jest w kulturze częstą fantazją, perwersyjnym obrazem transgresji, metaforą destrukcyjnych skutków nieokiełzanych popędów, czegoś nieludzkiego, co drzemie w człowieku. Ale to destrukcyjne i nieludzkie nie byłoby perwersyjne, gdyby nie sprawiało jakiejś osobliwej przyjemności

Jest w książce Huysmansa też inny wyraźny i wyrazisty przykład świata na opak, odnoszący się bezpośrednio do designu. Przykład, który pokazuje jak design – a właściwie podniesiony do potęgi nadmiar designu – polega na wyrafinowanym dziwactwie, na mieszaniu porządków, na ekscentryczności pragnień. To design motywowany niechęcią do wszystkiego, czym dysponuje naturalny, pospolity świat. To design, który prowadzi do śmierci.

9.

U Huysmansa znajdziemy przypadek dosłownie ilustrujący powyższe stwierdzenie; pokazujący, jak design może być przeciwny naturze i prowadzić do śmierci. Jak śmierć może być spowodowana nadmiarem designu: ozdobami, upiększaniem, ekscentrycznymi koncepcjami. Doskonalenie wyglądu prowadzi tu bezpośrednio do utraty życia, bowiem życia – które jest procesem – nie da się zamienić w obiekt.

„Przypatrywał się [diuk Jan] pewnego dnia wschodniemu kobiercowi o mieniących się barwach, seledynowej żółtości i fiolecie śliwkowym, i tak, podążając wzrokiem za srebrzystymi błyskami, które przebiegały po wełnianej osnowie, pomyślał: byłoby dobrze umieścić na tym kobiercu coś, co poruszałyby się, coś o ciemnej tonacji, która zaostrzyłaby jeszcze żywość kolorów. Nawiedzony tym pomysłem błąkał się na ślepy traf po ulicach, znalazł się w Palais-Royal i tu, przed witryną Cheveta, stuknął się w czoło; w basenie grzebał się olbrzymi żółw. Kupił go; a potem puściwszy żółwia na kobierzec, siadł przed nim i długo kontemplował gada, mrużąc oczy”⁵.

Żółw okazał się zbyt naturalny, jak na estetyczne potrzeby diuka Jana. Zbyt naturalny oznacza: za mało ozdobny. Postanowił więc bohater zamienić żółwia w piękny, poruszający się przedmiot. W tym celu oddał go do jubilera, któremu kazał skorupę żółwia nabić rzadkimi, drogimi, szlachetnymi kamieniami, według zaprojektowanego przez siebie wzoru. „Jubiler robił notatki, zaznaczając miejsca, gdzie miały być wprawione kamienie”⁶. Bohater kazał jubilerowi: wyglazurować złotem żółwiowy pancerz; wysadzić go drogimi kamieniami na wzór japońskiego rysunku przedstawiającego rój kwiatów, które racami wyfruwały z cienkiej łodygi; liście wysadzić: chryzoberylam i zielonymi jak szparagi, chryzolitami zielonymi jak pory i oliwinami zielonymi jak oliwki; skonstruować z nimi gałązki wysadzone almandynami i uwarowitami o czerwieni fiołkowej, migoczącej sucho; do kwiatów odstających od łodygi zastosować pył błękitny z turkusów; płatki kwiatów skomponować z cejlońskich kocich oczu, cymfomanów i szafirynów. I skorupę obrzeżyć minerałami. W ten sposób żółw chodząc po dywanie, miał tworzyć na nim żywy wzór, nadający całemu martwemu światu kobierca wrażenie ruchu. Łatwo się jednak domyślić, że żółw nie przeżył tej przemiany ze zwierzęcia w błyskotkę. „(...) nawykły do skromnego życia pod ubogą skorupą, nie wytrzymał olśniewającego przepychu (...)”⁷ – tak komentuje narrator śmierć żółwia pod jubilerskim pancerzem.

10.

Symboliczny czy alegoryczny charakter tej sceny jest tak czytelny, że aż nie wymaga interpretacji. Natomiast perwersyjność takiego działania – w kontekście naszego tematu – domaga się chociaż krótkiego komentarza. Postawić można przy tej okazji bowiem pytanie o nieuchronną perwersyjność designu, który – zapatrzony w siebie – staje się środkiem do zaspokajania ekscentrycznych pragnień i poszukiwania wyrafinowanych doznań. Perwersyjność designu polega na tym, że staje się on pożądanym i zaspokojeniem, wszystkie inne funkcje – nie tylko przedmiotów, ale i życia – spychając na plan dalszy. A być może nawet wyrzucając poza jakikolwiek plan.

5 Joris-Karl Huysmans, *Na wspan*, s. 72.

6 Tamże, s. 75.

7 Tamże, s. 80.

Książkę Huysmansa czytać można jako przestrożę przed grożącym projektantom syndromem króla Midasa, polegającym na tym, że cokolwiek się dotkną, wszystko zamieniają w design. Co jakiś czas wymaga tego od nich kapitalistyczna gra w rynek dóbr luksusowych – segment zrodzony z nadmiaru i przez nadmiar utrzymywany. Ta przemiana świata w design widoczna jest wyraźnie w wydanej pod koniec lat 80. amerykańskiej książce Breta Eastona Ellisa. Były to złote czasy liberalnego kapitalizmu. Era, w której nikomu nie przychodziło do głowy wątpić w jego zasady, uznawane za zgodne, jeżeli nie tożsame, z prawami naturalnymi.

11.

Wynikiem działania prawa naturalnego był niewypowiedziany wprost pogląd, że ci, którzy pracują na Wall Street, osiągnęli wyższy stopień ewolucji gatunku, niż ci, którzy żebrzą na ulicach⁸. Że maklerzy i nędznicy stanowią dwa odrębne gatunki człowieka i nie może być mowy o jakiegokolwiek między nimi wspólnocie. Nieredukowalną, niezmienną, naturalną cechą świata jednych jest nadmiar, drugich – brak. To są niejako dwie drogi ewolucji. Z tym, że w przypadku tych pierwszych ewolucja przyspieszyła, a w przypadku drugich – zatrzymała się. Tak postrzega świat bohater i narrator powieści *American Psycho* Patrick Bateman.

12.

Patrick Bateman tak naprawdę nie widzi świata. Patrick Bateman widzi marki. Postrzega świat poprzez brandy. Osobliwością powieści Breta Eastona Ellisa jest to, że jej narrator szczegółowo wymienia marki wszystkich części garderoby każdej napotkanej osoby. W powieści, a to oznaczać może, że w życiu bohatera, nie ma już miejsca na cokolwiek więcej. Zdarzenia należące do sfery realności są w narracji książki ograniczone i powtarzalne. Bohater codziennie po porannej toalecie wychodzi do pracy, do której jedzie taksówką, po czym wchodzi do biura, wita się z sekretarką i wykonuje telefony do kolegów, z którymi ustala, w jakiej modnej restauracji zarezerwują stolik na lunch (nigdy nie jest to *Dorsia*, restauracja stanowiąca szczyt ich marzeń, ale niestety dla nich niedostępna) i gdzie ewentualnie pójdą wieczorem na drinka. Te zdarzenia powtarzają się codziennie. Jeżeli w akcji powieści – a więc w życiu bohatera – zdarza się coś jeszcze – jak na przykład perwersyjny seks i okrutne morderstwa – to jest to najprawdopodobniej działanie wyobraźni bohatera. Odbývają się one w nocy, pod wpływem oglądanych na kasetach wideo filmów. Do realnych codziennych rytuałów bohatera należy bowiem również wizyta w wypożyczalni wideo w celu wymiany kaset. W tym

8 Pogląd ten wyczytać można ze sposobu, w jaki bohater zwraca się do mijanych codziennie na ulicy żebraków (choć najprawdopodobniej robi to jedynie w swoich myślach). Tamże, s. 144–145.

celu wieczorami często opuszcza on towarzystwo nieco wcześniej niż inni uczestnicy zabawy.

13.

Świat, który dostrzega bohater, wykonując swoje codziennie, powtarzalne rytuały, składa się z metek. Metki wypełniają jego głowę. Zastępują przymiotniki; pełnią funkcję pojęć. Poprzez marki bohater opisuje świat i poprzez marki go pojmuje. Wystarczy mu rzut oka na napotkanego człowieka, by wiedzieć, jakiej marki ma garnitur, krawat czy buty. Przy czym bohater-narrator nie zajmuje się takim drobiazgiem jak opis ubrania. Wystarczy mu identyfikacja marki. Poprzez identyfikację marki dokonuje identyfikacji osoby. Nie jest bowiem ważne, ani jak ktoś wygląda, ani co robi. W świecie bohatera jest się tym, co się ma na sobie. Może dlatego postaci często myślą nazwiska znanych sobie osób, biorąc się nawzajem za kogoś zupełnie innego (zupełnie?), (innego?).

W świecie powieści nie liczy się ciało człowieka, tak jak nie liczy się wygląd przedmiotów. Identyfikację zastąpiło ometkowanie. To jest świat, w którym nie istnieje człowiek jako osoba. Nie istnieje też produkt jako przedmiot. To jest świat, w którym nieosoby otaczają się nieprzedmiotami, kupując je w dodatku za niepieniądze. To jest świat, w którym nie istnieje ani praca, ani produkcja. Jest schyłek lat 80. i jest neoliberalny kapitalizm. Za chwilę Francis Fukuyama ogłosi koniec historii⁹. A tym samym zadekretuje istnienie jedynej, niezmiennej nierealności. A jeszcze trochę później wydziały designu wyższych uczelni za swój główny cel uznają naukę projektowania marek.

14.

W świecie marek znikają przedmioty. To, co się projektuje i to, co się produkuje to jest opowieść. W ten sposób design zbliża się do literatury. Opowieść literacka zawiera w sobie jednak jeszcze pewną dawkę bezinteresowności. Opowieść designu jest natomiast jedynie świadczeniem usługi. Literatura bywa jeszcze skierowana do czytelnika, opowieść designu szuka już wyłącznie klienta. Nie chce, żebyś jej wysłuchał, chce, żebyś ją kupił.

Relacja pomiędzy człowiekiem a designem zaczyna przypominać relację, która łączy Patricka z filmami na wypożyczanych przez niego kasetach. Analizując mniej więcej ten sam okres w historii, Naomi Klein

9 W roku 1989 ukazał esej Francis Fukuyamy zatytułowany *Koniec historii?*, który dał początek jednej z najsłynniejszych dzisiaj książek: *Koniec historii i ostatni człowiek*. Stojący wówczas na stanowisku neokonserwatywnym Fukuyama ogłasza tam, że wraz z upadkiem komunizmu proces historyczny w pewnym sensie się zakończył, a liberalna demokracja i rynkowy porządek gospodarczy jest zwińczeniem ewolucji systemów politycznych. Por. Francis Fukuyama, *Koniec historii i ostatni człowiek*, przeł. T. Biedroń, M. Wichrowski, Znak, Kraków 2017.

zwraca uwagę w *No logo*, że to co kupujemy na wolnym rynku neoliberalnego kapitalizmu to nie buty (Nike'a), ani nie kawa (ze Starbucks) – jednym słowem: nie przedmioty i nie produkty – ale opowieści o pewnym stylu życia¹⁰. Konsumpcja tej opowieści sprawia, że stajemy się jej częścią. Jest to jednak konsumpcja odwrócona. Konsumpcja *à rebours*. Konsumpcja na wspak. To my dajemy się pożreć przez opowieść, kupując jej fetysze. Jako klienci płacimy za to, co nas zjada. Spełniamy pragnienia, ulegamy perwersji.

15.

Czy Patrick Bateman naprawdę uprawia seks i morduje? Czy też tylko robi to jako bohater kupionej przez siebie za pośrednictwem wypożyczonych filmów opowieści? Opowieści o sobie, którym się nigdy nie stanie? O sobie posiadającym pragnienia.

16.

Istnieją pragnienia i istnieją potrzeby. Pragnienia są jednostkowe, potrzeby są wspólne. Mamy te same potrzeby, choć różne pragnienia. O zaspokajaniu potrzeb mówi ekonomia. O ludzkich potrzebach i drogach ich zaspokajania może również mówić design. Mało tego, może on służyć zaspokajaniu potrzeb. Może nawet być sposobem ich zaspokajania. Wtedy design jest przekształcaniem dóbr w produkty. Może też być zaspokajaniem pragnień. Wtedy jest przekształcaniem marzeń w rzeczywistość. W pierwszym przypadku design łączy ludzi. Mówi: co jest potrzebne mnie, potrzebne jest również i tobie. Skłania do dzielenia się. Buduje więzi. W drugim przypadku design odróżnia mnie od innych, izoluje. Oparty na micie realizacji pragnień i spełniania marzeń, współczesny kapitalizm przekonuje nas, że „każdy jest wytwórcą własnego szczęścia” (jak pisze przywoływany na początku niniejszego tekstu ekonomista Raj Patel)¹¹.

17.

Z tym, że we współczesnym kapitalizmie nie ma czegoś takiego jak własne szczęście. Istnieje ono tylko w zbiorowej opowieści, która dociera do nas w zaprojektowanych obrazach. Własnego szczęścia się nie wymyśla. Własne szczęście się kupuje. Ale żeby było ono naprawdę własne, musi nie tylko być podobne do własnego szczęścia innych, ale też i się od niego różnić. Musi być rozpoznawalne jako szczęście przez innych – temu służą marki. A z drugiej strony, musi być identyfikowane jako moje własne, musi stanowić swojego rodzaju edycję specjalną – i temu służy design. Wyróżnia spomiędzy wyróżnionych. Pułapka, jaką zastawia na design współczesny kapitalizm, polega na identyfikowaniu go z tak zwanymi dobrami pozycyjnymi – czyli tym, co

10 Naomi Klein, *No logo*, przeł. M. Halaba, H. Jankowska, K. Makaruk, Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2014.

11 Raj Patel, *Wartość niczego*, s. 43.

nam i naszemu otoczeniu ukazuje nasz status społeczny. Wtedy dzieje się tak, jak w obu przywoływanych tutaj powieściach. Design – bez względu na to, czy jest realizowany jako wymyślna forma, czy jako ekskluzywna marka, jest tym, co odróżnia człowieka, którego na niego stać, od tego, którego nie stać. Który nie ma pieniędzy, by go sobie kupić, by zaspokoić (zaprojektowane) pragnienia.

Dla bohatera *American Psycho* nawet ubrania ulicznych żebraków mają swoje marki. Są one jednak przypadkowe, źle zestawione, potraktowane chaotycznie. Stanowią karykaturę świata uporządkowanego przez design. Zgodnie z neokapitalistyczną teorią szczęścia, życia żebraków przecież nikt nie zaprojektował. Jest ono wynikiem braków: braku pracowitości, braku ambicji, braku planu¹². Braku marzeń i braku pragnień. Patrick Bateman jest przekonany, że nędzarze są nieudacznikami. Siłą rzeczy ich potrzeby muszą więc różnić się od potrzeb Patrica Batemana. I żaden design nie pomoże. Stąd logo na ich brudnych dżinsach wygląda absurdalnie.

18.

Dobry design (*fair design*) to taki, który umożliwi ludziom korzystanie z ich praw. Zaspokajanie potrzeb jest bowiem realizowaniem prawa człowieka. Prawa, które jest takie samo dla każdego i każdej z nas.

12 Tak właśnie tłumaczy bohater żebrakom przyczyny ich stanu w swoich wymaginowanych tyradach. Por. Bret Easton Ellis, *American Psycho*, s. 144–145.

Bibliografia

- Ellis, B. E., *American Psycho*, przeł. J. Polak, SAWW, Poznań 1994.
- Fukuyama, F., *Koniec historii i ostatni człowiek*, przeł. Biedroń, M. Wichrowski, Kraków 2017.
- Głowiński, M., Okopień-Sławińska, A., Sławiński, J., *Zarys teorii literatury*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1991.
- Huysmans, J. K., *Na wspan*, przeł. J. Rogoziński, Wydawnictwo Zielona Sowa, Kraków 2003.
- Klein, N., *No logo*, przeł. M. Halaba, H. Jankowska, K. Makaruk, Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2014.
- Milewski, R., Kwiatkowski E., *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2015.
- Patel, R., *Wartość niczego. Jak przekształcić społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację*, przeł. H. Jankowska, Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2010.

Nadmiar jako marzenie

Józef A. Mrozek

„Nieszczęsny, będziesz miał to, czegoś chciał”.

Powiedzenie to przypisywane jest Platonowi. Co prawda nie udało mi się tego potwierdzić, ale trzeba przyznać, że brzmi aktualnie.

Tematem naszej konferencji jest nadmiar. Dla wielu z nas to banalne pojęcie brzmi dziś złowieszczo. Nadmiar może jednak być też czymś naturalnym, nawet jeśli uciążliwym. Na przykład w niektórych rejonach świata problemem jest nadmiar deszczu lub słońca. W innych miejscach nadmiar aktywności sejsmicznej lub komarów. A w języku polskim cierpimy na nadmiar spólgłosek. W jednym z wywiadów Wiesław Ochman, śpiewak operowy, tenor, mówił, że zazdrości Włochom łatwości wykonywania takich tekstów, jak np. „O sole mio, sta 'nfronte a te!”. A on musi śpiewać: „Bacność, Stefanie, przyrzekliśmy przecież żyć w bezzennym stanie!”

Nie taki rodzaju nadmiaru budzi dziś jednak nasze obawy, lecz raczej ten, który postrzegamy jako wynik naszej nadmiernej aktywności i problem typowy dla czasów nadprodukcji niemal wszystkiego, zwłaszcza, gdy kojarzy się to z obfitością, przesytem i zbytkiem. Co prawda, już od zarania ludzkich dziejów pewne grupy społeczne stykały się z nadmiarem dóbr i usług, jednak przez tysiące lat były to tylko przywileje elit. Inni, również ci żyjący przez ostatnie stulecia w uprzemysłowionej cywilizacji Zachodu, stykali się raczej z nadmiarem ciężkiej pracy, obowiązków, jak również opresji, ubóstwa czy chorób. A także z nadmiarem niedoborów.

Proporcje te zmieniły się dopiero po II wojnie światowej, najpierw w Stanach Zjednoczonych, później w innych krajach zachodnich. W latach 60. w kształtującym się w USA społeczeństwie konsumpcyjnym 75% rodzin osiągnęło lub przekroczyło poziom życia dawnej klasy średniej¹ i właśnie ci odbiorcy stali się docelową grupą dla produkcji i usług. Co ciekawe, już wówczas reprezentowany przez nich styl życia stał się obiektem analizy i krytycznej refleksji, zarówno ze strony badaczy i publicystów, jak Robert Nisbet², Vance Packard³ czy Victor Papanek⁴, ale też artystów, zwłaszcza kojarzonych z pop-artem, jak Richard Hamilton czy Andy Warhol oraz projektantów z włoskiego nurtu Radical Design. „Najszczęśliwsza generacja” jak ją niektórzy nazywali, stała się dla nich obiektem ironii. Natomiast wybitna polska artystka, Magdalena Abakanowicz uważała, że ten nurt pop-artu

1 W tym 14% osiągnęło dochody klasy wyższej, zaś 61% klasy średniej. Tak wysoki procent klasy średniej utrzymał się w USA do roku 1971, po czym zaczął spadać, aby w 2015 zejść poniżej 50%, <https://www.npr.org/2016/07/07/484941939/a-portrait-of-americas-middle-class-by-the-numbers>

2 Robert Nisbet. *The Decline and Fall of Social Class*, „Pacific Sociological Review” 1959, 2 (1), s. 11–28.

3 Por. Vance Packard, *The Hidden Persuaders*, Pocket Books, 1975, *The Status Seekers* D. McKay Co., 1959 i *The Waste Makers*, IG Publishing, 2011.

4 Por. Victor Papanek. *Design for the Real World*, Pantheon Books, 1972 i „Design for Human Scale”, Van Nostrand Reinhold Co. 1983.

nie pojawił się w Polsce z powodu braku na rynku podstawowych dóbr, nie mogły więc one stać się obiektem wyśmiewanym. I pomimo tego, że od roku 1971 klasa średnia w USA zaczęła się kurczyć, wylansowany wcześniej model konsumpcyjny utrwalił się, a nawet stał się idealnym wzorcem także w tych społeczeństwach, które, tak wówczas jak i później, dążyły do podniesienia swojego dobrobytu. Dotyczyło to również socjalistycznej Polski.

Ten tekst chciałbym poświęcić doświadczeniu mojego pokolenia, a więc sześćdziesięcio- i siedemdziesięciolatek, którzy większą część życia spędzili w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i dla których codziennością był niedobór, a nadmiar tylko marzeniem. Przez kilkadziesiąt lat towarzyszył nam brak wielu dóbr, nie tylko tych uznawanych za luksusowe, jak wille, samochody czy zagraniczne wycieczki, ale też najbardziej podstawowych, jak choćby niewielkie mieszkania, artykuły gospodarstwa domowego, żywność, czy nawet papier toaletowy. Docierające z Zachodu do Polski wizualne przekazy dobrobytu wyglądały jak ilustracje do bajek. Zresztą często przyjmowano je z dziecięcą naiwnością i z przekonaniem, że tak tam żyją wszyscy. To był świat marzeń, w którym nadmiar nie kojarzył się z marnotrawstwem, lecz z wolnością wyboru, może tą najprostszą, ale często nieosiągalną. Paradoksalnie, moje pierwsze wspomnienia z dzieciństwa wiążą się jednak właśnie z nadmiarem. To wszechobecne ruiny, mój najbliższy *playground*. O wiele ciekawszy niż piaskownica w przedszkolu czy nawet ogródek jordanowski. Gdy zniknęły w połowie lat 50., odebrałem to jako stratę. Nic nie było w stanie ich zastąpić. Ale dorośli mieli wówczas inne problemy. Nadmiar kontroli, cenzury, ograniczeń, większych lub mniejszych represji, czemu towarzyszyły braki w zaopatrzeniu – z podobnym rozziwem zetknęliśmy się dopiero 30 lat później w stanie wojennym. W latach 50. był to w pewnej mierze wynik programu gospodarczego skierowanego na inwestycje w przemysł ciężki, a nie na rynek. W sklepach wybór towarów był niewielki. Wprawdzie ówczesna propaganda przedstawiała to na swój sposób, jako zaspokajanie podstawowych potrzeb, jednak konsumenci odbierali to inaczej. Dopiero polityczna „odwilż” na przełomie lat 50. i 60. przyniosła pewną zmianę, choć przedstawiana w mediach różnorodność rynkowej oferty nie znajdowała potwierdzenia w sklepach, zwłaszcza że najbardziej atrakcyjne towary nie były produkowane w nadmiarze i bardzo szybko znikaly z półek. Pojawiło się wówczas określenie: „rzucić na rynek”, które odnosiło się do jednorazowej dostawy poszukiwanych wyrobów do sklepów, a wtedy „kto był pierwszy, ten lepszy”. Niemniej jednak podaż większości produktów rynkowych nie zaspokajała oczekiwań potencjalnych klientów. Tak, na przykład, w roku 1968 na 100 gospodarstw domowych przypadało 50 odbiorników radiowych, 37 telewizorów, 58 pralek (winiakowych), 20 lodówek, 18 motocykli i 4 samochody osobowe.

Jednak najbardziej dokuczliwym niedoborem, trwającym przez cały okres istnienia PRL, był brak mieszkań, co odczuwali zwłaszcza zakładający

wówczas swoje rodziny młodzi ludzie. Do uzyskania mieszkania komunalnego zwykle się nie kwalifikowali, a na mieszkanie spółdzielcze czekać musieli kilkanaście lat, przez cały ten czas wpłacając comiesięczne raty. Nie był to tylko wynik powojennych zniszczeń, odczuwalnych przede wszystkim w dużych miastach, takich jak Warszawa, Wrocław, Gdańsk czy Szczecin⁵. W znacznie większym stopniu niedobór ten był spowodowany z jednej strony przez powojenny wyż demograficzny, z drugiej przez program intensywnej industrializacji, zainicjowany przez władze w drugiej połowie lat 40. Spowodował on masową migrację ludzi ze wsi do nowo wznoszonych centrów przemysłowych, gdzie, obok fabryk, trzeba też było zbudować dla robotników osiedla mieszkaniowe. Okazało się to niezwykle trudnym zadaniem i własne mieszkanie pozostało dla wielu Polaków niespełnionym marzeniem nie tylko do końca PRL-u lecz również później. Szybko rosnącej po wojnie populacji trzeba było też zapewnić odpowiednią sieć sprzedaży. W 1951 roku otwarto w Warszawie Centralny Dom Towarowy, pierwszy tego rodzaju obiekt wzniesiony w stolicy po wojnie. Został on zaprojektowany w stylu funkcjonalizmu jeszcze w roku 1947, dwa lata przed przejściem całkowitej władzy w Polsce przez Polską Zjednoczoną Partię Robotniczą. Miał być symbolem nowoczesnej odbudowy zniszczonego miasta, jednak dla rządzących stał się symbolem kapitalistycznej konsumpcji, czyli postawy dekadentkiej, sprzecznej z ideologią socjalizmu. Już po otwarciu CDT-u w partyjnym miesięczniku „Nowe Drogi” krytykowano szklane ściany wpuszczające nadmiar światła oślepiającego kupujących oraz schody ruchome jako mechaniczne urządzenia wciągające ich w wir zakupów. Zwracano też uwagę na brak miejsc do wypoczynku, gdzie klienci mogliby zastanowić się nad sensownością dokonywanych wydatków. Podobnymi wadami obciążony był jeszcze Powszechny Dom Towarowy „Praga” (1952). Dopiero oddany do użytku w 1956 roku i utrzymany w stylu socrealizmu PDT „Wola” nie oślepił kupujących.

Z kolei wzniesione na przełomie lat 60. i 70. Domy Towarowe „Centrum” miały stać się symbolem zerwania z ograniczeniami stalinizmu i przejścia do tzw. realnego socjalizmu, w którym miało dojść do zrównania podaży z popytem. Ten piękny zamiar nigdy się nie powiódł, ale właśnie z przyczyn propagandowych DT „Centrum” stały się w Warszawie głównym miejscem „rzucania na rynek” atrakcyjnych towarów, czemu zresztą towarzyszyły długie kolejki i tłumy klientów. Na tym tle wyjątkowym zjawiskiem było stoisko „Hofflandu”. Hoffland był to zainicjowany przez projektantkę Barbarę Hoff program projektowania i produkcji odzieży przeznaczonej

5 Oczywiście, czymś innym było zniszczenie Warszawy w latach 1943–1944, traktowane przez Niemców jako kara za dwa kolejne powstania, a czymś innym zniszczenie miast, traktowanych przez Armię Czerwoną jako miasta należące do Rzeszy Niemieckiej. Niemniej jednak po roku 1945 były one miejscem zasiedlania przez ludność polską, często przesiedloną z dawnych Kresów Wschodnich.

przede wszystkim dla ludzi młodych. Ubrania te wpisywały się w kanony światowej mody młodzieżowej, mając zarazem własny, charakterystyczny styl. Noszenie ich nie było „obciachem”, nawet w snobistycznych kręgach tzw. bananowej młodzieży, a niektóre z nich stawały się „obiektami pożądania”, podobnie jak te sprowadzone z Zachodu. Zresztą do „Hofflandu” również ustawiały się długie kolejki, choć Barbara Hoff bardzo dbała, aby projektowana przez nią odzież była produkowana w dużych seriach i sprzedawana w umiarkowanych cenach.

Pewnym zaworem bezpieczeństwa dla ówczesnych władz stał się tzw. sektor nieuspołeczniony, zwany też „inicjatywą prywatną”. Rzemieślników działających w tym sektorze nazywano „prywaciarzami”, zaś producentów warzyw i owoców „badylarzami”. Zwykle zajmowali się oni również sprzedażą swych wyrobów. W 1954 roku opis tego sektora pojawił się w powieści Leopolda Tyrmanda „Zły”. Został on tam przedstawiony jako karykatura kapitalizmu, czym w istocie był. Mojej generacji dawał jednak pewne złudzenie normalności przez możliwość zaspokajania niektórych potrzeb: kupowałem tam swoje pierwsze modne buty, tzw. bitelsówki, optyczne okulary, które nie narażały mnie na kpiny kolegów w szkole, pocztówki dźwiękowe z muzyką The Beatles i The Rolling Stones. Były też jednak istotne wady – wprawdzie można było zamówić u renomowanego krawca elegancki garnitur na miarę lub ręcznie robione buty, ale już nie džinsy, marzenie każdego nastolatka.

Sprowadzane z Zachodu džinsy można było dostać na praskim bazarze zwanym „ciuchami”. Sprzedawano tam ubrania, bieliznę, papierosy, kawę i gumę do żucia, które docierały do Polski w paczkach od rodzin mieszkających za granicą. Na swoje pierwsze džinsy wydałem prawie całą pensję zarobioną na tzw. praktyce robotniczej w Hucie Warszawa. Ale na „ciuchach” można też było kupić od „cinkciarzy” tzw. twardą walutę, którą handel był zakazany, w tym przede wszystkim najbardziej pożądane amerykańskie dolary. To były prawdziwe pieniądze, za które można było dostać wszystko, od szkockiej whisky po mieszkanie. W latach 70. płacono ok. 100 zł za 1 dolara, czyli za średnią pensję otrzymywało się 20-25 dolarów⁶, co czyniło amerykańską walutę jednym z najbardziej pożądanych towarów i nie przypominam sobie, aby ktoś narzekał na jej nadmiar.

Za dolary, funty, franki czy marki można też było kupować zachodnie produkty w państwowych sieciach sklepów „Pewex” i „Baltona”. „Baltona” była przeznaczona przede wszystkim dla rodzin marynarzy, którzy część wynagrodzenia otrzymywali w twardej walucie i mogli legalnie nią dysponować. „Pewex” był otwarty na większą grupę klientów i władze zwykle przymykały oko na to, skąd mają oni obce pieniądze, bo ostatecznie i tak wpływały one do państwowej kasy. Zresztą formalnie w „Peweksie” płaciło się specjalnymi kuponami,

6 Średnie wynagrodzenie w Polsce w roku 1970 wynosiło 2235 zł.

tw. „Bonami Pekao”, na które należało wymienić posiadane dewizy. Ale na początku lat 70. przepisy się zmieniły i można było nawet założyć osobiste konto prowadzone w twardej walucie.

Jednak kupowane w „Peweksie” towary służyły nie tylko do bezpośredniego użytku przez nabywców. Były również elementem budowania pozycji społecznej ich właścicieli bądź użytkowników, potwierdzały bowiem ich dostęp do dóbr nieosiągalnych lub trudno dostępnych dla innych. Miały o tym, na przykład, świadczyć zagraniczne trunki, jak whisky, koniak czy gin, przy czym chyba bardziej niż ich smak liczyły się butelki i etykiety. Z badań, które w latach 70. prowadziła w Instytucie Wzornictwa Przemysłowego Sylwia Dobrowolska na temat sposobu urządzania i dekoracji mieszkań w nowo oddawanych do użytku blokach wynika, że w wielu z nich prestiżową funkcję dawnej serwantki przejęła przeszklona część tzw. meblościanki, gdzie umieszczano butelki po drogich alkoholach znanych marek oraz puszki po piwie. Podobnie snobistyczną rolę pełniły zachodnie ubrania, elektronika (zwłaszcza magnetofony kasetowe, walkmany i kalkulatory), kosmetyki, etc.

Ograniczony dostęp do zachodniej waluty był tylko jednym z przykładów nierówności społecznych, które socjalizm wprowadzić obiecywał zlikwidować, ale nigdy tego nie zrobił. Przez cały okres jego trwania utrzymywały się różnice w dostępie nie tylko do dóbr luksusowych, ale też podstawowych. Już w latach 50. pojawiły się tu pewne przywileje. Dotyczyły one trzech grup, które mogły sobie pozwolić na poziom i styl życia elit w tym pozornie egalitarnym społeczeństwie. Pierwszą tworzył sektor prywatny, w którym osiągano dochody znacznie wyższe, niż przeciętne, co pozwalało na zakup towarów na czarnym rynku. Drugą, ważniejszą grupę, tworzyli uprzywilejowani funkcjonariusze partyjni, którzy, obok wyższych niż przeciętne uposażeń, mieli też dostęp do specjalnych sklepów z lepszym asortymentem, oficjalnie zwanych „konsumami”. Powszechnie mówiło się o nich „sklepy za żółtymi firankami”. Były tam produkty niedostępne na otwartym rynku. Aby móc je kupić, trzeba było posiadać specjalną legitymację. Trzecią grupę tworzyli artyści związani z filmem i teatrem oraz muzyką, zwłaszcza rockową.

Te pozornie odległe grupy społeczne wykreowały pokolenie, w którym pojawiła się tzw. „bananowa młodzież”. Określenie to zaczęto stosować w partyjnej prasie w latach 60. i odnosiło się ono do nasto- i dwudziestolatków, którzy ostentacyjnie szastali pieniędzmi i prowadzili tzw. „zachodni” styl życia, mieszając przy tym rozrzutność z hasłami modnej wówczas kontrkultury. Symbolem tej rozrzutności stały się właśnie banany, wówczas marzenie każdej młodej mamy, ale zarazem najdroższy i rzadko dostępny owoc na rynku. To nimi miały podobno być karmione dzieci uprzywilejowanych warstw społecznych. Modelowymi przedstawicielami „bananowej młodzieży” stali się Andrzej Jaroszewicz, syn ówczesnego premiera PRL, kierowca rajdowy i właściciel ekskluzywnych aut, nazywany „Czerwonym Księciem”,

oraz Maryla Rodowicz, piosenkarka, w latach 70. jeżdżąca samochodem-marzeniem marki Porsche.

W 1968 roku termin „bananowa młodzież” stał się kategorią polityczną, używaną przez partyjną propagandę do dyskredytacji studentów, biorących wówczas udział w protestach przeciwko działaniom władzy. Przedstawiano ich jako rozpieszczone, spędzające czas w nocnych klubach dzieci bogatych rodziców, mających za granicą krewnych, którzy przysyłali im te egzotyczne owoce. Ale antystudenckie wypowiedzi ówczesnych władz miały też inny cel – chodziło o ukazanie warstwy inteligenckiej jako środowiska zdeprawowanego, wywyższającego się nad innych i oderwanego od „mas pracujących”. Tak oto brak bananów w sklepach stał się jednym z czynników antagonizujących społeczeństwo.

Paradoksalnie, brakowi wielu towarów na rynku towarzyszyła jednak reklama, przede wszystkim w popularnych czasopiśmie, jak „Przekrój”, „Przyjaciółka”, „Moda i Życie” czy „Ty i Ja”. Zachęcano w niej, na przykład, do kupowania margaryny zamiast masła oraz drobiu lub ryb zamiast mięsa, z którym stale były problemy na rynku. Promowano również to, co ówczesny przemysł był w stanie wyprodukować, w tym niektóre elementy wyposażenia domu, tkaniny, ceramikę, szkło, a w „dekadzie Gierka” również motoryzację. Obecność reklamy stwarzała pozory normalności, bo sugerowała powszechną dostępność tych towarów – nie promuje się przecież braków. W ten sposób wpisywała się ona w oficjalną propagandę, która tworzyła obraz Polski (a także innych krajów socjalistycznych) jako strefy, w której nie marnuje się energii i surowców na produkcję gadżetów dla bogaczy, lecz odpowiada się na zapotrzebowanie społeczne. Wprawdzie reklamy nie uważano oficjalnie za ważny czynnik rynkowy, lecz raczej za informację o dostępnych produktach, jednak często przedstawiała ona spełnione marzenia, nawet jeśli była to raczej tylko możliwość ich spełnienia, bo na niektóre zamówione i przedpłacone wyroby czekało się miesiącami, chyba że kupowało się je za dewizy. Przykładem może być motoryzacja. Z pewnością do kategorii „nadmiaru” jako oferty rynkowej trudno było zaliczyć cztery rodzaje motocykli, jeden skuter oraz trzy rodzaje samochodów osobowych. Brakowało też wielu artykułów gospodarstwa domowego. Ustawiały się po nie długie kolejki, w których często obowiązywały listy oczekujących. Na niektóre produkty, np. pralki automatyczne, trzeba było stać w kolejce nawet 2–3 dni. Najczęściej w takich kilkugodzinnych „dyżurach” brały udział całe rodziny, czasem jednak wynajmowano tzw. „staczy”, którzy za odpowiednie wynagrodzenie zastępowali klientów. Porządku pilnowały spontanicznie organizowane „komitety kolejkowe”.

Natomiast w latach 60. i 70. namawiano społeczeństwo do kupna telewizorów, które stały się ważnym środkiem przekazu zmonopolizowanych przez władze informacji i towarzyszącej im propagandy. Telewizja Polska nadawała wówczas dwa programy – jeden z nich nazywał się „Program pierwszy”, a drugi „Program drugi”. Oba przekazywały

podobne treści, z tym, że program drugi był w większym stopniu zorientowany na kulturę i czasem można tam było zobaczyć zachodnie filmy, które nie były pokazywane w kinach. Z telewizji też Polacy dowiedzieli się w grudniu 1981 roku o wprowadzeniu stanu wojennego. Dla władz ważną zaletą przekazu telewizyjnego był brak dostępu polskiego odbiorcy do emisji zachodnich stacji, podczas gdy przez radio można było słuchać „Wolnej Europy”, „Głosu Ameryki” czy „Radia Luxemburg”. Były one co prawda zagłuszane, ale zwykle niezbyt skutecznie.

Kolejnym marzeniem Polaków w latach PRL-u był paszport. Bez niego nie można było wyjechać na Zachód. Tu nigdy nie było mowy o nadmiarze. Paszporty były własnością Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. My byliśmy tylko ich użytkownikami i po każdej podróży musieliśmy zwracać je do odpowiedniego biura. Zresztą większość z nas musiała liczyć się z odmową zgody na wyjazd. Chyba miałem szczęście, bo taką odmowę dostałem tylko dwa razy, w 1975 i w 1978 roku. A lata 70. były i tak najbardziej liberalne pod tym względem. Paszport można było wówczas otrzymać nie tylko na podstawie zaproszenia od rodziny lub znajomych z zagranicy, ale także dzięki wykazaniu, że posiada się odpowiednią ilość dewiz na własnym koncie w banku. Przed wyjazdem wolno było dodatkowo za złotówki zakupić jeszcze po oficjalnym, niskim kursie 10 dolarów. A to przecież była połowa pensji! Wyjazdy te bardzo często miały charakter zarobkowy, zresztą zgodny z ówczesną ekonomiczną strategią polskich władz. Wielu ludzi, zwłaszcza młodych, wyjeżdżało na Zachód, aby pracować. Zarobione pieniądze często inwestowane były później w Polsce – w mieszkania i ich wyposażenie, w samochody, artykuły gospodarstwa domowego lub też odkładano je na konta bankowe. Wszystko to wspomagało gospodarkę. W niektórych krajach polscy studenci bez problemów otrzymywali prawo pracy na okres wakacyjny, pracowali więc legalnie i płacili tam podatki. Wracając do Polski przywozili to, co tam było w nadmiarze, a czego tutaj brakowało – elektronikę, płyty pop-music, modne ubrania, ale też kawę, czekoladę, papierosy i – przede wszystkim – zaoszczędzone pieniądze. Część z tych produktów wchodziła na szary lub czarny rynek. Ale też właśnie wówczas zaczęło się sprowadzanie z Zachodu używanych samochodów, których był tam już wtedy nadmiar. Ich niskie ceny za granicą pozwalały wreszcie Polakom na spełnienie marzenia i kupno własnego pojazdu, którego posiadanie było wówczas także symbolem statusu społecznego.

Jednak najpoważniejszymi z licznych braków na polskim rynku, tymi, których konsekwencje miały ostatecznie doprowadzić do upadku systemu socjalistycznego w Polsce, były ograniczenia w dostępie od żywności, w tym zwłaszcza wyrobów mięsnych. Problem ten usiłowano rozwiązać na kilka różnych sposobów. Po wojnie, w latach 1945–53, obowiązywał system kartkowy; ponownie pojawił się w roku 1976 (początkowo były to tylko kartki na cukier, ale wkrótce reglamentacja objęła też inne produkty) i ostatecznie zlikwidowano go

dopiero w 1989. W międzyczasie wprowadzono „dzień bezmięsy”, w którym nie sprzedawano mięsa i jego przetworów. Dotyczyło to również potraw w restauracjach. Przez dłuższy okres czasu takim dniem był poniedziałek, potem środa. Innym sposobem zwalczania nadmiernego, jak uważały władze, popytu na mięso były podwyżki cen, nawet o 100%. To właśnie one doprowadzały do kolejnych społecznych protestów w latach 1956, 1970 i 1976. Również w postulatach robotników strajkujących w Gdańsku w roku 1980 znalazły się dwa żądające zapewnienia pełnego dostępu do żywności (w tym wprowadzenia kartek na mięso). Problem ten okazał się podstawowym, ale też najbardziej znaczącym polem konfliktu między społeczeństwem a władzą. Produkcja żywności, która dziś jest jednym z symboli nadmiaru, była aż do końca PRL-u postrzegana jako obszar niezaspokojonych pragnień. Moja znajoma, starsza pani, która odwiedziła swą siostrę w Brukseli, zapytała ją: „Rena, dlaczego kupujesz tylko 15 kg szynki, kiedy możesz kupić cały kilogram?”.

Natomiast towarem, którego przez cały okres istnienia PRL-u nigdy w sklepach nie brakowało, były książki. Istotnie, mogły one dawać poczucie nadmiaru i powszechnej dostępności. Ich nakłady były imponujące i to nie tylko literatury popularnej, jak kryminały czy romanse, ale też klasyki, poezji, książek naukowych, filozoficznych i albumów sztuki. Zbiór opowiadań Stefana Zweiga *24 godziny z życia kobiety* PIW wydał w roku 1973 w nakładzie ponad 60 000 egzemplarzy. W księgarni płaciło się za nią 10 zł, podczas gdy kostka masła (250 g) kosztowała wówczas 17,50 zł. Za dwa grube tomy *Estetyki* Hegla, PWN, 1964, nakład 3 000 egzemplarzy, trzeba było zapłacić 55 zł, a więc równowartość trzech kostek. Ale, jak się okazało, to Hegla wydano w nadmiarze i bez problemu można było go dostać nawet kilka lat później, podczas gdy opowiadania Zweiga zniknęły z księgarń dość szybko.

Jeśli jednak mówimy o nadmiarze książek, to nie możemy pominąć cenzury. Ostatecznie to władze decydowały, czy wolno nam czytać Zweiga, czy Orwella lub Sołżenicyna. W latach 1944–1990 cenzura była wszechobecna i nie wolno było bez jej zezwolenia przedstawić publicznie żadnej informacji, nawet tak, wydawałoby się, nieszkodliwej, jak zawiadomienie o otwarciu wystawy, zarówno w państwowym muzeum, jak w małej galerii. Nie mówiąc już o publikacji książek, czasopiśm czy artykułów. Albo wyświetlaniu filmów w kinach. Albo emitowaniu tekstów nadawanych w radiu piosenek. Albo wystawianiu własnych obrazów w galeriach. Choć wszyscy o niej wiedzieli, cenzura działała cichcem. Cięcia miały pozostawać niezauważalne. Dopiero pod koniec lat 80. jej ingerencja zaczęła być odnotowywana w publikowanych tekstach.

Cenzura była przez polskie społeczeństwo powszechnie potępiana nie tylko z powodu ograniczania dostępu do bieżących informacji, ale także do idei, badań naukowych, kultury i sztuki czy publicystyki. To urzędnicy decydowali, które z tych problemów powinniśmy znać i do

jakiego stopnia. Te, które uznawali za niebezpieczne dla programu rządzącej partii, były przemilczane lub usuwane. Reakcją na obecność cenzury była jednak działalność opozycji, w tym „podziemne” wydawnictwa, w których publikowano zakazane książki, a w czasie stanu wojennego również czasopisma i ulotki.

Stan wojenny wprowadzono w Polsce dekretem Wojskowej Rady Ocalenia Narodowego 13 grudnia 1981 roku. Był on wynikiem nieporadzenia sobie przez władze z sytuacją, która zaistniała po powstaniu „Solidarności”. Stan wojenny trwał formalnie do 22 lipca 1983, ale zaciążył na całej dekadzie lat 80. Rozczarowanie zarówno poziomem życia, jak brakiem obywatelskich wolności, doprowadziło wówczas do masowych wyjazdów i szukania lepszych warunków życia za granicą. Powszechna tam dostępność nie tylko dóbr i usług, ale też informacji, kultury oraz – *last but not least* – osobistych wolności, z pewnością nie była postrzegana przez tych emigrantów jako nadmiar – może raczej jako spełnienie marzenia o życiu godziwym. Nawet jeśli czasem miało to okazać się fikcją.

Jednak aby taka opinia mogła się zmienić, trzeba było najpierw doświadczyć nadmiaru u siebie. Nastąpiło to dopiero w latach 90. gdy wprowadzono w Polsce gospodarkę rynkową. Symbolem stał się usytuowany, najpierw na ówczesnym Stadionie Dziesięciolecia, a potem przed Pałacem Kultury, tzw. „Jarmark Europa”, na którym handlowano wszystkim – od tureckich dywanów, przez niemieckie proszki do prania, po rosyjski kawior i wietnamskie sajgonki. Czy jednak tak miało to wyglądać? Koszty zmian okazały się poważne, choć przez większość społeczeństwa wcześniej nieprzewidywane. Najważniejszym okazało się bezrobocie, sięgające w roku 1993 ponad 16%. W ogromnym stopniu dotknęło ono robotników, którzy w latach PRL-u występowali przeciwko socjalistycznej władzy. Zapadła mi w pamięć telewizyjna wypowiedź jednego z nich, który powiedział: „Nie o to walczyliśmy. Nam chodziło o to, żeby była kiełbasa w sklepach, a nie 50 rodzajów kiełbasy”. Nadmiar przestał być w Polsce marzeniem.

Bibliografia

- Nisbet, R., *The Decline and Fall of Social Class*, „Pacific Sociological Review”, 1959, 2 (1), s. 11–28.
- Packard, V., *The Hidden Persuaders*, Pocket Books, 1975.
- Packard, V., *The Status Seekers*, D. McKay Co., 1959.
- Packard, V., *The Waste Makers* IG Publishing, 2011.
- Papanek, V., *Design for Human Scale*, Van Nostrand Reinhold Co., 1983.
- Papanek, V., *Design for the Real World*, Pantheon Books, 1972.

Rzeczy wtórne, czyli historie z kocyków

Piotr Mikołajczak

Gdy w drugiej połowie lat 80. ruszyłem koleją w ponad 300-kilometrową wyprawę na bazar Różyckiego do Warszawy, czułem się jak nastoletni odkrywca – poszukiwacz przygód. Celem wyprawy był polski walkman „Kajtek”, wprowadzony właśnie do produkcji przez ZRK Unitra. W sklepach panował jeszcze niedobór towarów, a nowinki techniczne i sprzęt elektroniczny cieszyły się szczególnym powodzeniem. A zatem nie było łatwo upolować „Kajtkę” w sklepie RTV.

Wiedziałem, że można go kupić na bazarze, a skoro tak, to wybrałem największy, o jakim słyszałem. Nie zawiodłem się. Oprócz upragnionego „Kajtkę” w czerwonej plastikowej obudowie, wśród mnóstwa straganów, zobaczyłem masę pożądanых wówczas nowych towarów: radiomagnetofonów, płyt winylowych, kaset, książek (sic!), encyklopedii, elektronicznych zegarków i dekatyzowanych jeansów.

Od tamtego czasu bazyry, rynki, pchle targi, pozostały w mojej świadomości jako zbiory obfitości rzeczy – tyleż podejrzane, co kuszące i tajemnicze, ruchliwe, mieniające się prostymi, silnymi emocjami. Przez ostatnie 30 lat bazyry się zmieniły, stając się groteskową ilustracją transformacji: od niedoboru do nadmiaru. Wciąż są pełne przedmiotów, ale zmieniło się zapotrzebowanie na nie, a także same towary.

Niedobór dawał preteksty do budowania nadmiarowych, często fałszywych wyobrażeń o rzeczach, podsycił pragnienie ich posiadania. Współczesny nadmiar przedmiotów, ich łatwa dostępność i masowość odbiera im siłę pokus, ale też skraca czas trwania. Towary dobrej jakości są powszechnie dostępne w sklepach, salonach czy, używając współczesnego języka, w galeriach handlowych. Nowe rzeczy sprzedawane na bazarach podobne są do tych ze sklepów „wszystko za 2 złote” z tzw. chińszczyzną. Można nazwać je „fantomami rzeczy”, postaciami zastępczymi, krótkotrwałymi; są jak przywidzenie w upartym udawaniu jakości, kształtu, funkcji.

Nie zachodzę już na bazyry po to, by zdobyć upragnioną rzecz, której nie można dostać nigdzie indziej. Jednak bywam tam nadal, odczuwając silne emocje – tym razem jako obserwator i poszukiwacz znaczeń, projektant rzeczy.

Na bazarach, rynkach i pchlich targach interesują mnie rzeczy „po przejściach”, których się pozbyto, bo utraciły ważne znaczenie praktyczne, ekonomiczne, statusowe, kulturowe.

Interesują mnie rzeczy, które straciły relacje z użytkownikami i na powrót stały się tylko przedmiotami, towarami, ratującymi często budżet sprzedającego.

Szczególnie ciekawią mnie te niepretensjonalne, trochę bałaganiarskie zbieraniny zwykłych rzeczy z nieodległej przeszłości, eksponowane na chodnikach. Pomijam stoły „kolekcjonerów”, zbieraczy antyków, z pięknymi i drogimi zbiorami przedmiotów, które są głównie opowieścią o ich materialnej wartości, jednak brakuje im siły katalizatorów wspomnień i emocji żyjących jeszcze użytkowników.

Bazarowe obserwacje rzeczy znajdujących się na granicy odrzucenia prowadzę od kilkunastu lat i zapisuję je na zdjęciach. Pejzaże

skomponowane z przedmiotów poukładanych na chodniku, na tkaninach, kocykach, czy wspólnie – częściej na foliach, mają się analogii, metafor i symboli.

„Kocyki”, bo tak w skrócie nazywam te kompozycje, tworzą kadry rzeczywistości materialnej niedawno minionego czasu. Opowiadają o kulturze popularnej rzeczy błahych, a może tylko o materialnych marginesach naszego otoczenia. Na fotografiach przedstawiających „kocyki” zapisują historię dewaluacji pragnień i zapotrzebowania na rzeczy, zanikania trendów i mód, dzieje posiadania i pozbywania się rzeczy. Te pejzaże formy i funkcji, wykadrowane obszarem kocyka, to współczesne *vanitas*, komentarz na temat trwałości i nadmiaru przedmiotów.

W obszarze kocyków znajdują się przedmioty o różnych historiach. Zaskakują się czasem wzajemnie znaczeniami, uzupełniają, tworzą opowieści. Obok siebie leżą dewocjonalia i brutalny erotyzm. Wspomnienia z dzieciństwa i niepotrzebna już elektronika sprzed kilku lat. Zużyte wiertarki i przeboje z wypożyczalni kaset vhs.

Można powiedzieć, że to kompozycje naturalne, kompozycje naiwne, kompozycje ludowe. Sprzedawcy, którzy aranżują te martwe natury, często posługują się autorskimi metodami, żeby zwrócić uwagę odbiorcy. Używają jaskrawych kolorów kocyków, budują hierarchię oferowanych przedmiotów – od największych do najmniejszych czy od najdroższych do najtańszych. Czasem zestawiają je celowo dla kontrastu, tworzą porządkujące rytmy. Innym razem aranżują scenki rodzajowe czy jarmarczno-rubaszne dowcipy.

Czasem jest to niedbała dekonstrukcja, w której swój udział mają także kupujący, przemieszczając przedmioty, biorąc je w dłonie i odkładając. W różnorodności rzeczy wychytujemy ciekawe dla nas historie, albo to one nas wyłapują. Każdy z nas zauważa je według własnego klucza.

Można jednak znaleźć kategorie przedmiotów działających na wielu. Jedną z nich są rzeczy, które kojarzą się z przeszłością i mają sentymentalne znaczenie; ich formy przywołują wspomnienia z czasów, kiedy posiadaliśmy dany przedmiot lub chcieliśmy go mieć. Odtwarzamy w myślach tła, osoby, emocje, scenerie, w której występował. W tej kategorii znajdują się zabawki, książki, komiksy, płyty, instrumenty, niegdyś wartościowe urządzenia elektroniczne.

Inną grupą są przedmioty praktyczne – te, które mogą się przydać, lub takie, których rzeczywiście potrzebujemy. To praktyczne narzędzia budowlane, wtyczki, kable, ładowarki, sprzęt elektroniczny, o którym kiedyś pomyśleliśmy, że może by się przydał, albo może potrzebujemy go na części do naszego już nie działającego egzemplarza.

Jeszcze inne powody, dla których zerkamy na „kocyki”, to kolekcjonerskie obsesje. Z różnych przyczyn tworzymy kolekcje, chcemy dopełniać, zamykać w całość, nadawać sens, panować nad zbiorem, ocalać rzeczy. Tu znajdują się powszechnie zbierane niegdyś pocztówki, monety, odznaczenia, znaczki pocztowe, papierki po gumach do żucia,

ale też bardziej wyszukane kolekcjonerskie przedmioty, takie jak zegarki, aparaty fotograficzne, dawne zabawki czy modne ostatnio autentyczne pamiątki z PRL.

Osobną kategorią są „okazje”, czyli przedmioty, których ktoś chce się pozbyć za małe pieniądze, być może nie znając ich realnej wartości. Wiedza ekspercka sprawia, że czujemy się jak na polowaniu albo jakbyśmy właśnie odnaleźli brakujące ogniwo ewolucji, kiedy za grosze możemy nabyć przedmiot o wielokrotnie wyższej wartości.

Powodów, dla których ludzie nachylają się nad kocykami, jest oczywiście znacznie więcej. Wybieramy rzeczy według cech, ofert, które nam składają, oraz według naszych predyspozycji, „wyposażenia” kulturowego, kompetencji, zdolności percepcji, potrzeb, pragnień, wartości, sentymentalnych odczuć, „motywów przewodnich”¹.

Rzeczy trafiają na kocyki, bo przestały być potrzebne, zostały porzucone, oddane za grosze, może ukradzione, wreszcie – zastąpiły je kolejne, nowsze, lepsze, szybsze i ładniejsze. Kocykowe kompozycje składają się z rzeczy osieroconych, które straciły zażyłe relacje z użytkownikami i stały się na powrót tylko przedmiotami, towarem.

Przedmioty, czy ściślej mówiąc – produkty, powstają w wyniku realizacji procesu projektowego i produkcyjnego, będącego odpowiedzią na określony problem lub potrzebę. Jednak z powstałych przedmiotów to dopiero my, użytkownicy, tworzymy rzeczy, poprzez nadawanie im znaczeń w trakcie użytkowania, a nawet przed nim, kiedy pragniemy rzeczy i projektujemy na nie swoje wyobrażenia o ich posiadaniu.

Mówimy o nich, że są sprytne, atrakcyjne, godne zaufania, nadajemy im ludzkie cechy; wzbudzają w nas wspomnienia, przywiązujemy się do nich, cieszą nas, bez nich bylibyśmy bezbronni i moglibyśmy o wiele mniej. Identyfikujemy się poprzez rzeczy i poprzez nie pokazujemy nasz stosunek do świata. Bez tych znaczeń, bez więzi pomiędzy przedmiotami a użytkownikami, towary stają się tylko nośnikami prostych wartości użytkowych czy estetycznych. Potrzebujemy siebie nawzajem. Przedmioty potrzebują nas po to, żeby stawać się rzeczami, a my ich – by być bardziej ludźmi.

Jest wiele definicji tego, czym są „rzeczy”, ale tu chciałbym ograniczyć się do jednej z nich. Remo Bodei w książce *O życiu rzeczy* tak pisze o źródłach terminu „rzecz”: „Żadne z wyrażen: *Pragma, res, Causa*, czy *Die Sache* nie odnosi się wyłącznie do przedmiotów, za to każde odsyła do logiki, rozumowania, *Praxis* i ludzkich relacji”².

Zatem „rzecz” to termin znacznie szerszy niż „przedmiot” (*oggetto, objectum, Gegenstand*). Przedmiot odnosi się do konkretnego, do czegoś fizycznego, namacalnego. Rzecz jest raczej splotem zależności, w które jesteśmy włączeni. Przyjmijmy zatem, że „rzeczy” to przedmioty będące

1 Zob. Marek Krajewski *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, w: *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, *Colloquia Humaniorum*, Olsztyn 2008, s. 137–138

2 Zob. Remo Bodei, *O życiu rzeczy*, przeł. A. Bielak, Przepis, Łódź 2016, s. 34.

w relacjach z użytkownikiem, obdarzone jego emocjonalnością i związane z dziejami jego życia.

Nakręcany przez marketing i reklamy system sprzedaży zachęca do krótkotrwałego obcowania z przedmiotami. Czasem wręcz jesteśmy obligowani do szybkiej zmiany telefonów, aparatów fotograficznych, kamer, komputerów, samochodów i innych urządzeń, z którymi blisko współdziałamy. Jesteśmy zachęcani, by się nie przyzwyczajać do rzeczy. Nadmiar przedmiotów osłabia siłę związków pomiędzy rzeczami a użytkownikami. Być może żyjemy w czasach nadmiaru przedmiotów, a niedoboru rzeczy, w sytuacji zaprojektowanego braku czasu i predyspozycji przedmiotów do tego, by mogły stawać się rzeczami.

Zazwyczaj pojedynczy przedmiot ma potencjał, by być wieloma różnymi rzeczami. Składa ofertę wielu subtelnych zastosowań, funkcji, znaczeń, z których tylko nieliczne zostaną wybrane przez określonego użytkownika. Zatem ten sam przedmiot może być różnymi rzeczami, zależnie od tego, w jakie relacje wejdzie z użytkownikiem. Zależnie od tego, co użytkownik dostrzeże w przedmiocie, co zdecyduje, że sięgnie po niego.

Wracając w obszar kocyków, do rzeczy, które na powrót stały się przedmiotami, z zapisaną w nich, sobie tylko znaną, historią spotkań z użytkowaniem, zilustrujmy przykład wielu ofert składanych przez przedmiot. Sięgnijmy po telefon komórkowy starego typu, taki z antenką, powiedzmy, jakąś nokię, ericssona albo boscha. To urządzenie może być sentymentalnym wspomnieniem pierwszego telefonu komórkowego, jaki mieliśmy, i zajmie miejsce na półce albo w szufladzie, po to, by od czasu do czasu przywracać we wspomnieniach dawne dzieje.

Być może jego forma nadal sprawia wrażenie solidnie skonstruowanego urządzenia o zgrabnych proporcjach, a linie tworzące kształt mogą być inspirujące.

Ten sam telefon dla młodszego użytkownika będzie hipsterskim gadżetem, z którego, o dziwo, cały czas można wykonywać rozmowy i pisać esemesy, demonstrując odwrócenie się od wszystkimogących, ale i podejrzanych smartfonów.

Ktoś inny może dostrzeże niewielki rozmiar komórki, z łatwością mieszczącej się w kieszeni, możliwość łatwej wymiany baterii, która bardzo długo „trzyma”. Dla kogoś jeszcze innego taki aparat będzie dawcą części dla telefonu, który jest cały czas w użytkowaniu.

Słyszałem też opinię człowieka zajmującego się sztukami walki, że taki telefon z antenką był doskonałym narzędziem samoobrony. Tu ów znajomy wykonał odpowiedni gest, pokazujący jak ugodzić przeciwnika w czułe miejsce tą właśnie antenką.

Podobnie ma się sprawa, jeśli chodzi o trwanie rzeczy w czasie. Ten sam przedmiot w ciągu kilkudziesięciu lat istnienia – i w kontekście tworzenia różnych relacji z posiadaczem – może być dla jednego człowieka kilkoma rzeczami. Zależne jest to od naszej biografii, rozwoju

intelektualnego i emocjonalnego, edukacji, a co za tym idzie – hierarchii celów i potrzeb emocjonalnych.

Może zatem poprzez nadmiar przedmiotów jesteśmy pozbawiani możliwości budowania długotrwałych relacji z rzeczami; być może wpływa to na osłabienie naszego poczucia tożsamości, trwałości i pewności. Być może produkowane obecnie masowo przedmioty poprzez zaplanowane przedwczesne starzenie się nie dają szans na rozwinięcie się relacji, jakie mogą powiązać rzecz i użytkownika, nie pozwalają na przeżycie emocji, nie dają czasu na refleksję.

Wciąż jednak są takie rzeczy, które to umożliwiają. Należą do nich różne osobiste, „pierwotne” drobiazgi, takie jak: dobrej jakości szczyrzyk, zapalniczka czy inne przedmioty, wymagające kontaktu z dłonią właściciela, których funkcji nie przejęły jeszcze aplikacje w smartfonach.

Pojedyncze przedmioty składają swoje obietnice, tymczasem zebrane w grupy i ułożone na kocykach, tworzą melancholijne pejzaże, które zmuszają do refleksji nad potrzebami ludzi, produkcją rzeczy, ich realnością i ilością. Może taka właśnie jest ich funkcja? Oprócz tych paru złotych, które zarobią sprzedający, i tego, że czasem uda się wśród nich znaleźć jakiś skarb, mają pobudzać do tego, żeby pomyśleć o rzeczach w inny sposób. Ludzie nadają rzeczom znaczenia praktyczne, emocjonalne, wiążą je ze wspomnieniami. W zagęszczeniu tych znaczeń często umyka zainteresowanie ich pochodzeniem, inspiracjami, które doprowadziły do ich formy.

Zdarza się, że projektanci, działając w realiach zawodowych i mając wyraźne wskazówki ze strony marketingu czy producentów, nie poświęcają czasu na budowanie znaczeń rzeczy, ich symbolikę, pomijają refleksję, jaki będą one miały wpływ na wrażliwość i tożsamość użytkowników. Może warto czasem pospacerować wśród kocyków, wśród nadmiaru przedmiotów, żeby o tym pomyśleć. Wśród rzeczy pozornie mało ważnych można odnaleźć wiele znaczeń i dowiedzieć się o naszych związkach z rzeczami więcej niż z najnowszych trendbooków. Oprócz walorów estetycznych i kompozycyjnych, zatrzymuję na fotografiach pejzaże rzeczy minionych, błahych, niedostrzegalnych, a jednak wypełniających przestrzenie między ludźmi, kreujących materialne tło kultury rzeczy.

Przez kilkanaście lat obserwacji i dokumentacji kompozycji „kocyków” nie znalazłem zbyt wielu „Kajtków”. Jeden z nich był rozbity, a za drugiego sprzedający żądał absurdalnie wysokiej ceny. Chyba ich właściciele mają podobnie sentymentalny stosunek do swoich egzemplarzy, a może nie produkowano ich w nadmiarze. Oprócz smaku wspomnień i szczególnych okoliczności pozyskania tego „polskiego walkmana”, Kajtek nie zasługiwał na specjalną uwagę. Był zasilany czterema bateriami AA, które bardzo szybko zużywał; jakość dźwięku pozostawiała wiele do życzenia; wyposażenie w porównaniu z japońskim odpowiednikiem było marne – brak radia, equalizera, autorewersu, przewijanie kaset w jedną stronę, obudowa z niskiej jakości tworzywa. A mimo to leży w jednym z pudełek, z którego od czasu do

czasu lubię go rozpakować i przełączać czarne przyciski. Mam wrażenie, że przedmioty z dzisiejszych czasów – czasów nadmiaru – mogą nie doczekać się takich względów. Choć czytając *Kartki z dziennika* gdańskiego pisarza Stefana Chwina, jestem gotowy zweryfikować to wrażenie. Pisze on: „Cóż więc dziwnego w tym, że zdarzają się dni, gdy oczami duszy widzę targ staroci na Długim Pobrzeżu – jak będzie wyglądał za lat sto albo dwieście. Na straganach radio stereo Panasonic z przebitym głośnikiem, biała plastikowa butelka po szamponie Palmolive, maszynka Gillette z trzema zardzewiałymi ostrzami, świetnie zachowana złota puszka po piwie Żywiec, suche jak pieprz mydełko Fa, przenośny telewizor Philipsa z ekranem jak ślepe oko, sreberko po batonie Snickers, kobiece buty z wężowej skóry na kwadratowym obcasie, zegarek nie istniejącej od roku 2035 firmy Omega, metalowa tarczka budzika Sony z zastygłą wskazówką. I wszystkie te rzeczy, które nas dzisiaj otaczają, wszystkie te rzeczy bez urody, jeszcze nie dotknięte ciemnym skrzydłem czasu, zanurzone w błyszczącej teraźniejszości, rzeczy, po których dzisiaj nasze oko prześlizguje się bez emocji, na tym perskim targu staroci ktoś bierze do rąk i ogląda z czułością, a nawet z zachwytem, rozważając w myślach cenę, jaką gotów zapłacić, by wejść w ich posiadanie³.

3 Stefan Chwin, *Kartki z dziennika*, Wydawnictwo „Tytuł”, Gdańsk, 2004.

Bibliografia

Bodei, R., *O życiu rzeczy*, przeł. A. Bielak, Przypis, Łódź 2016.

Chwin, S., *Kartki z dziennika*, Wydawnictwo „Tytuł”, Gdańsk 2004.

Krajewski, M., *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, w: *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Colloquia Humaniorum, Olsztyn 2008.

13m² – minimalizm potrzeb

Szymon Hanczar

„Człowiek jest bogaty proporcjonalnie do liczby rzeczy,
bez których może się obyć”.

Henry David Thoreau

W roku 2008 pierwszy raz w historii naszej planety liczba ludzi zamieszkujących miasta przekroczyła liczbę mieszkańców wsi. Oznacza to, że świat wszedł w erę urbanizacji. W Polsce odsetek ludności zamieszkującej miasta wynosi obecnie 60,2% (stan na grudzień 2016 r. według danych Głównego Urzędu Statystycznego), a przewiduje się, że do roku 2050 będzie wynosić 70%. Zachodzące zmiany mają wpływ na wszystkie sfery życia, przez co stawiają wielkie wyzwania urbanistom, architektom, projektantom i socjologom. Mimo że możemy się spotkać z licznymi raportami, według których wiele miast się wydłudnia, to ruch ten skierowany jest nie ku wsiom, ale ku większym ośrodkom miejskim, które rozwijają się ze wzmoczoną siłą. Jak wiadomo z ekonomii, popyt wpływa na wzrost cen. Ceny w dużych miastach są duże, a będą jeszcze większe, natomiast przestrzeni do zagospodarowania będzie w nich coraz mniej. Tu też należy upatrywać przyczyny zwiększonej popularności miniapartamentów, które oferują wszelkie wygody mieszkania na niewielkim metrażu i przy relatywnie niskiej cenie. Projekty mikromieszkań powstają w licznych miastach w Polsce od niedawna, są natomiast bardzo popularne za granicą. Po raz pierwszy na tego typu założenia architektoniczne natknąłem się w Niemczech pod koniec lat 90. Dziś wiem, że coś, co wówczas wzbudziło moje duże zainteresowanie, nie stanowiło wówczas novum w wielu dużych aglomeracjach na całym świecie.

W roku 2008 – tym samym, w którym ludność miast przekroczyła liczbę ludności wsi – zainicjowałem projekt 13m², który rok później udało mi się sfinalizować. Za przestrzeń mojej interwencji projektowej obrałem niewielki lokal w jednej z przedwojennych kamienic we Wrocławiu, w popularnej od kilku lat dzielnicy Nadodrze. Lokal o wymiarach 220x320x620cm, którego wysokość była większa niż szerokość, posiadał wszelkie niezbędne media do urządzenia w nim jednostki mieszkalnej. Największą zaletą okazała się jego wysokość, która umożliwiła wykonanie antresoli. Pod nią znalazła się łazienka, szafa, wyjątkowo niewielkich rozmiarów aneks kuchenny, a powyżej, na powierzchni ponad 4m², substytut sypialni. Usytuowanie miejsca do spania na innym poziomie niż pozostałe obszary funkcyjne sprawiło, że sypialnia jako przestrzeń została od nich odseparowana. Lokal posiada wszelkie funkcjonalności zwykłego mieszkania, ale na zdecydowanie mniejszej powierzchni. Jest w nim pełnoprogramowa łazienka z prysznicem, szafa z zamontowaną pralką, mały aneks i podstawowe meble. Wszystko to gwarantuje użytkownikowi spełnienie podstawowych potrzeb, jakimi są toaleta, nocleg, przygotowanie prostych posiłków czy przechowywanie rzeczy osobistych. Jako że powierzchnia lokum była niewielka, to bardziej niż dom przypominało ono pokój hotelowy na wyłączność.

Mniej więcej w tym samym czasie, kiedy kończyłem pracę nad 13m², w roku 2009, powstał blog Anny Mularczyk-Meyer (prostyblog.com). Jego autorka mierzy się z szeroko pojętym minimalizmem, ograniczaniem posiadanych przedmiotów. Na temat minimalizmu wydała w sumie dwie książki. Inną osobą wyznającą ascezę życiową jest Orest Tabaka z Polski, czy Amerykanin Leo Babauta. Obaj są ortodoksami w kwestii ograniczenia posiadanych przedmiotów, posiadają ich kilkadziesiąt, wliczając takie rzeczy jak odzież, klucze czy telefon. To skrajne podejście do stylu życia tym bardziej zaskakuje, że dotyczy osób z zamożniejszej części świata, gdzie prym wiedzie rozdmuchany konsumpcjonizm. Znajdują oni jednak wielu naśladowców. O ile staram się, choć to bardzo trudne, nie gromadzić przedmiotów w nadmiarze, to ich pozbycie się do raptem kilkudziesięciu uznaję za wyzwanie, wymagające przede wszystkim mentalnego przygotowania. Wolę, pewnie tłumacząc samego siebie, odnaleźć w minimalizmie zdrowy umiar.

Moje zainteresowanie mieszkaniem na małej przestrzeni było wynikiem nie tyle świadomej redukcji przedmiotów, co potrzeby posiadania własnej przestrzeni życiowej, czymkolwiek by była. Potrzebę tę wyłoniła seria zawirowań mieszkaniowych, typowa dla osób kończących studia i będących w na tyle słabej kondycji finansowej, by nie móc pozwolić sobie na własne lokum. W trakcie tych kilku lat zdarzyło mi się pomieszkować u kogoś gościnnie, co bardziej przypominało legalne squatowanie ze spaniem na skórzanej sofie i przechowywaniem rzeczy osobistych w torbach, niż faktyczne mieszkanie, dające poczucie komfortu i odpoczynku od codziennych obowiązków. Mieszkanie kątem u kogoś stanowi próbę dla wzajemnych relacji. Dla mnie było również dostrzeżeniem podstawowych potrzeb, jakie powinna spełniać przestrzeń mieszkaniowa. Co najciekawsze, metraż nie odgrywał w tym momencie kluczowej roli, w myśl maksymy, że „lepszy wróbel w garści, niż gołąb na dachu”. Spostrzegłem również, że mam kilka pudeł, które towarzyszą mi w trakcie kolejnych przeprowadzek, a do których w ogóle nie zaglądam. Nie miałem nawet pojęcia, co mieści się w środku. Prawdopodobnie mógłbym pozbyć się ich i nie odczułbym straty. Minimalizm sam mnie znalazł. Nigdy natomiast nie rozstawałem się z torbą z niewielką ilością ubrań i kosmetyczką, którą zawsze miałem w samochodzie. Poczucie bezpieczeństwa i swojego rodzaju prywatności, jakie dawał samochód, jest najgorszym wspomnieniem z tego okresu. To był mój Dom, gdzie sam decydowałem, z kim tę przestrzeń w danym momencie będę dzielić, nad wszystkim mając kontrolę. Zapragnąłem przenieść to uczucie do realnego wnętrza mieszkalnego. Tak zacząłem szukać małego lokum. Nie uważałem za konieczne, by metraż był choćby średniej wielkości. Jak jednak wiadomo, apetyt rośnie w miarę jedzenia. Na 13m² mieszałem półtora roku. Mała powierzchnia mieszkania doskonale dyscyplinuje człowieka, odzwyczajając od niekontrolowanego nabywania czy znoszenia przedmiotów. Uczy weryfikowania,

co wartościowe, co faktycznie przydatne, a co będzie kulą u nogi. Takimi kulami okazały się dla mnie książki, z nabywania których trudno zrezygnować, a o wyrzucaniu ich nie ma mowy. Szczególnie jednak wierzę, zgodnie z ideologią wcześniej wspomnianych minimalistów, że ograniczenie liczby przedmiotów to nie tylko oczyszczenie samego otoczenia oraz wnętrza, ale i życia. Mniej przedmiotów to mniej zmartwień, mniej obowiązków, więcej czasu. Przypomina to bardziej stałe bycie w podróży z niewielką walizką w ręku bez licznych powinności dnia codziennego.

Byłbym jednak ostrożny w przecenianiu mikromieszkań. To nie jest idealne rozwiązanie i zdecydowanie nie dla wszystkich. Decyzja o zamieszkaniu na tak ograniczonej przestrzeni powinna być świadomie podjęta, a i to jako forma przejściowa, a nie docelowa. Rozwiązanie z pewnością atrakcyjne i godne polecenia osobom, które spędzają większość dnia poza domem, traktując go jako noclegownię. W ramach projektu przeprowadziłem liczne rozmowy z osobami mieszkającymi na takim metrażu i potwierdziły one moje doświadczenia, że to świetne na chwilę, jako doraźne rozwiązanie, jako miejskie schronienie.

Jeden z lokatorów zapytany, czy taka przestrzeń zmusza do samodyscypliny, odpowiedział: „Jak byłem sam, to zmuszało mnie do organizacji i czułem się OK. Kiedy jednak pojawiły się dwie osoby, nie dało się. Dusiliśmy się w tym momencie. Myślę, że takie mieszkanie jest raczej dla kawalera, dla singla”. Inny z lokatorów zdecydował się zamieszkać na małym metrażu wraz z partnerką, z którą ostatecznie się rozstał. Wiele miesięcy później tak to komentował: „Na początku było OK, było fajnie, ale po pewnym czasie zaczęło brakować miejsca dla nas. (...) Mieliśmy swoje kłótnie i każde chciało mieć swój kąt, a w tym mieszkaniu tego nie było. My zawsze byliśmy zmuszeni patrzeć na siebie. Później zaczęło to nas przygniatać psychicznie”. Mała przestrzeń polaryzuje relacje między użytkownikami w kierunku nie zawsze w zbieżnym z oczekiwaniami.

Na małej przestrzeni nawet siebie można mieć dość. Pewna młoda kobieta w taki sposób podsumowała swoje wspomnienia z mieszkaniem na 13m²: „Na pewno było to coś, co kojarzy mi się ze słowem intymne. Kiedy jest większa przestrzeń, to nawet od siebie można czasem trochę uciec, a tu jednak czasem mogłam się potykać o siebie, zwłaszcza jak miałam gorszy czas”.

Wywiady przeprowadzone z osobami mieszkającymi na małych metrażach, jak i zbieranie materiałów do pracy naukowej, potwierdziły przyjęte przeze mnie założenie dotyczące tego, komu takie przestrzenie mogą służyć, a komu absolutnie nie. Małe mieszkania powinny być przede wszystkim w polu zainteresowań osób samotnych, lub, by użyć bardziej współczesnego terminu, singli, dla których dom może być przechowalnią rzeczy i noclegownią. Mieszkanie w ograniczonej przestrzeni zmusza do samodyscypliny. Stosowane rozwiązania projektowe powinny swoją funkcjonalnością ułatwiać utrzymanie ładu w mieszkaniu. Jeden z mieszkańców porównał 13m² do łodzi

podwodnej, na pokładzie której wszystko ma swoje miejsce i każda wolna przestrzeń jest efektywnie wykorzystana. Zarówno on, jak i pozostali stwierdzili, że do zamieszkania na trzynastu metrach przekonała ich estetyka i funkcjonalność. To dowód, że byli w stanie poświęcić tzw. komfortowy metraż na rzecz funkcjonalnych rozwiązań, które wpłynęły na komfort użytkowania, mieszkania, życia. Tak więc nie tylko potrzeba schronienia jest ważna, ale co nawet istotniejsze, walory estetyczno-funkcjonalne przestrzeni.

Zainteresowanie minimieszkaniami czy też minikawalerkami nie maleje. Szczególnie w Polsce na przestrzeni ostatnich pięciu lat powstało wiele inwestycji deweloperskich, bazujących na małych lokalach mieszkalnych. Dla odbiorców stwarza to szanse na własne lokum przy mniejszym nakładzie środków. Wiąże się to jednak z wieloma kompromisami, do jakich należy życie w pojedynkę, częstsze spędzanie czasu poza domem, ale przede wszystkim rezygnacja z nadmiaru przedmiotów. Rozwój technologii w przeciągu ostatnich dwóch dekad dowodzi tego, że wiele naszych aktywności jesteśmy w stanie zaspokoić za pomocą komputera osobistego lub nawet telefonu. Zdigitalizowane dane przechowujemy w chmurach, by mieć do nich łatwiejszy dostęp skądkolwiek. Rozwój gospodarki współdzielenia uwalnia nas od konieczności posiadania produktów na własność, oferując jednocześnie komfort dostępu do najnowszych czy też różnych towarów. W jakim zatem kierunku rozwinie się minimieszkalnictwo?

**Mniej więcej.
Jak minimalizm zmienia
produkcję przemysłową?**

Agata Nowotny

Nadmiar

O tym, że żyjemy w świecie nadmiaru oraz nadprodukcji nie trzeba nikogo przekonywać. Doświadczenie nadmiaru jest doświadczeniem codziennym ludzi z kręgu cywilizacji Zachodu czy krajów rozwiniętych. Nie trzeba badań naukowych ani kampanii społecznych, by móc stwierdzić, że mamy po prostu za dużo rzeczy. A w konsekwencji – realny problem z ich porządkowaniem, utrzymywaniem, przechowywaniem czy przekazywaniem. I to zarówno w wymiarze globalnym (polityk państwowych), jak i indywidualnym. Innymi słowy, państwa, organizacje, korporacje, jak i każdy z nas na co dzień zmuszony jest do optymalizacji przestrzeni, zmiany zachowań (ograniczenia konsumpcji i produkcji dóbr materialnych), szukania alternatyw wobec starych sposobów produkowania i gromadzenia odpadów.

Wymiar jednostkowy jest niewątpliwie ciekawy i wielowątkowy: jesteśmy dzisiaj świadkami wyłaniania się nie tylko nowych zachowań, ale wręcz niespotykanych dotąd schorzeń i zaburzeń psychicznych, związanych z przymusem kupowania rzeczy, z nieumiejętnością wyrzucania starych, z bezradnością wobec zalewu dóbr materialnych. W odpowiedzi powstają terapie, narzędzia i poradniki dla osób cierpiących na owe cywilizacyjne zaburzenia. Pojawiają się książki w stylu tych, które wydaje japońska autorka Marie Kondo¹ – opowiadająca czytelnikom o tym, jak robić i trzymać porządek wśród rzeczy, które ma się w domu, jak nie zagracać mieszkania, jak selekcionować i pozbywać się przedmiotów. Jest też wiele programów zachęcających do konsumenckiej wstrzemięźliwości, ograniczenia konsumpcji i zapanowania nad żywołem, jakim staje się materia. W efekcie na fali nowych potrzeb i pewnej zmiany paradygmatu konsumenckiego, wyrastają nowe trendy, jak np. konsumencki minimalizm, którego jedną z ikon jest Johua Millburn, który w 2009 roku wraz z przyjacielem, Rayanem Nicodemusem, a dzisiaj współnikiem w projekcie Minimaliści, postanowił zrobić porządek z rzeczami, które go przytaczały². W 21 dni pozbył się rzeczy, które zabierały miejsce i przytaczały go. To, co zaczęło się jako wspólna życiowa przyjacielska przygoda, dzisiaj jest dobrze prosperującym duetem, podróżującym po Stanach Zjednoczonych z poradami i inspiracjami dotyczącymi tego, jak odgruzować swoje – nie tylko domy, ale i życie. Bo, jak twierdzą minimaliści, rzeczy zajmują miejsce nie tylko fizycznie, ale mentalnie, dając tylko iluzję szczęścia czy wolności, a w rzeczywistości zabierając miejsce temu, co ważne.

1 Marie Kondo, *Magia sprzątanía. Japońska sztuka porządkowania i organizacji*, Wydawnictwo MUZA SA, Warszawa 2017.

2 Zob.: www.theminimalists.com. Więcej o parze minimalistów możemy się dowiedzieć z filmu dokumentalnego *Minimalism. A Documentary About Important Things*, reż. Matt D'Avella (2016), oraz z książki J. Wallmana *Rzeczozmęczenie. Jak żyć pełniej posiadając mniej*, przeł. K. Dudzik, Wydawnictwo Isignis, Kraków 2017.

Również w Polsce od kilku lat widać wzmożone zainteresowanie społeczne tematem minimalizmu i stylu życia, polegającego na świadomym ograniczaniu konsumpcji. W 2014 roku Marta Sapała wydała książkę pod znamienym tytułem *Mniej. Intymny portret zakupowy Polaków*³, która jest reporterskim zapisem rocznego eksperymentu, polegającego na ograniczeniu konsumpcji do niezbędnego minimum. Książka Sapały jest o tyle cenna, że koncentruje się na polskiej rzeczywistości. A minimalizm w Polsce wygląda nieco inaczej niż w krajach zachodniej Europy czy w Stanach Zjednoczonych. Przez wiele lat transformacji ustrojowej byliśmy jako społeczeństwo skłonni interpretować nadmiar jako coś wartościowego. Po latach niedoborów i deprivacji pozostawiającej nas bez dostępu do wielu dóbr – często zupełnie podstawowych, jak papier toaletowy czy niektóre produkty spożywcze – bogaty asortyment sklepów kojarzył się pozytywnie, był czymś atrakcyjnym i pożądanym.

Jednak tym, co mnie interesuje najbardziej, jest wymiar globalny przemian konsumenckich, związanych z koniecznością ograniczania konsumpcji, jak również efekty, które możemy obserwować w mechanizmach rynkowych.

Badania pokazują, że 99% rzeczy, które kupujemy, wyrzucamy w ciągu 6 miesięcy⁴. Z perspektywy jednostkowej, można powiedzieć, że wynika z tego, że mamy za dużo rzeczy i że rzeczy, które posiadamy, nie są nam potrzebne. Pełnią inne funkcje niż użytkowe. Z perspektywy globalnej większość produkcji jest więc nie tylko zbędna, ale wręcz szkodliwa.

Inne badania pokazały, że przeciętny samochód pozostaje nieużywany przez 95% czasu⁵. Badania użytkowania samochodów w kraju badaj najbardziej usamochodowionym, jakim są Stany Zjednoczone, wykazały, że 25% mieszkańców, posiadających dwa garaże, nie ma miejsca, by parkować w nich samochody⁶. Garaże przepełnione są rzeczami,

3 Marta Sapała, *Mniej. Intymny portret zakupowy Polaków*, Grupa Wydawnicza Relacja, Warszawa 2014.

4 Dane wg statystyk publikowanych na portalu The World Counts: http://www.theworldcounts.com/counters/shocking_environmental_facts_and_statistics/world_waste_facts.

5 Choć badania wykorzystywania samochodów prowadzone są w różnych krajach i regionach świata, niezmiennie od wielu lat wykazują, że okres, kiedy samochód stoi zaparkowany (nieużywany), waha się pomiędzy 92 a 96 procentami czasu jego posiadania. Badania w tej dziedzinie wykonywano zarówno w Stanach Zjednoczonych (patrz badania prof. Donalda Shoupa, UCLA, CA), w Wielkiej Brytanii, jak i w Unii Europejskiej. Wynika z nich jasno, że najmniej racjonalnym systemem korzystania z samochodów jest model prywatnego transportu.

6 Badanie amerykańskiego Departamentu Energii cytowane przez Joshuę Beckera, autora bestsellera *The More of Less*, na jego stronie www.becomingminimalist.com, gdzie publikuje porady dotyczące nie tylko tego, jak poradzić sobie z nadmiarem rzeczy i uporządkować je (*unclutter*), ale nawet tego, jak zmienić nawyki konsumpcyjne i nauczyć się nieposiadania (*de-owning*).

które nie mieszczą się w domach. Dzieje się tak w społeczeństwie o najwyższej mobilności na świecie – Amerykanie przeprowadzają się średnio 11 razy w ciągu swojego życia⁷. Wiadomo skądinąd, że przeprowadzki zachęcają do robienia porządków, segregowania dobytku i pozbywania się tego, co niepotrzebne. Mimo to Amerykanie nadal toną w rzeczach. Dlatego co dziesiąty Amerykanin musi wynajmować przestrzeń do ich przechowywania. W Stanach prężnie rozwijają się więc usługi magazynowania rzeczy.

Podobne doświadczenia – przesyty rzeczami – pokazują badania brytyjskie. Z badań przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii przez producenta zabawek wynika, że przeciętny angielski 10-latek posiada 238 zabawek, ale dziennie bawi się najwyżej dwunastoma⁸. Co dzieje się z pozostałymi 226? Leżą lub stoją nieużywane, zapomniane, niepotrzebne. Zajmują miejsce, gromadzą kurz, a potem stają się śmieciem. Na ich produkcję została zużyta konkretna energia, czas i pieniądze, a ich produkcja jest obciążona konkretnym kosztem środowiskowym, mierzonym w tzw. śladzie ekologicznym. Czy myśli o tym przeciętny rodzic, kupując kolejną zabawkę? Nie. I nie pomyśli, dopóki nie będzie skutecznych strategii zachęcających i ułatwiających zmianę głęboko zakorzenionych nawyków. Potrzebujemy jako społeczeństwo nowych wzorców zabawy.

O potrzebie wspierania czy tworzenia nowych nawyków zwykle producenci nie myślą. Jeszcze. Dlatego w tym tekście koncentruję się na pokazaniu kilku przykładów strategii biznesowych wskazujących nowe kierunki, testujących nowe mechanizmy rynkowe dążące do zmniejszenia produkcji dóbr materialnych przy zachowaniu opłacalności i zyskowności.

Co by było, gdyby...

Jak zatem może wyglądać przedsiębiorstwo sprzedające mniej, a nie więcej produktów? Jak sobie może poradzić na rynku producent produkujący mniej, a nie więcej rzeczy? Co by było, gdyby konsumenci przestali kupować rzeczy? Jeżeli skupimy się na czasowniku – czynności kupowania – możemy zapytać, jak inaczej niż przez kupowanie mogą wejść w posiadanie rzeczy lub jak inaczej mogą rzeczy używać nie posiadając ich? Idąc dalej tym tokiem myślenia, zapytajmy co by się stało, gdybyśmy poszukali alternatyw wobec rzeczownika użytego w tym pytaniu – a mianowicie, czym można i czy w ogóle można zastąpić same rzeczy kupowane dzisiaj tak chętnie przez wielu konsumentów. Jeśli nie rzeczy, to co mogliby ludzie kupować lub za co mogliby płacić? Za usługi pozwalające korzystać z przedmiotów i urządzeń, za rozwiązania, za doświadczenia.

7 Badania instytutu Gallupa z 2013 roku wykazują, że 24% Amerykanów przeprowadzało się w ciągu ostatnich 5 lat.

8 Badania przeprowadzone na zlecenie producenta zabawek – firmy Dream Town, cytowane przez Joshuę Beckera: <https://www.becoming-minimalist.com/clutter-stats/>.

Świat prostych materialnych produktów odchodzi do lamusa, a rynek coraz częściej wymaga zmiany modeli biznesowych tak, by uwzględniały w większym stopniu usługi niż samą produkcję materialnych przedmiotów.

Pytanie użyte w podtytule: „Co by było, gdyby...?” nie jest jedynie zabiegiem retorycznym. To inspiracja narzędziami i sposobami konceptualizacji designu spekulatywnego. Choć nie opiera się on na światach istniejących ani nie zajmuje się ściśle prognozowaniem przyszłości czy trendów, stawia pytania stymulujące wyobraźnię i spekulację. Stawianie tego typu pytań pozwala szukać nietypowych odpowiedzi i rysować możliwe scenariusze przyszłości. Zobaczmy, jak można to przetestować w praktyce.

Jak materiały zmieniają produkty? Rewolucja materiałowa i oddolne kształtowanie produktu

Co by było, gdyby rzeczy się nie psuły i nie trzeba było ich ani naprawiać, ani wyrzucać, zastępując nowymi?

Jeśli przyzwyczailiśmy się myśleć o produktach jak o czymś, co najpierw powstaje jako pewna wizja, a następnie zostaje zbudowane z odpowiedniego – pasującego do tej wizji – materiału, czas odwrócić myślenie.

Jesteśmy dzisiaj świadkami rewolucji materiałowej. Jeśli jeszcze nie wiadać jej gołym okiem, to dlatego, że jest to rewolucja oddolna. To czas eksperymentów materiałowych i szukania realnych zastosowań w świecie obiektów. Innymi słowy: coraz częściej nowe produkty powstają jako implementacja i ucieleśnienie jakiegoś nowego materiału, a nie materiał powstaje po to, żeby urzeczywistnić wizję obiektu.

Nasz świat zaczyna przypominać jedno wielkie laboratorium. Interdyscyplinarne badania prowadzone w wielu miejscach na świecie, ale przede wszystkim w centrach rozwojowych, takich jak Holandia czy amerykańskie MIT, przyspieszają rozwój nowych produktów, które z kolei zacierają różnicę między tym, co jest produktem, a co usługą.

Przykładem może być wynalazek holenderskiego naukowca. Hendrik Marius Jonkers wynalazł biobeton⁹. To beton, który dzięki żyjącym w nim bakteriom ma zdolność do samoregeneracji. Beton jest materiałem tanim i powszechnie stosowanym, jednak gdy pęknie, ubytki są trudne do uzupełnienia. Materiał, który ma właściwości identyczne jak beton i podobnie do niego wygląda, ale jest zdolny do samonaprawy, nie tylko oszczędza zasoby, czas i pieniądze, których wymagałaby naprawa. Przede wszystkim wywraca do góry nogami obecny system produkcji, budownictwa i – ewentualnych – napraw. Dzisiaj materiał jest nadal w fazie implementacji i testów, ale branża budowlana już powinna zacząć się zastanawiać, jak na nią wpłynie wprowadzenie go do powszechnego użytku.

9 Zob. <http://biobeton.info/>.

Podobnym przykładem jest samonaprawiające się szkło, które wynalazł przypadkowo student tokijskiego uniwersytetu¹⁰. Nie potrzeba wysokich temperatur – wystarczy przytrzymać pęknięty materiał w dłoni, by się naprawił. Dzisiaj naprawa szybki iPhone'a kosztuje w Polsce ponad 700 zł w autoryzowanym salonie marki Apple. Nie trzeba wielkiej wyobraźni, by wiedzieć, że tego typu wynalazek może zrewolucjonizować rynek smartfonów i urządzeń elektronicznych i wymusić na producentach zupełnie inne usługi i modele biznesowe.

Oprócz zdolności samoregeneracji, nowe materiały, a zarazem powstające z nich przedmioty, mogą też rosnąć – podobnie, jak rośliny. Coraz częstsze eksperymenty z rosnącymi materiałami (jak grzyby, kultury bakterii, algii etc.) prowadzą nas w stronę przemyslenia na nowo modeli biznesowych. Weźmy za przykład krzesło, do wyprodukowania którego trzeba zużyć materiał (generując odpady), energię i pieniądze. Następnie trzeba je przetransportować do sklepu i końcowego klienta. Inny materiał, jakim jest, wciąż eksperymentalna, grzybnia reishi, z której urosło siedzisko stołka zaprojektowanego przez Marka Głogowskiego, zmienia całkowicie charakter rzeczy. Stolek – dość typowy w wyglądzie – staje się zupełnie innym przedmiotem w społecznym obiegu rzeczy, jeśli możemy go dosłownie wyhodować samodzielnie w domu. Zmienia się charakter produktu – kupujemy przepis i surowce, a nie gotowy produkt. Zmienia się rola projektanta – staje się on twórcą pewnego systemu i użycia, a nie tylko końcowego obiektu. Zmienia się lub nawet zanika tradycyjna rola producenta. Wreszcie zmniejsza się poziom zanieczyszczeń, które generuje produkcja tradycyjnych mebli: nie ma odpadów z produkcji, materiał jest w 100% naturalny i rozkładalny.

Chociaż rosnące meble czy ubrania pozostają nadal w strefie eksperymentalnych testów, idea, jaka za nimi stoi i infrastruktura, która może umożliwić ich tworzenie, stają się coraz bardziej realne, przybliżając nas do radykalnej zmiany paradygmatu kapitalistycznego rynku.

Przewartościowanie, które odbywa się na naszych oczach, widać wyraźniej na przykładzie druku 3D, który także zaciera granice między tradycyjnym rozumieniem produktów, materiałów, technologii i usług. Bo czyż instrukcja wykonania drukarki 3D oraz wskazówki dotyczące odpowiednich filamentów do wykorzystania są bardziej usługą czy produktem? Kim może być producent w sytuacji, gdy sprzęt do stworzenia produktu, przynajmniej teoretycznie, każdy może sobie zbudować sam?

10 Autorem wynalazku jest student Yu Yanagisawa z Uniwersytetu Tokijskiego, który pod okiem prof. Takuzo Aida szukał formuły na nowy rodzaj kleju. Przypadkowo wynalazł substancję, która ma właściwości samonaprawcze. Wyniki opublikowano w „Science”: <http://science.sciencemag.org/content/early/2017/12/13/science.aam7588.full0>.

Co można sprzedawać zamiast produktów? Nowe potrzeby konsumentów i strategie producentów

Oprócz materiałów i technologii, które wywracają do góry nogami obecny system i podział na producentów, projektantów i konsumentów, kolejnym oddolnym czynnikiem, zmieniającym ów produkcyjny krajobraz, są zachowania konsumentów – osób chętnych do płacenia za... no właśnie – za co? Za posiadanie rzeczy, czy ich użytkowanie lub doświadczenia z nimi związane?

Tym, za co chcemy jako konsumenci płacić, są coraz częściej doświadczenia i samo używanie, a coraz rzadziej posiadanie. Wpływa na to świadomość środowiskowa, ale także bardzo prozaiczne czynniki, związane z modelami życia, coraz bardziej mobilnego i zmiennego. Wraz ze zmianą otoczenia i etapu życia, zmieniają się potrzeby. Nic dziwnego, że konsumentencka wygoda podpowiada, iż chodzi o to, żeby z rzeczy skorzystać, a niekoniecznie je mieć na wyłączność. Wielu producentów już to wie i sprawnie odpowiada na nowe potrzeby. Przyjrzyjmy się wybranym strategiom.

Jednym z najbardziej tradycyjnych rynków jest produkcja samochodów. Wydawać by się mogło, że to doskonały przykład tradycyjnego produktu. Jest materialny, namacalny, wyprodukowany w fabryce, zakupiony i używany. Co by jednak było, gdyby producent samochodów, który w tradycyjnym modelu utrzymuje się i zarabia z ich sprzedaży, nie sprzedawał samochodów? Co może oferować w zamian?

Przykładów dostarczają wiodące marki takie, jak Mercedes czy BMW, ale także nowi gracze na rynku motoryzacji – jak np. Google Car. Mercedes sprzedaje coraz mniej samochodów. To fakt. Jednocześnie nie traci pozycji lidera. Jak to możliwe? Otóż dynamicznie eksperymentuje z nowymi modelami biznesowymi. Coraz większy udział w zyskach ma sprzedaż nie tyle produktów, co usług. Jedną z nich, dobrze już zakorzenioną w modelu firmy, jest Car2Go – usługa wypożyczania samochodu na godzinę.

Firma zaczęła eksperymenty z tą usługą w Ulm w 2008 roku. Po fazie testowej stopniowo rozszerzała zasięg i do zeszłego roku stała się największą siecią typu car-sharing, czyli udostępniającą samochody na zasadzie społecznościowej. Co to znaczy i czym się różni od typowej wypożyczalni samochodów? Z usługi wynajęcia samochodu można skorzystać za pośrednictwem aplikacji, nie biura. Wszystko odbywa się online. Użytkownicy płacą w modelu pay-per-use, czyli za minutę jazdy, choć możliwe są też taryfy godzinne i dzienne. W całym przedsięwzięciu nie chodzi o samochód jako produkt, ale o usługę. Zdając sobie z tego sprawę, Mercedes mocno stawia na rozwój usług i badania tego, co nazywa miejską mobilnością (*urban mobility*), a nie wąsko rozumianym rynkiem samochodów. To, jak ludzie się przemieszczają po mieście i czego potrzebują, jest bowiem dużo szerszym zagadnieniem, niż produkcja samochodu, rozumianego jako zestaw pewnych części umożliwiających przemieszczanie się.

Rozumie to także Grupa BMW, której konkurencyjna do niedawna usługa to BMW Drive. Działa bardzo podobnie, jak Car2Go. Co zaskakujące, zamiast walczyć o pierwsze miejsce na rynku usług car-sharingowych, obaj liderzy (Daimler i BMW) planują połączenie sieci car-sharingowych w jedno przedsiębiorstwo w 2018 roku. Wychodzą bowiem z założenia, że największą konkurencją dla nich nie są oni dla siebie nawzajem, ale Uber i inne technologiczne firmy, dostarczające użytkownikom nie tyle produkty, ile usługi i doświadczenie.

Wydaje się, że Daimler bardzo dobrze zrozumiał, iż aby utrzymać się na rynku, trzeba inwestować w usługi. Widać to także w innych działaniach. Od niedawna w metropoliach europejskich i na całym świecie pojawiają się nowe przestrzenie pod marką Mercedes Me. To połączenie salonu sprzedaży (dealera samochodowego) ze sklepem i kawiarnią czy restauracją. Można tam przyjść na biznesowe spotkanie, popracować albo zwrócić się po poradę związaną z samochodem. Hybrydowa przestrzeń wspiera wizerunek marki, dostarczając osobom z niej korzystającym nie tyle produkty, ile doskonale doświadczenie. Podobnie działała w Warszawie przez kilka sezonów Stacja Mercedes, która stała się miejscem spotkań, przedstawień, dyskusji, kawiarnią, a przy okazji plenerowym showroomem marki. Nie jest tajemnicą, że Mercedes tworząc tego typu miejsca, inspirował się prekursorem rewolucji w sprzedaży detalicznej – firmą Apple. Apple od początku, od pierwszego salonu, który otworzyli w 2001 roku, głosił, że nie chodzi o sprzedaż, ale zarażanie marką. Dlatego ich sprzedawcy nie nazywają się sprzedawcami, ale geniuszami produktu – ich zadaniem nie jest sprzedaż (nie są nawet z niej rozliczani), ale udzielanie informacji, radzenie klientom i odkrywanie przed nimi tajników technologii w taki sposób, by wzbudzić w nich pozytywne skojarzenia i ciekawość. Apple wychodzi z słusznego założenia, że zaciekawieni, dobrze obsłużeni ludzie, sami będą kupować. Stąd akcent na geniuszy produktów, a nie sprzedawców. Co ciekawe, Mercedes nazywa pracowników obsługujących klientów konsjerżami, a nie sprzedawcami. Ich zadanie jest podobne – zachęcić, zaciekawić, ale niekoniecznie sprzedać.

Kolejny przykład z rynku motoryzacyjnego to Waymo – producent Google Car. O dziwo nie jest to marka samochodowa, ale firma technologiczna. Jak twierdzi, jej misją jest zapewnianie bezpieczeństwa w samoprowadzących się autach, a nie produkcja czy sprzedaż urządzeń. Waymo we współpracy z Google odpowiedzialna jest za samoprowadzący się samochód, tzw. Google Car. Od maja 2018 roku każdy mieszkaniec Phoenix w Arizonie będzie miał prawo skorzystać z jazdy testowej tym samochodem. Pytanie o to, czy Google Car jest produktem czy usługą, pozostaje otwarte.

Przykłady rynku motoryzacyjnego pokazują, jak komplikuje się dzisiaj podział na producentów i usługodawców i że rynek zmierza ku coraz bardziej niematerialnym rozwiązaniom, stawiając na doświadczenie klientów.

Ekspertyzowanie z nowymi modelami obsługi i sprzedaży może jednak skończyć się fiaskiem. Pewna firma produkująca dozowniki do mydła, której w strategii pomagali doradcy z McKinsey, chciała zmienić model działania na rynku. Pomysł był prosty: zamiast sprzedawać to, co wyprodukowali, chcieli utrzymywać się z uzupełniania mydła w dozownikach, które rozdawaliby za darmo. By system sprawnie działał, w dozownikach trzeba było zainstalować czujniki rejestrujące zużycie i informujące z wyprzedzeniem o potrzebie uzupełnienia. Cały system miał być zautomatyzowany i działać w oparciu o realne zużycie i zapotrzebowanie na mydło (tzw. consumption-based model). W czasie testów okazało się, że dodanie sensorów i utrzymanie technologii byłoby zbyt drogie i nieopłacalne. Pokazuje to, że coraz więcej firm producenckich dostrzega potrzebę zmiany modelu, ale nadal nie jest dla nich jasne, jak nowe modele opierające się na faktycznym zużyciu mogą wyglądać.

To jak może wyglądać model zależy oczywiście od tego, co się sprzedaje. Ostatnim przykładem, który warto w tej części omówić jest produkt będący znakiem naszych czasów – ledowe źródło światła. To nie żarówka, bo jak sama nazwa wskazuje, żarówka to żarowe źródło światła. W odróżnieniu od niej, LED to urządzenie elektroniczne. Może być zarówno czujnikiem, jak i nadajnikiem, co diametralnie zmienia system korzystania z niego, sprzedaży, produkcji i projektowania.

Od 2014 roku Miasto Kopenhaga w partnerstwie z firmą Cisco rozwija m.in. laboratorium światła ulicznego (Danish Outdoor Lighting Lab, w skrócie DOLL). Celem miasta jest zmniejszenie zanieczyszczeń poprzez zmniejszenie natężenia ruchu samochodowego. Cisco dostarcza rozwiązania technologiczne. Co mają z tym wspólnego uliczne latarnie? Dzięki właściwościom ledowych źródeł światła, które zainstalowano testowo na jednej z ulic stolicy Danii, można było je wpiąć w sieć internetową i połączyć z aplikacją monitorującą parkowanie w mieście. System działa prosto: zainstalowane w latarniach czujniki mierzą natężenie ruchu na ulicy. Są one w stanie – dzięki połączeniu z aplikacją miejskiego systemu parkowania – zidentyfikować kierowców szukających miejsca i wysłać zwrotnie przez aplikację informację o najbliższym dostępnym miejscu parkingowym. Dzięki temu kierowcy nie krążą po okolicy, tylko natychmiast trafiają do wolnego miejsca. System pozwala znacząco zmniejszyć poziom emisji spalin. Lampy uliczne świecą jasno i jedyne pytanie, które wciąż można sobie zadawać, dotyczy granic prywatności w mieście podłączonym do internetu. W tak zwanym smart city przedmioty nie są już tylko niewinnymi obiektami miejskiej architektury, ale wpięte do sieci stanowią część tego, co nazywamy zjawiskiem Internet of Everything.

Co zamiast sprzedaży? W stronę alternatywnych modeli korzystania z dóbr materialnych i usług

„Wydaje się, że biznes i sposoby przemieszczania się ludzi (*personal mobility*) zmieniają się bardziej w ciągu następnych pięciu lat, niż w ciągu ostatnich pięćdziesięciu”¹¹ – zadeklarował z przekonaniem Dann Ammann, prezes General Motors.

Powyżej opisałam, jak przebiegają niektóre zmiany na styku produkt-usługa, jak wyglądają mechanizmy zastępowania produktów usługami i jakie wyzwania czekają tradycyjnych producentów. Pokazałam wybrane przykłady tego, jak innowacyjne przedsiębiorstwa odpowiadają na nowe, często oddolne wyzwania, tworząc i poszukując nowych strategii biznesowych. Wydaje się jasne, że efektem tych działań jest często ograniczenie tradycyjnej produkcji i rozwijanie nienamacalnych rozwiązań, w których liczy się doświadczenie klienta i jakość usługi.

Skoro wiemy, co w nowych modelach może zastąpić produkty lub jakim zmianom mogą one ulec, przyjrzyjmy się na koniec, co może być alternatywą wobec dobrze znanych, klasycznych modeli sprzedaży.

Nowe rozumienie produktów, nowe właściwości materiałów, z których one powstają, nowe modele korzystania z nich i nowe usługi kierują nas w stronę alternatywnych modeli konsumpcji. Wiele z nich pociąga za sobą w efekcie ograniczenie produkcji i może przyczynić się do zmniejszenia otaczającego nas dzisiaj nadmiaru, stanowiącego temat niniejszej konferencji.

Wśród wartych odnotowania trendów i zjawisk znajdują się z pewnością strategie i modele biznesowe, oparte na płatności za korzystanie z usługi lub produktu (zasada korzystania na żądanie), a nie za własność. Należą do nich wszelkiego rodzaju opłaty za minutę, godzinę, dzień korzystania z usługi lub jednostkowe opłaty za każdorazowe użycie danego produktu. Takie modele wykorzystują opisywane powyżej platformy car-sharingowe, ale także inne branże i producenci innych dóbr materialnych.

Ciekawym i dużo szerszym zjawiskiem jest to, co bywa nazywane ekonomią cyrkularną lub współdzielenia albo kolaboratywną konsumpcją¹². Coraz częściej projektując modele korzystania z dóbr czy usług, warto zakładać użycie nie tylko jednostkowe, ale także społeczno-ściowe. Coraz więcej modeli zakłada współdzielenie dóbr materialnych przez osoby, które łączy jedynie to, że mają zainstalowaną daną aplikację.

11 <https://businessinsider.com.pl/international/your-car-will-become-a-second-office-in-5-years-or-less-general-motors-ceo-predicts/1em507m>.

12 W 2014 r. do oxfordzkiego słownika języka angielskiego wprowadzono termin „sharing economy”. W tym samym roku została opublikowana książka stanowiąca dobre wprowadzenie do tematu: *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*, autorstwa R. Botsman i R. Rogersa, HarperCollins Publishers, 2010.

Jakie wnioski płyną z tego dla projektantów? To pewne, że zmienia się ich rola, a wraz z nią zakres kompetencji i obszary działania. Duża zmiana zachodzi jednak także na poziomie wartości – to zmiana paradygmatu. Prosty, klasyczny model kapitalistyczny, w którym chodzi o to, żeby wyprodukować jak najwięcej, po czym sprzedać to z zyskiem, odchodzi do lamusa. Do gry wkraczają inne wartości. Jedną z nich stanowi zrównoważony rozwój. Zadaniem projektantów jest projektowanie nie tyle kolejnych, nawet w pełni funkcjonalnych, obiektów, ale projektowanie rzeczy lub usług, które są potrzebne; poprawiających nie tylko doświadczenie czy jakość życia pojedynczego człowieka, ale całej zbiorowości.

Jedną z najciekawszych i najnowszych odpowiedzi na dominujący nadmiar jest koncepcja i hasło ukute przez dr. Jonathana Chapmanna, nawołujące do projektowania trwałego emocjonalnie (*emotionally durable design*)¹³. Większość rzeczy jest przez nas wyrzucanych, ponieważ się psują, nie działają, tracą wartość. Empatyczna perspektywa, która pozwala uwzględnić w projekcie aspekt emocjonalny – przywiązania do przedmiotu – może przyczynić się do ograniczenia dużej rotacji rzeczy, które stają się tak bezwartościowe, że zamieniają się, dosłownie i w przenośni, w śmieci. A skoro o śmieciach mowa, to warto wspomnieć, że jednym z prognozowanych zawodów przyszłości będzie właśnie projektant śmieci. Pokazuje to, że z nadmiarem można radzić sobie na wiele sposobów – przeciwdziałając mu, minimalizując jego skutki, szukając alternatyw albo kreatywnie radząc sobie z jego efektami. Prawdopodobnie scenariusz przyszłości będzie zakładał kombinację tych strategii.

13 J. Chapman, *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, 2005.

Bibliografia

- Botsman, R., Rogers, R. *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*, HarperCollins Publishers, 2010.
- Chapman, J., *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, 2005.
- Kondo, M., *Magia sprzątanía. Japońska sztuka porządkowania i organizacji*, Wydawnictwo MUZA SA, Warszawa 2017.
- Sapała, M., *Mniej. Intymny portret zakupowy Polaków*, Grupa Wydawnicza Relacja, Warszawa 2014.
- Wallman, J., *Rzeczozmęczenie. Jak żyć pełniej posiadając mniej*, przeł. K. Dudzik, Wydawnictwo Insignis, Kraków 2017.

Źródła online

- [www.http://biobeton.info/](http://biobeton.info/)
- <https://businessinsider.com.pl/international/your-car-will-become-a-second-office-in-5-years-or-less-general-motors-ceo-predicts/1em507m>
- <http://science.sciencemag.org/content/early/2017/12/13/science.aam7588.full-owww.theminimalists.com>
- www.theminimalists.com

**Shoetopia
– przewartościowanie
układu sił w systemach
produkcji**

**Zuzanna Gronowicz
Barbara Motylińska**

Przy okazji tegorocznej Konferencji FAIR DESIGN miałyśmy okazję zaprezentować nasz dyplom licencjacki „Shoetopia” – konceptualny system wytwórstwa butów miejskich, dotyczący problemu niezrównoważonego przemysłu obuwniczego. Jednym z głównych celów, jaki sobie w nim postawiłyśmy, jest właśnie walka z nadmiarem i odpadem.

W projekcie odwołujemy się m.in. do idei konsumenta jako prosumenta oraz „przemycania” wyższych wartości, walorów dodanych, ekonomii cyrkularnej. Poniżej przybliżymy proces, założenia, rozwiązania i ich zastosowania w szerszym kontekście.

Dyplom jako manifest

Jedną ze specyficznych cech projektów studenckich jest swoboda wyboru tematyki, samodzielne wyszukiwanie problemów. Prace dyplomowe są przypieczętowaniem wkroczenia w prawdziwy świat projektowania, niejako określają nas jako aspirujących projektantów. Zależało nam więc, by oprócz swoich umiejętności zmanifestować istotne dla nas wartości, przedstawić nasze aspiracje i podsumować przemyślenia. Jednocześnie, korzystając z niepisanego prawa do niezależności od wymogów rynkowych, przysługującego pracom studenckim, postanowiłyśmy potraktować ten projekt jak symboliczny krok poza strefę bezpieczeństwa i sprawdzonych rozwiązań.

Nadmiar

Świat tonie w śmieciach. Codziennie widzimy informacje o wielorybach wypełnionych tonami torebek foliowych i plażach, na których nawet nie widać piasku spod kolorowej pierzyny plastiku. A wyrzucamy coraz więcej i szybciej – w ciągu niecałych dziesięciu lat tempo produkcji odpadów się podwoi. Prognozy takie tym silniej przemawiają do wyobraźni, że mówią o zupełnie nieodległej, namacalnej wręcz przyszłości. Inspirują też coraz częstsze, mniej lub bardziej dystopijne, przedstawienia w popkulturze. Wszystko to sprzyja upowszechnieniu świadomości, że wspólnie bierzemy odpowiedzialność za środowisko do życia, jakie przygotowujemy dla siebie i dla przyszłych pokoleń. Nie możemy, jako społeczeństwo i jako projektanci, dłużej już ignorować takich kwestii, jak ślad węglowy produktów i gospodarka odpadami. Nie możemy spychać ich poza horyzont naszych codziennych zmartwień.

Przemysł obuwniczy wydał się nam świetnym tematem do rozprawowania, ze względu na jego skalę i złożoność, oraz fakt, że buty stanowią nieodzowny element naszej codzienności. Na świecie co roku produkuje się ponad 20 miliardów par. Na jeden but składać się może nawet trzydzieści różnych materiałów, w większości trudnych lub nienadających się do kompostowania, zaś proces produkcji jednej pary pochłania nawet 25 tys. litrów wody. Dane te nie tylko przemawiają do wyobraźni, ale także pomagają wytyczyć obszary problemowe.

Problemy

Kwestia wpływu na środowisko jest zagadnieniem wielowarstwowym.

Aby zmierzyć się z nim kompleksowo, rozłożyliśmy go najpierw na części pierwsze:

- Nadmiar: Zjawisko nadprodukcji, w połączeniu z nieopłacalną naprawą, skutkuje częstym wymianianiem i wyrzucaniem obuwia.
- Odpad: Większość materiałów, z których obecnie wykonuje się buty, to nierozkładalne pochodne ropy naftowej. Wyrzucone, zalegają w środowisku do tysiąca lat.
- Etyka: Ulokowanie produkcji w biednych krajach, głównie Azji, Afryki i Ameryki Południowej, wzmacnia wyzysk pracowniczy.
- Dystrybucja: Wieloetapowy transport – z odległych miejsc produkcji, do pośredników sprzedaży, aż wreszcie do konsumenta – znacząco zwiększa ślad węglowy produktów.

Rozwiązanie/podejście

Naszym nadrzędnym celem było zaproponowanie bardziej ekologicznego modelu produkcji obuwia. Zaczęliśmy więc od analizy i reorganizowania poszczególnych etapów życia buta – od wytworzenia po utylizację. Naszą szczególną uwagę przykuł etap transportu, często pomijany w myśleniu o ekologii. Tak, w myśl idei „design globally, fabricate locally”, zrodził się pomysł dystrybucji butów w formie niematerialnej – jako pliku.

Poszukiwania technologii, która umożliwiłaby połączenie tych wszystkich kwestii, naprowadziły nas na druk 3D (FDM). Uznałyśmy, że da on nam możliwość ujednoczenia materiałowego, przy jednoczesnej kontroli właściwości struktur w poszczególnych strefach buta. Towarzyszyło nam też poczucie, że pomimo boomu na budowanie rep-rapów (uniwersalnych drukarek 3D zdolnych do samoreplikacji) i wszechobecnej ich dostępności, brakuje pomysłów na praktyczne zastosowania tej technologii jako docelowej metody produkcji.

Konsument prosumentem?

Za sprawą internetu powszechnie wolny dostęp do wiedzy, umiejętności i technologii. Powstają fablabry (*fabrication laboratories*) i makerspace'y (wspólne przestrzenie pracy w szkołach, uczelniach itd.), dające łatwy dostęp do nowoczesnych narzędzi. Dużą rolę w opanowaniu przez nas samej wiedzy o druku 3D, budowie własnej maszyny czy projektowaniu parametrycznym, odegrały internetowe społeczności entuzjastów technologii, bezinteresownie dzielących się swoją wiedzą i służących radą.

Otworzyło nam to poniekąd oczy na możliwości ruchów oddolnych i zainspirowało nas do przejścia w kierunku designu bardziej otwartego i inkluzywnego. Stąd pomysł, by stworzyć użytkownikom możliwość samodzielnej produkcji własnych butów lub chociaż współuczestniczenia w tym procesie. Wierzymy, że taka interakcja mogłaby

budować relację z produktem, a co za tym idzie, zwiększać szacunek do jego wartości.

Wartości dodane

Co jednak z tymi, dla których związek między kolorowym butem a topieniem lodowców czy wymierającymi gatunkami jest zbyt odległy, by motywować zaangażowanie? Jak w cały zamysł wpleść dodatkowe wartości, stanowiące bezpośrednią korzyść dla konsumentów, żeby skusić ich do zostania prosumentami?

Idea koprodukcji nie jest nowa. Co więcej, prawie każdy z nas uczestniczył w niej pewnie przynajmniej raz w życiu, na przykład składając własnoręcznie meble z IKEA. Taka taktyka sprzedaży wpływa m.in. na obniżenie kosztu i ceny końcowej, co jest poważnym argumentem w rywalizacji rynkowej. Chcąc jednocześnie maksymalnie wykorzystać potencjał zastosowanej technologii, zwróciłyśmy uwagę na możliwości personalizacji, wynikającej z jednostkowości produkcji. Stosując metodę masowej kustomizacji (ang. *mass customisation*, dostosowanie do indywidualnych potrzeb), jaką jest projektowanie parametryczne, postawiłyśmy sobie zadanie ulepszenia naszego buta pod kątem funkcjonalnym, skupiając się na walorach zdrowotnych.

Coraz powszechniejszą potrzebą ludzką jest też świadome budowanie własnego wizerunku poprzez dobór garderoby. Dlatego też postanowiłyśmy stworzyć kreator, umożliwiający personalizację wyglądu i właściwości buta.

Jako ostatni, ale nie najmniej ważny, uwzględniliśmy element zabawy. Poza kolorowym i interaktywnym interfejsem kreatora, zdecydowałyśmy się na skonstruowanie samego buta w taki sposób, by dało się go złożyć samemu. Nie wymaga to specjalistycznej wiedzy z zakresu szewstwa. Elementy nie są łączone na stałe, a więc można je wymieniać. Oferuje to dodatkowe wartości – zmiennych konfiguracji kolorystycznych i przedłużania życia buta.

System *Shoetopia*

W efekcie, powstały projekt ma postać modelu parametrycznego, współpracującego z aplikacją do pomiaru stopy. Dodatkową opcją jest kreator internetowy, służący do stylizacji swojego buta. Elementy łączone są „na wcisk”, bez klejenia ani szycia, dzięki czemu montaż nie wymaga specjalistycznej wiedzy ani sprzętu. Docelowo, użytkownik może wyprodukować go samodzielnie lub, za pomocą aplikacji, znaleźć lokalnego wykonawcę.

Podeszwa, wypełniona ażurową strukturą, może być dostosowana m.in. do wagi czy sposobu stawiania kroków przez użytkownika, zmniejszając ryzyko schorzenia stóp i wad całej postawy. Natomiast cholewka, stworzona metodą druku 3D na tkaninie, charakteryzuje się dobrymi właściwościami perspiracyjnymi i zdolnością do wchłaniania potu. Materiałami wypróbowywanymi w prototypach był biodegradowalny filament, bazujący na skrobi, oraz bawełna. Ostateczna

forma poszczególnych par butów jest więc fuzją cech wynikających z funkcjonalności, optymalizacji pod druk, kształtu stopy i upodobań użytkownika.

Podsumowanie

Mamy świadomość, że takie idealistyczne podejście nosi znamiona utopijności, do czego odnosimy się nawet w nazwie. W założeniu miał to być projekt otwierający wyobraźnię na możliwości innego układu sił w systemach produkcji. Zależało nam jednak na dopracowaniu go w takim stopniu, żebyśmy mogły powiedzieć „tak, to jest możliwe”. Natomiast rozgłos i pozytywny odbiór, z jakim spotkał się projekt, przeszedł nasze najśmielsze oczekiwania. Liczba osób z całego świata, piszących do nas bardzo osobiste i entuzjastyczne wiadomości, wyrażających chęć udziału czy podsuwających dalsze pomysły, pozwala myśleć optymistycznie o tego typu inicjatywach.

Projekt powstał w 2017 roku jako dyplom licencjacki na Wydziale Wzornictwa Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, w pracowni Daniela Zielińskiego.

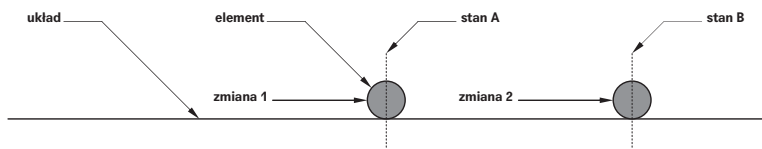
Bibliografia

- Hoornweg, D., Bhada-Tata P., *What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management*, World Bank Group Washington, DC, 2012, <http://documents.worldbank.org/curated/en/302341468126264791/pdf/68135-REVISED-What-a-Waste-2012-Final-updated.pdf>.
- Pieper, A., *Globalny przemysł obuwniczy w zarysie*, Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie, Kraków-Warszawa 2015, https://ekonsument.pl/materialy/publ_608_globalny_przemysl_obuwniczy_w_zarysie_net.pdf.
- Gottfridsson, M., Zhang, Y., *Environmental impacts of shoe consumption. Combining product flow analysis with an LCA model for Sweden. Master's thesis in Industrial Ecology*, Chalmers University Of Technology, Göteborg 2015, s. 20–23, <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/218968/218968.pdf>.
- Andersen, O., et al., *CO2 emissions from the transport of China's exported goods*, Energy Policy 2010, doi:10.1016/j.enpol.2010.05.30, http://www.transport-research.info/sites/default/files/project/documents/JEPO4283_Rev_OAN.pdf

Sprężenie dodatnie

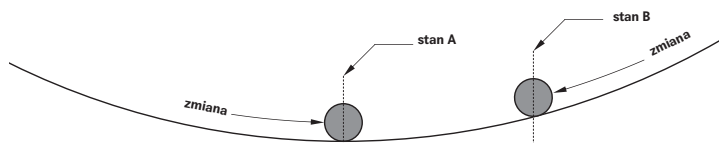
Daniel Zieliński

Na wstępie zaznaczę, że cokolwiek by napisano w dalszym ciągu tego tekstu – krótkiego i utrzymanego w konwencji uproszczenia – traktowane być powinno jako subiektywne wyrażenie nie tyle teoretyka, ile praktyka projektowania. Praktyk ma także prawo (a nawet powinno) zastanowić się czasami nad sprawami ogólniejszymi, a wyniki tego zastanowienia przedstawić choćby w ograniczonym przez czas i miejsce zakresie, w nadziei znalezienia chętnych do podjęcia dyskusji i wspólnego rozważenia sprawy. Licząc na to, przedstawiam zatem tezę, która brzmi, że nadmiar – rozumiany szeroko – jest ubocznym efektem cywilizacji bazującej na przyspieszającym rozwoju. Namysł nad statusem nadmiaru proponuję rozpocząć od analizy rudymenarnego mechanizmu prowokującego wspomniany przyspieszający rozwój, a mianowicie mechanizmu sprzężenia zwrotnego.



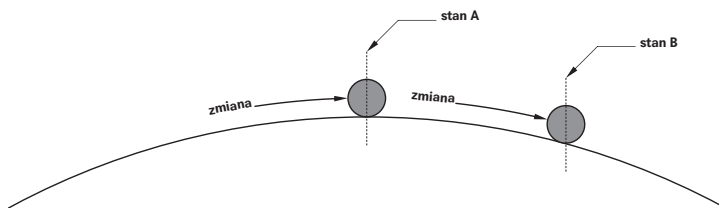
Wedle najprostszej i najkrótszej definicji, sprzężenie zwrotne to oddziaływanie stanu końcowego (wyjściowego) elementu w zmiennym układzie na jego kolejny stan referencyjny (wejściowy). W układzie niesprężonym zmiana stanu elementu nie wywołuje żadnych regularnych następstw. Układ taki można przedstawić za pomocą płaskiej, poziomej płaszczyzny, na której ustawiono kulę. Przesunięcie jej w dowolne miejsce nie wywoła żadnej reakcji układu. W układzie sprężonym natomiast ją spowoduje. Teoria sprzężenia zwrotnego wyróżnia dwa podstawowe jego typy:

- Sprzężenie ujemne, w którym zmiana stanu elementu powoduje redukcję tej zmiany i powrót do stanu równowagi. Układ sprężony ujemnie przedstawić można za pomocą kuli umieszczonej w centrum wklęsłej czaszy. Poruszona w dowolnym kierunku, dążyć będzie (w wyniku grawitacji) do powrotu w stronę punktu wyjściowego. Sprzężenie ujemne jest więc reduktywne, w rzeczywistych, fizycznych warunkach dąży do bezpiecznej równowagi trwałej.

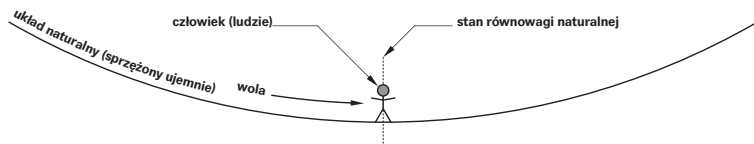


- Sprzężenie dodatnie, w którym zmiana stanu elementu wzmacnia narastanie zmiany i w konsekwencji powoduje wypadnięcie elementu poza układ. Ten typ sprzężenia przedstawić może kula na szczycie /proponycja alternatywna:/ Ten typ sprzężenia również łatwo przedstawić za pomocą kuli w centrum czaszy, tyle że nie wklęsłej, a wypukłej. Jeżeli nawet uda się ustawić kulę pośrodku, w stanie idealnej równowagi, to jakiegokolwiek zaburzenie

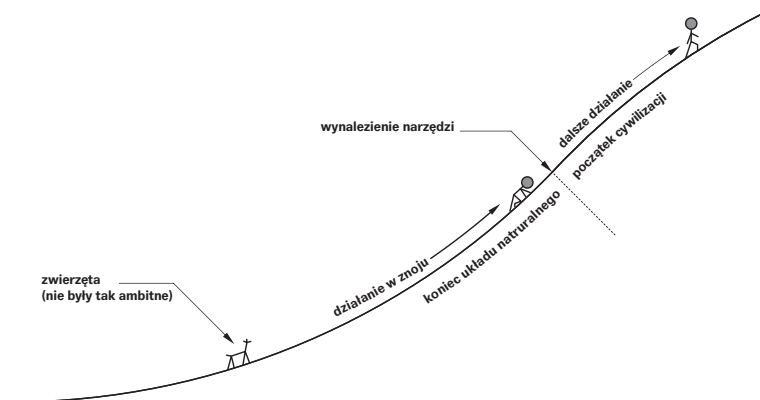
tęgo stanu wzbudzi przyspieszony ruch wypychający ją z centrum. Sprężenie dodatnie jest więc induktywne, a równowaga może mieć w takim układzie jedynie charakter chwiejny.



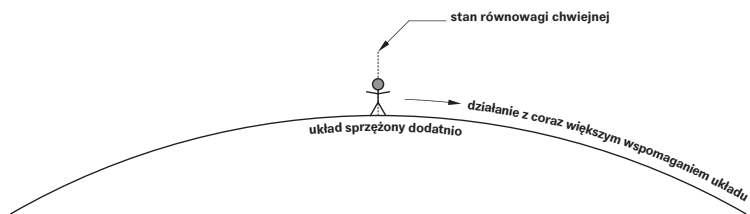
Podjmując próbę opisu cywilizacji przez pryzmat pojęcia sprężenia, wyjdźmy od określenia cech naturalnego układu pierwotnego, gdzie człowiek (podobnie jak inne elementy przyrody) żył w swoistej harmonii z otoczeniem i podejmował tylko takie działania, na które owo otoczenie mu pozwalało. Układ taki, wedle wstępnego rozpoznania, działał najpewniej na zasadzie sprężenia ujemnego. Zwizualizować by go można zatem – zachowując spójność z wyżej przywołanymi ilustracjami – w następujący sposób.



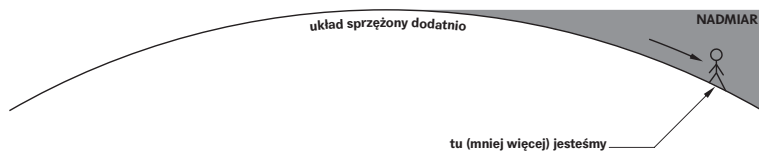
Czemu ów układ został jednak zaburzony? Otóż człowiek (z dyskusyjnych powodów, być może dla osiągnięcia większej wygody, a być może z innej, niewytłumaczalnej potrzeby) odczuł prawdopodobnie wolę wyjścia poza układ naturalny. Powziął więc działania, które (zgodnie z odczutą wolą) zaburzały jego trwanie w równowadze układu. Im silniejsza była jego wola i im bardziej stanowczo podejmował działania, tym większy przyroda stawiała mu opór ze względu na ujemnie sprężony charakter układu. Ponieważ jednak człowiek nie ustawał w wysiłkach, mimo wielu porażek, jakich dowodzi archeologia, udało mu się w pewnym (historycznie niejasnym) momencie dokonać odkrycia naprawdę przełomowego, czyli wynaleźć narzędzia.



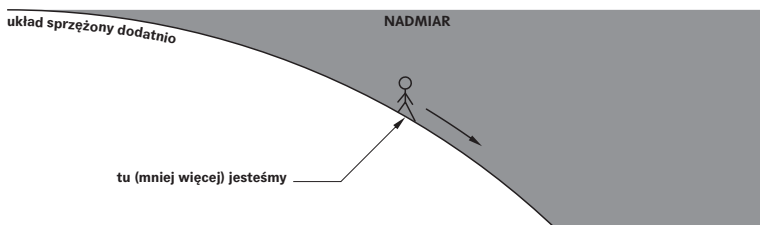
Przy ich użyciu mógł od tej pory modyfikować środowisko, w taki sposób, że powoli zaczęło zatracać cechy układu sprzężonego ujemnie. Wynalezienie narzędzi zapoczątkowało zatem powolną zmianę samoregułującego się układu naturalnego w niestabilny układ sztuczny, czyli cywilizację. Nie od razu jednak zmodyfikowany układ objawił wszystkie cechy sprzężenia dodatniego. Człowiek jeszcze długo, choć z coraz mniejszym mozołem, zmagał się z formowaniem otoczenia w najwygodniejszą dla siebie postać. Kulminację stanu chwiejnej równowagi pomiędzy swymi potrzebami a możliwościami ich spełnienia osiągnął niepostrzeżenie. Można przypuszczać, że zdarzyło się to około połowy XIX wieku. W wyniku naturalnej dla każdego procesu inercji, człowiek przekroczył ów stan, nie zauważając prawdopodobnie nawet, że od tego momentu przestał kształtować układ otaczającego świata, bowiem to ów świat coraz silniej zaczął popychać go we wcześniej określonym kierunku.



Od tego momentu cywilizacja zaczęła więc, jak się zdaje, wspomagać człowieka bardziej, niż by tego potrzebował, przy okazji generując coraz większy nadmiar, czyli produkty, których nie był już w stanie spożytkować. Popychała go zarazem coraz dynamiczniej ku nierozpoznanej (a przez to niebezpiecznej) granicy stworzonego przezeń układu.

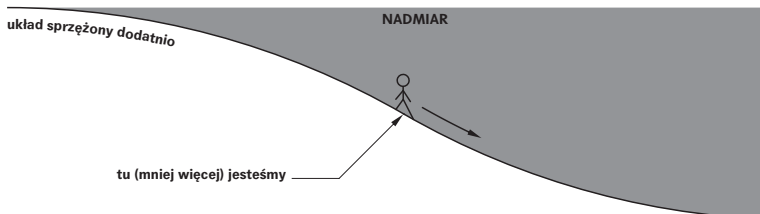


Tu dochodzimy do współczesności, a jednocześnie do sedna naszych – subiektywnych i uproszczonych, jak wspomniano – rozważań. Oto człowiek nie zмага się już z układem świata, lecz jest przezeń coraz mocniej popychany. Pogrążony w złudnym poczuciu komfortu i dostatku, z pozoru niegroźnego nadmiaru, człowiek zaczyna pędzić coraz szybciej ku granicy, którą wyznacza nie tyle fizyczny koniec układu, ile koniec wyznaczony możliwościami świadomego sterowania. Tu właśnie, zadając nieuchronnie pytanie „Co dalej?”, możemy skorzystać z wyżej stosowanej formuły wizualizacji i nakreślić dwa, a właściwie nawet trzy, możliwe scenariusze.

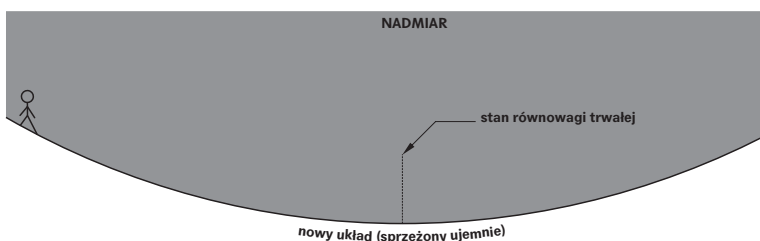


Scenariusz pierwszy to kontynuacja marszu ku nieuchronnej katastrofie.

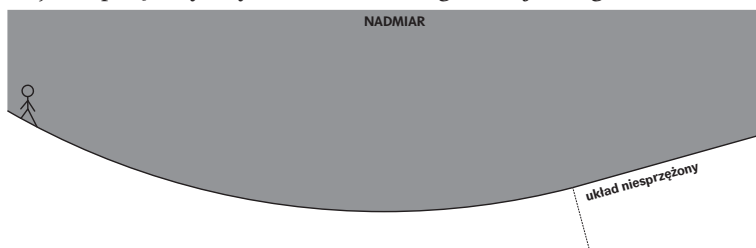
To wersja efektowna, ale też banalna i mało prawdopodobna. Wprawdzie cywilizacyjny układ ciągnie człowieka coraz silniej (szybciej, dynamiczniej), wprawdzie kierunek tego dążenia jest tylko z grubsza – i przypadkiem, częściowo – określony, jednak i możliwości kształtowania świata ma człowiek coraz większe. Coraz silniej (szybciej, dynamiczniej) może więc reagować na to, co świat – formowany przecież nadal – przedstawia mu w bliższej i w dalszej perspektywie. Scenariusz nieuchronnej katastrofy raczej zatem należy odrzucić. Człowiek ma przecież także instynkt naturalny. Widzi, co się święci, i zbyt cwany jest, by popaść tak bezmyślnie (choć efektownie) w otchłań granicy stworzonego przez siebie układu (czy też granicy możliwości jego sterowania). Jeśli więc nie katastrofa, to co?



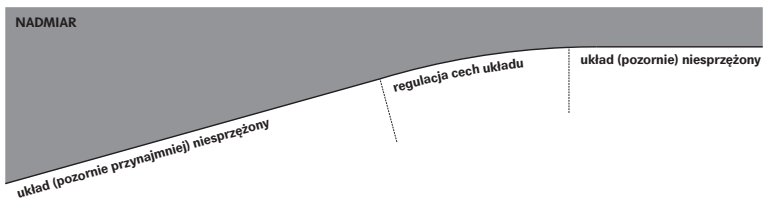
Scenariusz drugi to modyfikacja układu. Skoro człowiek posiada i ciągle rozwija umiejętności formowania świata, zamiast tonąć w nadmiarze, popaść w otchłań poza granicą dodatnio sprzężonego układu, może przecież sprawnie ów świat przekształcić. Wyhamować, co zbyt szybkie, zużyć, czego zbyt wiele, zoptymalizować, skalibrować, ułożyć w taki sposób, żeby nowo formowany świat stał się na powrót układem sprzężonym ujemnie. Jest to perspektywa na pierwszy rzut oka nęcąca. Majaczyłby w niej najpewniej nowy układ, wygodny i, co najważniejsze, samoregulujący się. Byłby to układ sprzężony ujemnie, czyli scenariusz drugi, wersja pierwsza.



Na pozór, układ ten wygląda idealnie. Dotarłszy w okolice stanu równowagi trwałej, człowiek pławiłby się w nadmiarze wypracowanych wcześniej wartości, nie potrzebując jednocześnie dalej pracować – ani ciężko, ani lekko. W układzie tym świat uformowanej przez niego cywilizacji działałby zapewne autonomicznie, optymalizując to, co jeszcze rozchwiane, reprodukując to, co przypadkiem zniszczone, tworząc to, czego przypadkiem jeszcze nie stworzono. Słowem – raj. Ale czy aby nie nudny? Chyba tak. Taki układ nie byłby w tym względzie odpowiedni dla człowieka. Długo zapewne by w nim nie wytrzymał. Prędzej czy później w dążeniu do odkrycia lub stworzenia czegoś nowego (podobnie jak w przypadku pierwotnego, naturalnego, ujemnie sprzężonego układu) opuściłby ów raj – co nawet w znanym świętym piśmie przypuszczono – i tym samym stworzył... nowy układ (pozornie) niesprężony, czyli scenariusz drugi, wersja druga.



Taki układ to jak na razie niesprawdzona hipoteza. Zakłada on oparte na nieznanym dokładnie mechanizmie balansowanie pomiędzy sprzężeniem dodatnim a ujemnym. Umożliwia podążanie w dowolnie wyznaczonym – stałym lub zmiennym – kierunku oraz w dowolnie wskazanym – także stałym lub zmiennym – tempie. Choć układ taki nie był przez człowieka dotychczas stosowany, to wobec historycznie udowodnionej zdolności przekształcania charakteru jego sprzężenia wydaje się możliwy. Wyjaśniając bardziej obrazowo, skoro człowiek potrafił przekształcić charakter swego otoczenia ze sprzężonego ujemne w sprzężone dodatnio, to w naturalny sposób w trakcie tego przekształcenia przejść musiał przez trwające choćby chwilę neutrum, czyli stan niesprężony. Skoro mając coraz doskonalsze narzędzia, potrafi on coraz sprawniej i szybciej przekształcać ów układ, to (w teorii przynajmniej) powinien być zdolny również do utrzymania choćby labilnego stanu jego równowagi. Powinien być również zdolny do doraźnego zarządzania charakterem układu, tak by możliwie swobodnie sterować zarówno tempem, jak i kierunkiem rozwoju swej cywilizacji. Choć – jak wspomniano – szczegółowe mechanizmy zarządzania cechami pozornie przynajmniej niesprężonego układu nie są do końca (ani nawet od początku) znane, to graf procesu samego zarządzania – by użyć wcześniejszej konwencji – mogłby wyglądać tak:



Przyznam, że nie wiem, czy graf ów jest trafny. Nie wiem także, czy trafna jest wyżej użyty sposób opisu i ilustracji sprawy. Rozstrzygnąć i rozwinąć to może, na własny użytek i własną odpowiedzialność, każdy, kto dojrzał do końca niniejszego tekstu. Szczerze mówiąc, liczę na to, bo sprawa wydaje mi się dość ważna.

Nadmiar leków a zdrowie

Tadeusz Płusa

Nadużywanie leków, szczególnie w populacjach starszych chorych, staje się ważnym problemem medycznym i społecznym. Obserwuje się nadużywanie preparatów dostępnych bez recepty, tzw. OTC (*over the counter*), przez młodzież w celu „poprawiania nastroju”, a przez pokolenie starsze – w celu „poprawy jakości życia”¹. Jest to problem dostrzegany nie tylko w Polsce. Liczne analizy i opracowania wskazują, że nadużywanie leków i tzw. suplementów diety jest odnotowywane w większości krajów świata².

Przyjmowanie wielu leków równocześnie

Sytuację, która wskazuje na przyjmowanie przez chorego kilku leków równocześnie, nazywamy polipragmazją, politerapią lub polifarmakoterapią. Na skutek występowania interakcji między lekami oraz lekami a pożywieniem można oczekiwać niepożądanych reakcji, niekiedy bardzo niebezpiecznych dla zdrowia i życia. W związku z tym nasuwa się zasadnicze pytanie, czy stosowanie wszystkich leków jest konieczne, a jeżeli tak, to w jakiej kolejności i w jakiej dawce i formie³. Skoro traktujemy organizm człowieka jako całość, także leki powinny być zlecane po całościowej analizie. Przyczyny nieracjonalnego stosowania leków są złożone, ale w głównej mierze zależą od wiedzy farmakologicznej lekarzy i od przepływu informacji między poszczególnymi specjalistami.

Plagą, zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i w Europie, jest nadużywanie leków bez recepty – OTC. Dotyczy to zwłaszcza ibuprofenu, aspiryny i naproksenu. Według „Pharmacoepidemiology & Drug Safety” w badaniu przeprowadzonym u 1835 osób wykazano, że aż 15% z nich zażywało te preparaty w zbyt dużych dawkach. Obserwowane skutki tego leczenia w postaci krwawienia z przewodu pokarmowego oraz niedokrwienia mięśnia serca mogły pozostawać w bezpośrednim związku z polipragmazją i interakcjami z innymi lekami⁴. Do niedawna wymienione preparaty były wydawane jedynie na receptę. Czy nie należy do tego powrócić?

Wiadomo, że podanie ponad sześciu leków uniemożliwia określenie ich interakcji między sobą, zwłaszcza jeżeli są to preparaty o szerokim spektrum działania⁵. Oferowanie darmowych leków w ramach

- 1 M. S. Wolf, J. King, K. Jacobson, et al., *Risk of unintentional overdose with non-prescription acetaminophen products*, „J General Intern Med”, 2012, 27, 1587–1593.
- 2 S. S. Martins, L. Sampson, M. Cerda., et al., *Worldwide prevalence and trends in unintentional drug overdose: a systemic review of the literature*, „Am J Pub Health”, 2015, 105(11), s. e29–e49.
- 3 G. Laszlo, L. Kullmann, *Observations on real drug need of hospitals*, „Orv Hetil”, 1994, 135(38), s. 2095–2098.
- 4 M. P. Pai, K. M. Momary, K. A. Rodvold, *Antibiotic drug interactions*, „Med Clin North Am”, 2006, 90(6), s. 1223–1255.
- 5 M. S. Bolhuis, P. N. Panday, A. D. Pranger, et al., *Pharmacokinetic drug interactions of antimicrobial drugs: a systematic review on oxazolidinones, rifamycines, macrolides, fluoroquinolones, and beta-lactams*, „Pharmaceutics”, 2011, 3(4), s. 865–913.

programu „75+” nie sprzyja ograniczeniu polipragmazji. W dziesięciu krajach Unii Europejskiej, w tym w Polsce, rozpoczęto przeciwdziałanie nieracjonalnej polipragmazji u ludzi starszych w ramach Projektu SIMPATHY (ang. *Stimulating Innovation Management of Polypharmacy and Adherence in the Elderly*)⁶. Równocześnie proponuje się, aby farmaceuta był swoistym koordynatorem prowadzonej terapii lekowej⁷. Podobne rozwiązania wprowadzono już w Niemczech, Francji i we Włoszech.

Farmakoterapia u starszych chorych

Wykazano, że z jednej strony lekarze wykazują skłonność do nadmiernego przepisywania leków, a z drugiej – sami chorzy zbyt chętnie podejmują samoleczenie. Powszechnie znany jest fakt, że starsi chorzy zażywają znaczną liczbę leków, które są zlecane zarówno przez lekarzy rodzinnych, jak i specjalistów. Często przy aplikowaniu kolejnych preparatów nie uwzględnia się działania aktualnie już stosowanych, co z pewnością może wpływać na interakcje między lekami, zmieniając efekt końcowy terapii⁸.

Antybiotyki. Wskazaniem do ich stosowania są głównie zakażenia układu oddechowego i układu moczowego oraz działania profilaktyczne w procedurach okołoperacyjnych. Znane jest spektrum działania każdej z grup i ich charakterystyka farmakologiczna, a w tym dawka leku, czas jego działania i wynikająca z tego częstość podawania⁹. Skuteczność antybiotykoterapii pozostaje w bezpośrednim związku z respektowaniem zaleceń stosowania leku. W życiu codziennym dzieje się jednak inaczej. Gdy pacjent jest istotnie chory, tzn. ma duszności, kaszel, stany gorączkowe i szereg innych objawów, które uniemożliwiają wykonywanie codziennych czynności, wówczas leki przyjmuje regularnie, najchętniej nawet w nadmiarze: zamiast dwa razy na dobę chory przyjmuje cztery razy na dobę, aby szybko powrócić do zdrowia. Natomiast gdy stan zdrowia ulegnie poprawie, chory redukuje dawkę leku lub wręcz go odstawia, „bo lek ma działania uboczne”. W ten sposób generuje się oporność na antybiotyki oraz możliwość nawrotu choroby.

- 6 D. Stewart, A. Mair, M. Wilson et al., *Guidance to manage inappropriate polypharmacy in older people: systematic review and future developments*, „Expert Opin Drug Saf”, 2017, 16(2), s. 203–213.
- 7 Y. Yakimova, *Pharmacists’s knowledge of the safety antibiotics for systemic use*, „Int J Risk Saf Med”. 2015, 27 Suppl, s. 11–2, doi: 10.3233/JRS-150670.
- 8 Por. J. König, F. Müller, M. F. Fromm, *Transporters and drug-drug interactions: important determinants of drug disposition and effects*, „Pharmacol Rev”, 17.03.2013, 65(3), s. 944–66, doi: 10.1124/pr.113.007518., oraz A. Shoshi, T. Hoppe, R. Hofestat, GraphSAW, *A web-based system for graphical analysis of drug interactions and side effects using pharmaceutical and molecular data*, „BMC Med. Inform Decis Mak”, 2015, 15/15, s. 1–16.
- 9 W. Hryniewicz, P. Albrecht, A. Radzikowski, „Rekomendacje postępowania w pozaszpitalnych zakażeniach układu oddechowego”, *Narodowy Program Ochrony Antybiotyków*, 2016.

Leki przeciwkrzepliwe. Stosowanie tej grupy leków obwarowane jest szczególnym rygiorem terapeutycznym, który narzuca czas podania (na czczo), bez innych leków przyjmowanych równolegle w ciągu co najmniej 1 godziny, bez popijania herbatą, kawą czy mlekiem. Wynika to z faktu, że leki przeciwkrzepliwe bardzo łatwo wchodzi w interakcje zarówno z innymi lekami, jak i pokarmami. Aby skuteczność prowadzonego leczenia była właściwa, konieczne są okresowe kontrole wskaźników krzepnięcia¹⁰. Niestety w praktyce leczenie przeciwkrzepliwe wygląda często zupełnie inaczej. Chorzy starsi przyjmują leki bez nadzoru, kiedy im się przypomni oraz w dawkach znacznie przekraczających ustalone przez lekarza (zamiast ¾ tabletki – trzy razy po cztery tabletki). Wówczas pojawiają się alarmujące objawy: krwawienia z nosa, dróg rodnych i moczowych, a określany wskaźnik przekracza dopuszczalne granice. Powstaje zagrożenie życia, bowiem krwawienie do jam ciała jest niewidoczne, a stan chorego pogarsza się.

Leczenie cukrzycy. Chorzy na cukrzycę wymagają najczęściej przyjmowania leków doustnych (cukrzyca typu II), ale przy braku skuteczności leczenia preparatami doustnymi i dużym zapotrzebowaniu organizmu na insulinę konieczne jest, by ją podawać. Zasadą leczenia chorego na cukrzycę jest utrzymanie stężenia glukozy we krwi w bezpiecznych granicach. Najniebezpieczniejsze jest dopuszczenie do zmniejszenia stężenia glukozy poniżej 60 mg, bowiem taki stan prowadzi do uszkodzenia komórek mózgowych i dalszych następstw ośrodkowych. Z drugiej strony niewłaściwe leczenie może prowadzić do znacznego zwiększenia stężenia glukozy we krwi, co w skrajnych przypadkach prowadzi do śpiączki, która jest bezpośrednim zagrożeniem życia¹¹.

W praktyce lekarskiej często spotyka się chorych, u których stężenia glukozy we krwi ulegają znacznym wahaniom w ciągu doby. Rzecz jasna według chorego jest to wina lekarza, ponieważ zalecił takie a nie inne leczenie. Chory jednak zapomina, że w leczeniu cukrzycy konieczne jest zachowanie ścisłej diety, całkowicie pozbawionej międy innymi napojów „wyskokowych” i słodczy. Są to istotne ograniczenia, ale bez ich wdrożenia o skutecznym leczeniu cukrzycy można zapomnieć.

Leki nasenne i uspokajające. Na początku XX wieku wprowadzono barbiturany jako leki uspokajające i nasenne, ale także powodujące uzależnienie. Mała rozpiętość między dawką terapeutyczną a toksyczną powodowała przy przedawkowaniu nawet zgon. Wprowadzone później tak zwane benzodiazepiny były o wiele bezpieczniejsze. W Stanach Zjednoczonych przepisuje się ich po kilkadziesiąt mln rocznie

10 P. Pruszczyk, M. Gurzyński, M. Kostrubec, *Żylna choroba zakrzepowo-zatorowa*, „Medical Tribune”, Warszawa 2012.

11 R. Ziegler, A. Neu, *Diabetes in childhood and adolescents*, „Dtsch Arztebl Int”, 2018, 115(9), s. 146–156.

u 7,4–17,6% populacji. W Europie Polska przoduje w nadużywaniu benzodiazepin, co dotyczy zwłaszcza młodzieży¹². Należy podkreślić, że przyjmowanie leków uspokajających i nasennych może powodować poważne zaburzenia, w tym niezdolność ruchową i narażenie na upadki, spowolnienie, zamazaną mowę, a także upośledzenie czynności poznawczych, podobnie jak w postępującym otępieniu, ze zmiennością nastroju (drażliwością i płaczliwością). Z czasem mogą ulegać zmianie cechy osobowości i zaburzenia realnej oceny sytuacji wraz z zubożeniem na sprawy uprzednio ważne¹³. Szacunkowo ocenia się, że ok. 10–20% uzależnionych od alkoholu przyjmuje pochodne benzodiazepiny w celu łagodzenia poalkoholowych objawów abstynencyjnych pod postacią lęków, bezsenności i drżenia rąk. U części uzależnionych pojawiają się działania euforyzujące¹⁴.

Preparaty bez recepty (OTC)

Coraz szerzej wprowadzane do użytku preparaty OTC nabywane są w aptekach, sklepach, na stacjach benzynowych i w innych miejscach handlu. Zakres działania tych preparatów jest bardzo szeroki – od bólów głowy, poprzez przeziębienie, reakcje alergiczne, do bólów serca. Ich przyjmowanie bez konsultacji z lekarzem czy farmaceutą wiąże się z możliwością popełnienia szeregu błędów. Po pierwsze, błędne może być własne rozpoznanie przyczyny dolegliwości. Stąd zażycie poznanego z reklam telewizyjnych preparatu OTC może się okazać tragiczne w skutkach. Dotyczy to na przykład choroby niedokrwiennej serca, w której przypadku niepodjęcie profesjonalnego działania zagraża życiu chorego. Po drugie, istotne jest dawkowanie preparatu, czas jego działania oraz znajomość jego składu. Bez tego rozeznania mogą się pojawić nieoczekiwane działania uboczne. Przykładowo, po preparatach na przeziębienie, zawierających efedrynę, może dojść do nadmiernego pobudzenia, drżenia rąk i przyspieszenia czynności serca, o ile przekroczyło się zalecaną dawkę. Po trzecie, brak wiedzy o interakcjach między lekami i preparatami OTC może prowadzić do ciężkich powikłań. Jednym z nich jest możliwość krwawień u osób przyjmujących jednocześnie ibuprofen i długotrwałe leczenie przeciwzakrzepowe.

Najgorsze jest to, że większość chorych zażywających preparaty OTC nie konsultuje tego z lekarzem. Zamiast tego, korzystają oni z konsultacji wzajemnych na zasadzie „jedna pani drugiej pani”. Dodatkowym

- 12 B. Potocka-Banaś, S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska i wsp., *Nadużywanie popularnych leków dostępnych bez recepty nowym trendem wśród młodzieży*, „Ann Acad Med. Stein”, 2013, 59(1), s. 114–119.
- 13 M. Motyka, J. T., Marcinkowski, *Nowe metody odurzania się*. cz. I. *Leki dostępne bez recepty wykorzystywane w celach narkotycznych*, „Probl Hig Epidemiol”, 2014, 95(3), s. 504–511.
- 14 B. Potocka-Banaś, S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska i wsp., *Nadużywanie popularnych leków....*

elementem nakręcającym spiralę błędnych decyzji są bardzo przekonujące reklamy telewizyjne i radiowe. Bywa, że wręcz zalecają one dany preparat, „aby nie bolało w krzyżu”, „aby katar trwał o dwa dni krócej”, „aby nie było skureczów mięśni” (aua!) itd. Brak możliwości weryfikacji podawanych danych prowadzi do trudnych do wyobrażenia skutków negatywnych.

Do najczęściej nadużywanych preparatów OTC zalicza się te, które działają na kaszel i przeziębienie. W dalszej kolejności wymienia się preparaty nasenne i przeciwbólowe (tab.1)¹⁵.

Tabela 1. Lista najczęściej nadużywanych preparatów OTC

Grupa preparatów	Przykłady preparatów OTC
Przeciwkaszlowe	Acodin, Thiocodin, Supremin, Flegamina
Na przeziębienie	Aspiryna, Actifed, Efferalgan, Nurofen, Gripex, Theraflu
Przeciwbólowe	Apap, Acenol, Dexac, Ibum, Nurofen, Panadol, Paracetamol
Na ból głowy	Etopiryna, Tabletki z krzyżkiem
Nasenne	Kalms, Persen, Valused, Valedrin
Na zaparcia	Alax, Boldaloin, Ulgix Laxi

Ponad 6% Polaków przyjmuje leki przeciwbólowe profilaktycznie przed wystąpieniem bólu, a 40% kiedy tylko pojawi się ból. Wiadomo, że odczuwalny ból może być spowodowany niedotlenieniem lub przyjęciem zbyt małej ilości płynów w ciągu dnia. Należy uświadomić sobie, że ból jest jedynie objawem, czyli sygnałem, który wskazuje na toczącą się zmianę w tkance lub narządzie. Czy można sobie pozwolić na zignorowanie ważnego sygnału, np. o rozwijającym się nowotworze?

Ból głowy jako główny objaw podawany jest przez 0,7–1,7% populacji. Może on być uwarunkowany szeregiem zmian czynnościowych i strukturalnych (narządowych)¹⁶. Z tego powodu nadużywanie leków przeciwbólowych, poza ich działaniami niepożądanymi, może być niebezpieczne¹⁷. W Szwecji wykazano w badaniu przeprowadzonym u 44 300 kobiet, że 3,2% skarży się na przewlekły ból głowy, z czego 56% nadużywa leków przeciwbólowych, co wiązało się z niskim poziomem wykształcenia i niskimi dochodami¹⁸.

15 Por. R. J. Cooper, *«I can't be an addict». Over-the-counter medicine abuse: a qualitative study*, „BMJ Open”, 2013, 3(6), s. e002913, oraz S. S. Sangsiri, A. H. Bhansali, S. S. Bapat et al., *Abuse of over-the-counter medicines: a pharmacist's perspective*, „Integr Pharm Res Pract”, 2017, 6, s. 1–6.

16 S. Evers, M. Marziniak, *Clinical features, pathophysiology, and treatment of medication-overuse headache*. „Lancet Neurol”, 2010, 9(4), s. 391–401. doi: 10.1016/S1474-4422(10)70008-9.

17 Z. Katsarava, M. Obermann, *Medication-overuse headache*, „Curr Opin Neurol”, 2013, 26(3), s. 276–81. doi: 10.1097/WCO.0b013e328360d596.

18 P. Jonsson, T. Hedenrud, M. Linde, *Epidemiology of medication overuse headache in the general Swedish population*, „Cephalalgia”, 2011, 31(9), s. 1015–22.

Jednym z najczęściej przyjmowanych preparatów OTC o działaniu przeciwbólowym i przeciwgorączkowym jest paracetamol. Dostępne statystyki wskazują, że należy on do najczęściej przedawkowywanych preparatów u dzieci, co powoduje ciężkie uszkodzenie wątroby¹⁹. U dorosłych paracetamol zastąpił „tabletki od bólu głowy z krzyżkiem”, które zostały wycofane ze sprzedaży, ponieważ zawierały toksyczny związek – fenacetynę. Przy ich przedawkowaniu dochodziło do ciężkiego zatrucia, uszkodzenia nerek, szpiku kostnego, słuchu i równowagi, natomiast przy dłuższym stosowaniu pojawiała się lekozależność i działanie karcinogenne²⁰.

Suplementy diety

W Polsce dostępnych jest ponad 10 tysięcy różnych rodzajów suplementów diety, które często zawierają te same składniki, co leki, tylko w odmiennych proporcjach. Większość chorych nie odróżnia leku od suplementu diety; granica między nimi faktycznie jest umowna i niejasna. Przykładem może być witamina C, która jest lekiem, natomiast w dawce pięciokrotnie większej stanowi już suplement. Podobnie jest z potasem, który w opakowaniach po 100 tabletek jest powszechnie dostępnym suplementem diety, podczas gdy opakowaniu po 50 tabletek można go dostać jedynie na receptę.

Na podjęcie decyzji o zakupie suplementów diety mają ogromny wpływ reklamy telewizyjne i radiowe. Stoją za tym po prostu duże pieniądze. Jeżeli firma wydaje dwa miliardy złotych, to jest równie dużo powodów, aby reklamowany produkt nabyć. Decydować o tym powinien poziom świadomości odbiorców, który jest niestety bardzo niski – są oni podatni na wpływy reklamodawców.

W Polsce istnieje około 15 tys. aptek i 360 tys. sklepów, które mają prawo do sprzedaży preparatów OTC. Sprzedawcy doradzają klientom, jaki preparat nabyć. 450 tys. ludzi pracuje w sklepach i oni są doradcami w kwestii zdrowia. Natomiast zgodnie z prawem profesor farmacji, jeżeli pracuje poza swoim zawodem przez pięć lat, nie może w aptece sprzedać nawet preparatu wapnia, zaś technik farmaceutyczny bez dwuletniego stażu nie ma prawa wydać choremu witaminy C. Tymczasem na kasie w supermarkecie można sprzedawać wszystko. Prawda jest taka, że suplement jest często ukrytym lekiem, który bez zbędnych dla producenta procedur można szybko wypuścić na rynek. Koszt wprowadzenia substancji leczniczej wymaga wykonania szeregu kosztownych badań rejestracyjnych, stosownie do powszechnie uznanych zasad i przepisów. Natomiast suplement tego nie wymaga

19 N. Hinz-Brylew, P. Rajewski, *Ostre zatrucie paracetamolem – opis trzech przypadków*. „Forum Med Rodz”, 2011, 5, s. 429–433, oraz K. Kominek, A. Pawłowska-Kamieniak, A. Mroczkowska-Juchniewicz et al., *Intentional and accidental paracetamol poisoning in childhood – a retrospective analysis*. „Post Hig Med Dosw”, 2015, 69, s. 452–456.

20 V. Ladroue, L. Dujourdy, F. Besacier et al., *IRMS to study a common cocaine cutting agent: phenacetin*. „Drug Test Anal”, 2017, 9(3), s. 479–484.

i może tanim kosztem dać oczekiwany wynik finansowy. Potrzebna jest jedynie przekonująca reklama. W aptece tylko 12% chorych pyta farmaceutę o wybór leków przeciwbólowych. Jeżeli nawet uzyskają potrzebną informację, mogą ją zignorować pod wpływem reklam. W październiku 2015 roku w Stanach Zjednoczonych na oddziały ratunkowe trafiło 23 tys. chorych z powodu wystąpienia poważnych działań niepożądanych po zażyciu suplementów diety.

Suplement jest wskazany przy ewidentnym, udokumentowanym niedoborze, np. witaminy D₃ w okresie jesienno-zimowym. Rzadko jest to uwzględniane, toteż w przypadku pojawienia się objawów spowodowanych organicznymi zaburzeniami, np. drżenia nóg, chorzy sięgają po preparaty magnezu, o których działaniu dowiedzieli się z reklam. Tymczasem dany objaw może być spowodowany zmianami w układzie nerwowym. Podanie suplementu w takim przypadku może zaciemniać obraz choroby i opóźniać jej rozpoznanie.

Preparaty OTC zażywane przez młodzież

Szeroki i legalny dostęp do preparatów OTC wykazujących działanie odurzające powoduje zmianę wzorców zachowania i rozrywki w grupach nastolatków. Wybierane są do tego głównie preparaty o krótkotrwałym działaniu²¹. Wśród czynnych substancji pochodzenia syntetycznego i naturalnego należy wymienić preparaty zawierające pochodne efedryny, które wywołują stany psychotyczne, a przy dłuższym ich zażywaniu – uzależnienie. Z kolei kodeina, pochodna morfiny, dostępna jest w preparatach przeciwkaszlowych, takich jak Thiocodin. Przy przedawkowaniu może ona wywoływać halucynacje wzrokowe i słuchowe. Natomiast leki przeciwhistaminowe, np. Aviomarin, mogą powodować przy przedawkowaniu uczucie senności i osłabienia²².

Preparaty OTC, często złożone z kilku czynnych związków farmakologicznych, mogą wywoływać poważne powikłania, szczególnie przy przekraczaniu zalecanych dawek. Istotnym problemem w 2005 roku było w Stanach Zjednoczonych nadużywanie preparatów OTC, w składzie których była pochodna epinefryny. Związek ten przyjmowany w dużych dawkach prowadził do znacznego przyspieszenia czynności serca, zwiększenie ciśnienia tętniczego krwi oraz pobudzenia i drżenia mięśni obwodowych, wraz z nudnościami i wymiotami²³.

Koszt leczenia preparatami OTC

Z danych PharmaExpert wynika, że w 2014 roku Polacy na zakupy preparatów OTC wydali ponad 11,5 mld zł. Z kolei w roku 2016 wydali na leki bez recepty 12 mld zł, z czego 3,5 mld zł na suplementy diety, 670

21 M. Motyka, J. T. Marcinkowski, *Nowe metody odurzania się.*

22 B. Potocka-Banaś, S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska i wsp., *Nadużywanie popularnych leków...*

23 D. Reingardiene, *The consequence of epinephrine overdose*, „Medicina (Kaunas)”, 2006, s. 42 (7), s. 606–609.

mln zł na leki przeciwbólowe i 350 mln zł na leki antydepresyjne. Szacunkowo ocenia się, że w 2020 r. na suplementy zostanie wydanych 5 mld złotych²⁴. Tak częste kupowanie preparatów OTC budzi wiele wątpliwości. Dotyczą one zasadności ich brania i niebezpieczeństwa działań niepożądanych, wymagających później kosztownej specjalistycznej pomocy, a często i leczenia szpitalnego.

Najnowsze dane firmy Kantar Media wskazują, że firmy farmaceutyczne na reklamę leków OTC w 2015 roku wydały w Polsce 4,3 mld zł. Najwięcej środków z tego tytułu wpłynęło do telewizji (2,82 mld zł) i stacji radiowych (1,12 mld zł). Do prasy z reklam leków trafiło 0,36 mld zł. Z danych Nielsen Audience Measurement wynika, że najczęściej reklamowane są Nurofen, Theraflu, Otrivin, Pyralgina, Ibuprom, Polocard, Voltaren, Metafen, Gripex oraz Desmoxan.

Zbiorowa histeria i zachwyty

W Polsce obserwuje się ostatnio zjawisko, które można nazwać „zbirową histerią”, ukierunkowaną na walkę ze smogiem. Wyrazem tego zapotrzebowania są nowe preparaty i filtry, które mają uchronić obywateli przed wpływem szkodliwych czynników zawartych w środowisku. Ujawniona ostatnio prawda o skażeniu powietrza była znana od wielu lat. Uczestnicząc w pierwszych w Polsce monitoringach skażeń na głównych skrzyżowaniach ulic w Warszawie w latach 90. minionego wieku, wykazywałem dużą zmienność zanieczyszczeń w zależności od natężenia ruchu pojazdów. Dane te były opublikowane i przekazane do odpowiednich urzędów, ale nie wzbudziły większego zainteresowania, a także nie wywołały ani hysterii, ani obsesji na tle zagrożenia zdrowia.

Nasuwają się tu porównania do wprowadzenia żywności genetycznie modyfikowanej (GMO – *genetically modified organisms*). Miała ona rozwiązać problem głodu na świecie. Tak się nie stało, ponieważ nowa technologia zaburzyła równowagę przyrody w istniejących ekosystemach i spowodowała wyjałowienie gleb. Gdy do tego dodamy zagrożenia, takie jak otyłość (modyfikowana soja zawiera siedmiokrotnie więcej estrogenów niż niemodyfikowana), reakcje alergiczne (np. na orzeszki ziemne) oraz działania toksyczne i awitaminozy²⁵, stanie się oczywiste, że zbiorowy zachwyty GMO powinien ustąpić przed zdrowym rozsądkiem.

Podsumowanie

Przedstawione fragmentaryczne dane sygnalizują, że konieczny jest ściślejszy nadzór nad braniem leków i preparatów. Należy kontrolować ich działanie oraz wpływ na jakość życia. Nadużywanie powszechnie dostępnych leków i preparatów OTC może prowadzić do poważnych

24 Było to obwieszczone na III Kongresie Wyzwań Zdrowotnych, Katowice, 9.03.2017.

25 T. Płusa, *Współczesne zagrożenie patogenami biologicznymi*.

konsekwencji, z zagrożeniem zdrowia i życia łącznie. Z tego powodu należy zwiększyć nacisk na edukację w tym zakresie oraz uregulowanie kampanii reklamowych w mediach.

Bibliografia

- Anderson, J. G., *Demographic factors affecting health services utilization: a causal model*, „Med Care”, 1973, 11(2), s. 104–120.
- Bolhuis, M. S., Panday, P.N., Pranger, A. D., et al., *Pharmacokinetic drug interactions of antimicrobial drugs: a systematic review on oxazolidinones, rifamycines, macrolides, fluoroquinolones, and beta-lactams*, „Pharmaceutics”, 2011, 3(4), s. 865–913.
- Cooper, R. J., «I can't be an addict». *Over-the-counter medicine abuse: a qualitative study*, „BMJ Open”, 2013, 3(6), s. e002913.
- Evers, S., Marziniak, M., *Clinical features, pathophysiology, and treatment of medication-overuse headache*. „Lancet Neurol”, 2010, 9(4), s. 391–401, doi: 10.1016/S1474-4422(10)70008-9.
- Golzarand, M., Hollis, B. W., Mirmiran, P., et al., *Vitamin D supplementation and body fat mass: a systematic review and meta-analysis*, „Eur J Clin Nutr”, 21.05.2018, doi: 10.1038/s41430-018-0132-z.
- Hinz-Brylew, N., Rajewski, P., *Ostre zatrucie paracetamolem – opis trzech przypadków*, „Forum Med Rodz”, 2011, 5, s. 429–433.
- Hryniewicz, W., Albrecht, P., Radzikowski, A., *Rekomendacje postępowania w pozaszpitalnych zakażeniach układu oddechowego, Narodowy Program Ochrony Antybiotyków*, 2016.
- Huges, C. M., McElnay, J. C., Fleming, G. F., *Benefits and risks of self-medication*, „Drug Saf”, 2001, 24(14), s. 1027–1037.
- Jonsson, P., Hedenrud, T., Linde, M., *Epidemiology of medication overuse headache in the general Swedish population*, „Cephalalgia”, 2011, 31(9), s. 1015–22.
- Katsarava, Z., Obermann, M., *Medication-overuse headache*, „Curr Opin Neurol”, 2013, 26(3), s. 276–81, doi: 10.1097/WCO.0bo13e328360d596.
- Kominiek, K., Pawłowska-Kamieniak, A., Mroczkowska-Juchniewicz, A., et al., *Intentional and accidental paracetamol poisoning in childhood – a retrospective analysis*, „Post Hig Med Dosw”, 2015, 69, s. 452–456.
- König, J., Müller, F., Fromm, M.F., *Transporters and drug-drug interactions: important determinants of drug disposition and effects*, „Pharmacol Rev”, 17.05.2013, 65(3), s. 944–66, doi: 10.1124/pr.113.007518.
- Ladroue, V., Dujourdy, L., Besacier, F., et al., *IRMS to study a common cocaine cutting agent: phenacetin*, „Drug Test Anal”, 2017, 9(3), s.479–484.
- Laszlo, G., Kullmann, L., *Observations on real drug need of hospitals*, „Orv Hetil”, 1994, 135(38), s. 2095–2098.
- Martins, S.S., Sampson, L., Cerda, M., et al., *Worldwide prevalence and trends in unintentional drug overdose: a systemic review of the literature*, „Am J Pub Health”, 2015, 105(11), s. e29–e49.
- Motyka, M., Marcinkowski, J. T., *Nowe metody odurzania się. cz. I. Leki dostępne bez recepty wykorzystywane w celach narkotycznych*, „Probl Hig Epidemiol”, 2014, 95(3), s. 504–511.
- Pai, M. P., Momary, K. M., Rodvold, K.A., *Antibiotic drug interactions*, „Med Clin North Am”, 2006, 90(6), s. 1223–1255.
- Plusa, T., *Współczesne zagrożenie patogenami biologicznymi*, „Medpress”, Warszawa 2015.
- Potocka-Banaś, B., Majdanik, S., Korwin-Piotrowska, K., i wsp., *Nadużywanie popularnych leków dostępnych bez recepty nowym trendem wśród młodzieży*, „Ann Acad Med. Stein”, 2013, 59 (1), s. 114–119.
- Pruszczyk, P., Gurzyński, M., Kostrubec, M., *Żylna choroba zakrzepowo-zatorowa*, Medical Tribune, Warszawa 2012.

- Reingardiene, D., *The consequence of epinephrine overdose*, „Medicina (Kaunas)”, 2006, 42(7), s. 606–609.
- Sansgiry, S. S., Bhansali, A.H, Bapat, S. S., et al., *Abuse of over-the-counter medicines: a pharmacist's perspective*, „Integr Pharm Res Pract”, 2017, 6, s. 1–6.
- Shoshi, A., Hoppe, T., Hofestat, R., Graph, S.A.W., *A web-based system for graphical analysis of drug interactions and side effects using pharmaceutical and molecular data*, „BMC Med. Inform Decis Mak”, 2015, 15/15, s. 1–16.
- Stewart, D., Mair, A., Wilson, M. et al., *Guidance to manage inappropriate polypharmacy in older people: systematic review and future developments*, „Expert Opin Drug Saf”, 2017, 16(2), s. 203–213.
- Wolf, M. S., King, J., Jacobson, K., et al., *Risk of unintentional overdose with non-prescription acetaminophen products*, „J General Intern Med”, 2012, 27, s. 1587–1593.
- Yakimova, Y., *Pharmacists's knowledge of the safety antibiotics for systemic use*, „Int J Risk Saf Med”, 2015, 27 Suppl. 1, s. 11–2. doi: 10.3233/JRS-150670.
- Ziegler, R, Neu, A., *Diabetes in childhood and adolescens*, „Dtsch Arztebl Int”, 2018, 115(9), s. 146–156.

Nadmiar opakowań, nadmiar w opakowaniach

Maciej Konopka

Nadmiar nieraz bywał w sztuce, architekturze czy projektowaniu bardzo skutecznym środkiem wyrazu, trwale wpisującym się w kulturę i kształtującym na lata świadomość estetyczną społeczeństwa. Przykładami są barok, rokoko, empire, czy też dziewiętnastowieczny eklektyzm i secesja. Być może w sztuce europejskiej jest podobnie jak w japońskiej, gdzie przez stulecia przeplatały się naprzemiennie dwa nurty: surowy, wojenny, „męski” i delikatny, wysublimowany, poetycki, „kobięcy”. W Europie, zależnie od prądów ideowych, następowały po sobie okresy ascezy i rozpasania, wycofania i nadekspresyjności, oszczędności i przesady. Okresy dominacji nadmiaru spotykały się z reakcją. Pierwszym wyraźnym śladem takiej kontrowersji był ruch ikonoklastów, szerzący się na terenach Bizancjum w VIII–IX wieku. Reakcją na nadmiar była też reformacja, odrzucająca ekspresję manieryzmu. Jej efektem są ascetyczne wnętrza kościołów, od ewangelików reformowanych po kwakrów. Podobne źródła miał dwudziestowieczny modernizm. Jego główne ideowe i estetyczne wektory wyznaczała z jednej strony porewolucyjna awangarda rosyjska, a z drugiej holenderski De Stijl i międzynarodowy Bauhaus. Gdy zapomnimy na chwilę o dzielących je różnicach, zauważymy, że ich cechą wspólną było odrzucenie „burżuazyjnego” nadmiaru *fin de siècle’u*. Skupiwszy się na moment wyłącznie na rozwiązaniach formalnych, widzimy wyraźnie, że dzisiejszy minimalizm, a właściwie „neominimalizm” (bo jakże różny od minimalizmu lat 70.), to późne dziecko modernizmu i reakcja, nie tylko na nadmiar rzeczy i konsumpcji, ale też i na nadekspresyjność, a niekiedy nawet przerost formy nad treścią sztuki lat go poprzedzających, jak np. pop art, Nowa Figuracja czy Neue Wilde.

Cechą naszych czasów jest mieszanie się i współlistnienie w tej samej rzeczywistości różnych porządków i postaw, nierzadko nawet w tym samym projekcie. Nie inaczej ma się rzecz w projektowaniu opakowań, gdzie warto dostrzec wyżej wspomnianą estetyczną dychotomię nadmiaru i ascezy. Równoległe do dominującego, skądinąd zrozumiałego, ale i męczącego w swej powtarzalności minimalizmu, istnieje i ma się dobrze inny nurt – maksymalizm. To świadomie stosowany nadmiar ozdób, ornamentów, komunikatów, który ma na celu zachwycić, oczarować i uwieść odbiorcę przepychem, bogactwem oraz dbałością o szczegóły. W opakowaniach, traktowanych jako komunikaty i swego rodzaju instrumenty dialogu z odbiorcami, nadmiar i przesada to wciąż żywe formy wyrazu, dające projektantom wielkie możliwości.

Niestety, dziś opakowania dla większości z nas stały się problemem nie tyle estetycznym, co społecznym i cywilizacyjnym. Nadmiar opakowań, zwłaszcza plastikowych, to dziecko konsumeryzmu. A niesławna wyspa śmieci na Oceanie Atlantyckim przewyższająca swą wielkością obszar Hiszpanii i złożona w dużej mierze z fragmentów opakowań, to jego, już prawie ikoniczny, owoc. Biznes i dezynwoltura przemysłu opakowaniowego są rzecz jasna współodpowiedzialne za

problem zanieczyszczenia środowiska i w powszechnej opinii były dotychczas „po ciemnej stronie mocy”, po stronie NADMIARU. W tym kontekście ideałem, celem i marzeniem staje się opakowanie znikające, zredukowane do minimum, jak papierowy cienki sznureczek, jedyna, i to biokompostowalna pozostałość po precelkach. Niestety, nie każdy produkt może być „precelkiem” i na problem trzeba spojrzeć szerzej. Czy coś się zatem robi w tej sprawie?

Dobrą wiadomością jest to, że w opakowaniach trwa na naszych oczach prawdziwa, wielowątkowa walka z nadmiarem plastiku, cicha rewolucja w duchu zrównoważonego rozwoju. Cicha, bo jak wiadomo, opakowania to „cichy sprzedawca”. Niemal co tydzień pojawia się nowe rozwiązanie, mające zastąpić plastik i inne materiały ropopochodne nowymi, w pełni i łatwo biodegradowalnymi, a przynajmniej nadającymi się do recyklingu.

Większość wielkich koncernów i wielcy producenci opakowań, którzy każdego roku wprowadzają do środowiska miliony ton plastiku, przedstawiają się na tzw. gospodarkę cyrkularną. W ślad za tym idą ustawy, czyniące producentów odpowiedzialnymi za ślad węglowy produktu od wytworzenia aż do momentu utylizacji. Zwłaszcza w UE. Właśnie w tych dniach wchodzi w życie, obligując rządy do wprowadzenia w krótkim terminie odpowiednich regulacji. Wiele firm przejmuje inicjatywę, analizując sposoby zmiany wzorów opakowań lub materiałów, aby były bardziej zrównoważone. By pokazać skalę zmian, podam kilka przykładów.

- 1) TCC (The Coca Cola Company). Najnowsza, w pełni nadająca się do recyklingu PlantBottle jest już w 100% wykonana z bioaktywnej żywicy PET, zawierającej glikol etylenowy. By uświadomić sobie zakres tej operacji warto wiedzieć, że od 2009 roku TCC rozprzedała ponad 35 miliardów butelek w 40 krajach, wykorzystując starszą wersję opakowania zawierającą tylko w 30% glikol etylenowy na bazie bio (MEG), a w 70% inne, nie biokompostowalne komponenty.
- 2) Zakrojony na równie szeroką skalę projekt Green Fiber Bottle Carlsberga, w którym uczestniczą także ecoXpac (firma specjalizująca się w tworzeniu opakowań), Duński Uniwersytet Technologiczny oraz Fundusz Innowacyjności. Koncern Carlsberg sprzedaje 36 mld butelek piwa rocznie. W ciągu najbliższych trzech lat zamierza opracować nowy rodzaj opakowania z włókien drewna. Byłaby to pierwsza całkowicie w 100% biodegradowalna butelka w historii. W 100 proc. będzie można ją też poddać recyklingowi.
- 3) Ikea i Dell eliminują styropian i polistyren ze swoich opakowań. Stworzone przez firmę Ecovative elementy opakowania z grzybów powstają poprzez przepuszczanie grzybni wokół kompostu. Grzybnia tworzy organiczny, szybko rosnący materiał, z którego łatwo formować opakowania o różnych kształtach. Materiał jest następnie suszony, by przerwać wzrost grzybni.

- 4) Największa na świecie sieć kawiarni Starbucks ogłosiła konkurs dla przedsiębiorców „Next Gen Cup Challenge”, na wynalezienie rozwiązania przemysłowego dla utylizacji lub ponownego zastosowania kubków (z pulą nagród 10 mld dolarów). Już dziś Starbucks wprowadził nowy, wielorazowy kubek, upoważniający do zniżki, jest to jednak rozwiązanie tymczasowe i połowiczne.
- 5) Również McDonalds, którego tylko 10% z 37 000 restauracji oddaje śmieci do recyklingu, a tylko połowa opakowań wykonana jest z materiałów ekologicznych, obiecuje, że do 2025 wszystkie opakowania będą pochodziły z materiałów odnawialnych, podanych recyklingowi lub certyfikowanych.
- 6) Podobnie Nestle, które w ramach inicjatywy „Zero waste” zadeklarowało, że do 2020 roku wyeliminuje przekazywanie odpadów na składowiska i do spalania bez odzysku energii. Od 2015 roku zredukowano 22 558 ton opakowań (przy okazji oszczędzając 30 milionów CHF). Już dziś wszelkie wytwarzane w zakładach Nestle w Polsce odpady są przekazywane do odzysku: recyklingu, kompostowania, procesu biogazowania, regeneracji lub wykorzystywane jako paliwo alternatywne.
- 7) Tetrapak, wielki producent opakowań kartonowych, głównie dla płynów, wyprodukował wraz z brazylijską firmą chemiczną Braskem opakowanie kartonowe Tetra Rex, biodegradowalne w 99%. Korek i warstwy opakowania wykonane są z biopolimerów z wykorzystaniem trzciny cukrowej i papieru.
- 8) Walmart, amerykański gigant hipermarketowy, zoptymalizował rozmiary opakowań kartonowych z tektury falistej. Zmniejszyło to liczbę kartonów o 8,1 mln w porównaniu do 2015 roku i oszczędziło 6,3 miliona funtów tektury falistej, zapobiegając emisji 7800 MT gazów cieplarnianych, redukując koszty o 15,3 miliona USD. Następnie przeniesiono 85 mln par butów na wieszaki i o tyle zredukowano ilość pudełek kartonowych. W efekcie lepiej wykorzystano przestrzeń hal, czym wyeliminowano ponad 20 000 MT gazów cieplarnianych oraz zaoszczędzono 9 mln USD.

Powyższe przykłady nie oznaczają bynajmniej, że sytuacja jest opanowana. Jednakże zmiany, jakich dokonują lub planują niebawem dokonać najwięksi i najbardziej odpowiedzialni za stan środowiska producenci, będą znaczące. I to właśnie w opakowaniach.

Gospodarka cyrkularna, inaczej nazywana też gospodarką obiegu zamkniętego (GOZ), to próba rozwiązania problemu na poziomie systemowym, przy użyciu regulacji prawnych UE. Jej celem jest uczynienie producentów odpowiedzialnymi za ślad węglowy. Jej fundamentalną ideą jest zagospodarowanie jak największej ilości odpadów komunalnych przez recykling, a głównym instrumentem jest LCA, czyli ocena śladu węglowego, jaki dany wyrób wywiera na środowisko podczas całego „życia”. Dokonuje się ona według następujących kryteriów:

- a) co i w jakiej ilości obciąża środowisko w postaci zużytych materiałów i energii, emisji i odpadów,
- b) jaki jest ten wpływ,
- c) jakie są możliwości jego zmniejszenia.

Odpady muszą być zbierane selektywnie i w dobrej jakości – czyli czyste i oddzielone od innych. Przyjrzyjmy się, jak dotychczas się to udaje. Stany Zjednoczone poddają recyklingowi 40% swoich odpadów. W całej UE do roku 2020 poziom odzysku odpadów powinien wynosić 50%, ale Cypr, Chorwacja, Grecja, Łotwa i Malta nadal składują ponad 75% odpadów komunalnych. Co prawda w 2014 roku Austria, Belgia, Dania, Niemcy, Holandia i Szwecja nie przesłały praktycznie żadnych odpadów komunalnych na wysypiska, ale za to w Polsce, w 2017 roku zaledwie 26% odpadów poddaje się recyklingowi, a składowaniu aż 5,4 mln ton, czyli ponad 50%. Koszt przetwarzania i zagospodarowania jednej tony odpadów waha się w przedziale od 600 do 900 zł. Jak widać, długa droga jeszcze przed nami.

„Jeśli chcemy, żeby zostało, jak jest, musimy coś zmienić”

Dlaczego gospodarkę cyrkularną wspiera sektor prywatny i wielkie korporacje? Oprócz aspektów ideowych, których nie można wykluczyć, jest to czysty biznes. Według wyliczeń firmy McKinsey, gospodarka cyrkularna może wygenerować coroczny zysk wysokości 1,8 biliona euro do 2030 roku! To przełoży się oczywiście na wzrost gospodarczy, co zwiększy emisje cieplarniane. A zatem motto z *Geparda Lampedusy* można zinterpretować inaczej; koncepcja gospodarki cyrkularnej opiera się na przekonaniu, że odzyskiwanie odpadów umożliwi ograniczenie emisji CO₂ bez konieczności zmiany naszych zachowań, co z kolei pozwoli zachować dotychczasowy poziom konsumpcji. Wyjaśnia to też poniekąd powody zaangażowania wielkiego biznesu w GOZ.

Trudno się więc dziwić brakowi entuzjazmu dla tej koncepcji w środowiskach naukowych. Uważana jest wręcz za utopijną, gdyż opiera się na założeniu, że możliwe jest oddzielenie wzrostu PKB od wzrostu zużycia energii. Dotąd się to ludzkości nie udawało. „Naukowcy obawiają się, że gospodarka obiegu zamkniętego może wygenerować zjawisko odbicia. Pokrótkce mówiąc, znaczy to tyle, że polityki mające na celu ograniczanie zużycia materiałów mogą mieć skutki przeciwne do zamierzonych i... zwiększać ich zużycie. Zjawisko odbicia pierwszy raz opisał już w 1865 roku William Jevons, który zauważył, że zwiększanie efektywności energetycznej, zamiast zmniejszać zużycie węgla, spowodowało, że znalazł on zastosowanie w nowych sektorach, wskutek czego jego zużycie się zwiększyło. Jeżeli bowiem możemy produkować żelazo, używając mniej węgla, to zyski firm będą rosły, przez co będą mogły produkować więcej żelaza po niższej cenie, generując tym samym nowy popyt. Zjawisko odbicia obserwuje się także w transporcie, gdzie poprawa efektywności spalania paliwa często nie przekłada się na zmniejszenie jego zużycia,

generując zamiast tego nowe przejechane kilometry”¹, pisze w „Krytyce Politycznej“ dr hab. Karolina Safarzyńska z Katedry Ekonomii Politycznej UW. Istnieje więc poważna obawa, że zaoszczędzone przestrzenie, materiały, pieniądze, energie zostaną natychmiast zagospodarowane. Pytanie, z jakim skutkiem dla środowiska.

Jaka w tej sytuacji jest rola i odpowiedzialność projektanta opakowań? Niezależnie od opinii sceptyków na temat GOZ, za to wręcz w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie ze strony coraz większych podmiotów gospodarczych, bodaj najważniejszym aspektem pracy projektanta staje się dziś efekt ekologiczny opakowania. Zależy od wielkości, wyboru materiału i wszystkich aspektów recyklingu. Odpowiedzi na poniższe pytania są w tym kontekście fundamentalne. Czy opakowanie jest łatwe w recyklingu? Czy pochodzi ze źródła zrównoważonego? Czy jest biodegradowalne? Czy materiał jest produktem ubocznym? Czy nadaje się do ponownego użytku? Czy można użyć materiału jadalnego, który do zera redukuje straty środowiska? Zaproprowanie biznesowi i przemysłowi rozwiązań, które będą umożliwiały dalszą działalność lub nawet rozwój, a zarazem zgodnie z obowiązującym prawem będą pozostawiały minimalny ślad węglowy, obniżając przy okazji koszty utylizacji i zużytych na to sił i środków, wydaje się być szansą i wyzwaniem naszych czasów. Warto więc przyrzeć się już istniejącym, wybranym rozwiązaniom, które pokazują jak w soczewce tendencje i kierunki projektowania opakowań w duchu zrównoważonego rozwoju.

Recykling

W gospodarce surowcami odzysk to ponowne przetwarzanie odpadów na produkty, materiały lub substancje wykorzystywane w pierwotnym celu lub innych celach. Ciekawym pomysłem wykorzystania plastiku zalegającego oceanach jest projekt firmy Method. Ten producent mydeł i środków kosmetycznych do rąk, detergentów do naczyń itp. zwraca uwagę na to, by wszystkie opakowania były wykonane przynajmniej w 50% z odzyskanego z oceanów plastiku, a w pozostałej części z materiałów biokompostowalnych. Jest to na razie kropla w morzu potrzeb, ale pokazuje kierunek, którymi idą następni. Potwierdza to jeden z wielu projektów studenckich pt. *Organic Valley*. Opakowania na mleko są wykonane w 100% z tektury, czyli z materiałów pochodzących z recyklingu, a druk logo, etykiet i kolorowych stron wykonano tuszami opartymi na soi. Dotyczy to też marki Preserve, gdzie trzonki szczoteczek wykonane są z materiału pozyskanego z recyklingu, a zamiast opakowania jednorazowego mamy pudełko, które może być wielokrotnie użyte np. podczas podróży. Prosty przykład opakowania o wydłużonym okresie użytkowania.

1 Karolina Safarzyńska, *Gospodarka cyrkularna cudów nie działa*, „Krytyka Polityczna”, marzec 2018, <http://krytykapolityczna.pl/gospodarka/gospodarka-cyrkularna/>.

Reusing (Ponowne użycie)

Kilka lat temu, w 2011 roku firma Puma połączyła siły z Yves'em Béharem i projektantami Fuseproject, by stworzyć bardziej zrównoważone rozwiązanie niż tradycyjne pudełko. Pomysł ten, mający na celu zmniejszenie zużycia plastikowych toreb i kartonowych pudełek, gdzie mechanizm nośny jest częścią projektu produktu, znacznie wyprzedził swój czas. Podobne projekty, nastawione na drugie życie przedstawiło wiele firm, m.in. Panasonic (opakowanie na żarówki przekształcone w abażur) i Lee/Wrangler (torba zamieniana w grę). „Drugie życie” nie jest oczywiście rozwiązaniem możliwym dla każdej firmy, ale i tu widać zaangażowanie i wysiłki na rzecz ochrony środowiska dużych graczy działających w skali masowej.

Redukcja

Marzeniem jest w tym kontekście opakowanie znikające, zredukowane do minimum. Radykalną wersję reprezentują delikatesy bez opakowań, które jednak nawet w postępowym i proekologicznym Berlinie nie osiągnęły sukcesu, słowem nie przebiły się do mainstreamu, pozostając bardziej w sferze symbolu czy wektora rozwoju niż realnej zmiany. Wiele produktów z trudem nadaje się zresztą do takich działań. Trudno na przykład wyobrazić sobie hurtownię cementu lub kafelków, i wiele innych produktów bez opakowań. Są jednak projekty, które tę realną zmianę umożliwiają. Na przykład Twenty, pomyslane jako zrównoważona alternatywa dla płynnych artykułów gospodarstwa domowego, jak płyny do mycia naczyń, szampony itd., czyli skondensowane detergenty zamienione w bezwodne kapsułki. Ich twórczyni, Miriam De Bruijn z Akademii w Eindhoven, uznała, że skoro składają się one głównie z wody, to producenci transportują po świecie głównie zapakowaną w plastikowe butelki wodę z dodatkiem detergentów. Nazwa marki Twenty to odwołanie do 20% realnego wsadu wobec 80% wody, którą można sobie samemu dolać, gdy chce się zrobić pranie. Także projekty opakowań na słuchawki, baterie, żarówki i wiele innej drobnej elektroniki są przykładami redukcji, która choć w skali jednostkowej wydaje się być nieznaczna, to w milionach sprzedawanych sztuk, np. żarówek halogenowych w polipropylenowych blistrach, daje już miliardowe, jak w firmie Walmart, oszczędności i znacząco redukuje CO₂.

Biomateriały

Szczególnie interesujące są tworzywa biodegradowalne ze źródeł odnawialnych. A zwłaszcza biopolimery, czyli polimery, występujące naturalnie w organizmach żywych, przez nie produkowane lub będące ich kluczowym składnikiem. Główne zalety biopolimerów to cykl życia zgodny z naturalnym obiegiem materiałów i pochodzenie z naturalnych zasobów odnawialnych. Z tej racji biopolimery stanowią alternatywę dla paliw kopalnych, obniżają ich zużycie oraz zmniejszają ilości odpadów na wysypiskach lub spalanych w spalarniach,

a przez to redukują także ślad węglowy. Są także konkurencyjne kosztowo przy charakterystyce i zastosowaniach takich, jak tworzywa z paliw kopalnych. W dziedzinie poszukiwań rozwiązań materiałowych dzieje się tak dużo, że nie sposób wymienić i omówić wszystkiego. Oto kilka przykładów:

- 1) *Papierowa pulpa formowana próżniowo i coś*. W kwietniu 2018 roku ukazała się wiadomość, że szkocki naukowiec James Longcroft wynalazł termoformalną butelkę jednorazowego użytku, która może rozłożyć się w trzy tygodnie. Butelkę CH_2OOSE wykonano w 100 proc. z papierowej pulpy formowanej próżniowo wokół wodoodpornego szkieletu o odpowiednim kształcie. Wodoodporna podszewka wykonana jest z materiału kompozytowego, który Longcroft opracował sam i dopóki nie otrzyma patentów, nie zdradzi technologii.
 - 2) *Papier, karton, glina*. Pomysł na nową linię kosmetyków z nasion odżywiających i pielęgnujących włosy sprawił, że L’Oreal zwrócił się do ekologicznego producenta opakowań Ecologic, by zaprojektował nową przyjazną środowisku kartonową butelkę. Wykonana przy użyciu papieru z recyklingu i kartonu butelka Phytonutrients Seed jest wodoodporna dzięki zastosowaniu gliny, co oznacza, że można ją stosować pod prysznicem.
 - 3) *Mielona kawa*. Australijski start-up Huskee wykorzystuje mieloną kawę do tworzenia kubków i spodków. Są zaskakująco trwałe, mają zdolność przetrwania lat i odporność na pęknięcia i odpryski. Da się je nawet włożyć do zmywarki, dzięki czemu można je stosować w celach domowych i komercyjnych.
 - 4) *Odpady z produkcji*. Plastikowe pierścienie z sześciopaków są jednym z najczęstszych sprawców śmierci zwierząt morskich. Saltwater Brewery wykorzystuje odpady z procesu warzenia, takie jak resztki jęczmienia i pszenicy, by wytwarzać jadalne pierścienie sześciopaków. Są całkowicie biodegradowalne i bezpieczne do konsumpcji dla ludzi i zwierząt. To świetny przykład odrobiny inicjatywy do znacznej zmiany tradycyjnego produktu, a także wykorzystania materiałów, które dotąd po prostu wyrzucano.
 - 5) *Wióry – „drewnoplastik”*. Fińska firma Sulapac również szuka sposobów na zmniejszenie ilości plastiku, używanego w opakowaniach. Jej w pełni biodegradowalne rozwiązanie wykorzystuje wiórki drewniane do tworzenia materiału, który działa jak plastik. Może być masowo produkowany, barwiony i formowany wtryskowo, umożliwiając projektantom kształtowanie go na wiele sposobów. Do tej pory ten materiał był używany do pakowania biżuterii, kosmetyków i środków do kąpieli. Jest to przykład ekologicznego materiału, w którym projektanci mogą znaleźć taką samą elastyczność, jak w przypadku tradycyjnych tworzyw sztucznych.
- Do tego wybiórczego przeglądu materiałów i ich możliwości projektowych chciałbym dodać jeszcze kilka przykładów prac studentów bądź absolwentów Pracowni Projektowania Opakowań i Marek

na Wydziale Wzornictwa ASP w Warszawie, czyli kilka przykładów „z naszego podwórka”.

- 6) *Biopolimery, papier mâché*. Opakowanie na dietę pudełkową Fit-box, biodegradowalne w 99% (tylko nity zostały ze stali) z własnoręczne wykonanego eksperymentalnego materiału biopolimerowego studentki ASP Wery Banaś, powstało jako projekt semestralny w Pracowni Projektowania Opakowań i Marek. Jej eksperymenty uhonorowano jedną z siedmiu nagród głównych (darmowe uczestnictwo w programie studyjnym) w Parsons Design School w Nowym Jorku.
- 7) *Konopie*. Ciekawym, łatwo dostępnym materiałem są pakuły, czyli włókna konopne, od wieków stosowane w różnych postaciach jako podstawa konstrukcyjna lin i sznurów, a więc bardzo wytrzymałe. Projekt bardzo wytrzymałej, biodegradowalnej i biokompostowalnej torby na zakupy wykonanej z włókna konopnego ze specjalnym spoiwem autorstwa studentki WW ASP Magdaleny Jerzak stanowi doskonałą alternatywę dla jednorazowych torebek foliowych. Przykład taniego, łatwego w uprawie i ekologicznego materiału.
- 8) *Siano*. Opakowania na jajka Happy Eggs to seria opakowań z siana sprasowanego i ukształtowanego według uprzednio przygotowanej formy. Etykiety zaplanowano jako wykonane z papieru makulaturowego, drukowanego jednym kolorem, farbami wodnymi. Projekt semestralny Mai Szczypek². Wybrałem tylko kilka przykładów. Nowych lub ponownie odkrytych, jak celofan czy konopie, materiałów i ich kombinacji zastępujących ropopochodne plastiki jest o wiele więcej.

Jadalność

Na koniec opakowania jadalne: najczęściej z wodorostów morskich, ale też z panczerzyków skorupiaków, mielonych orzechów, otrębów, a także alg. Kilka lat temu furorę zrobił projekt *Wiki Cells* prof. Edwardsa z Harvardu, który nawet uzyskał wielomilionowe wsparcie ze strony funduszy Venture Capital i miał zakończyć się otwarciem WikiBaru w Paryżu, a ostatnio głośno było o projekcie SCOBY Róży Rutkowskiej ze School of Form, wykorzystującej tradycyjne metody fermentacji żywności do stworzenia półprzezroczystego materiału opakowaniowego na produkty sypkie. Większość inicjatyw w tej dziedzinie to wciąż start-upy, zdobywające przez crowdfunding całkiem spore fundusze na działalność, ale są też już dobrze działające przedsięwzięcia jak *Loliware*. W tym drugim przypadku już rozkręcona produkcja kubków z wodorostów została uzupełniona o słomki wykonane z tego samego materiału. *Lolistraw* nadal wydają się być na pierwszy rzut oka plastikowymi słomkami, a premia dla dbającego

2 **Dziś absolwentki Wydziału Wzornictwa ASP w Warszawie, projekt został zrealizowany w Pracowni Projektowania Opakowań, rok 2012.**

o środowisko konsumenta polega na tym, że są w różnych smakach i można je zjeść razem z napojem lub, co oczywiste, mogą się całkowicie i szybko rozłożyć w śmieciach. Problem wbrew pozorom nie jest błahy. Amerykanie zużywają 500 mln sztuk słomek do napojów dziennie, co daje prawie 2 mld rocznie.

Powyższe przykłady to tylko bardzo skrócony przegląd kierunków myślenia i działania projektanta opakowań w epoce walki z nadmiarem, mający zobrazować falę zmian. Jeśliby więc pomysł gospodarki cyrkularnej okazał się zbyt utopijny, nadzieję na redukcję nadmiaru plastiku można odnaleźć także poza tematem opakowań, na przykład w maszynach przerabiających plastik z recyklingu na asfalt. To już działa, i to w Europie. Oczywiście kiedyś nadejdzie dzień, kiedy wszystkie drogi będą już pięknie ponownie wyasfaltowane przetworzonym z odzysku plastikiem, dzięki czemu ludzkość może zyskać trochę czasu.

W odwodzie są jeszcze gąsienice odkryte w Cambridge lub bakterie odkryte w Japonii, lub też gąsienice używające bakterii (sic!). Niestety, wciąż nie są wystarczająco żarłoczne i działają za wolno. W tych okolicznościach pozostaje mieć nadzieję, że nim uporają się ze światowym plastikiem, przynajmniej większość opakowań będzie już w pełni jadalna lub biodegradowalna.

Chociaż projektowanie opakowań to dziedzina głęboko uwikłana w zagadnienia materiałowe, technologiczne, a co za tym idzie związana ściśle z gospodarką i problemami społecznymi, wciąż pozostaje w niej istotna sfera przekazu i emocje, wrażenia zmysłowe czy estetyczne, które opakowania mogą budzić. Z tego punktu widzenia nadmiar, przynajmniej estetyczny, nie zawsze jest wadą, a umiar nie zawsze bezwzględna zaletą. Umiar ma wartość o tyle, o ile „komunikat” o oszczędności czy redukcji szkodliwości jest zgodny z rzeczywistym stanem rzeczy i sposobem przygotowania opakowania. I może się okazać, że dzięki rewolucji w opakowaniach wciąż będziemy mogli oglądać, piękne, bogate, budzące emocje i wyrafinowane, a także w pełni biodegradowalne opakowania, których się nie chce wyrzucać, a butelka rumu będzie wykonana z trzciny cukrowej. I wtedy mniej będzie znaczyć mniej.

Bibliografia

Safarzyńska K., *Gospodarka cyrkularna cudów nie działa*, „Krytyka Polityczna”, marzec 2018, <http://krytykapolityczna.pl/gospodarka/gospodarka-cyrkularna/>.

Nadmiar – jak przekuć stratę w zysk. Rozważania na podstawie własnych doświadczeń projektowych

Magdalena Kasprzyca

Nadmiar oznacza stratę. Kiedy rozpatruje się to zjawisko w kontekście czegoś ponad konieczność i ponad stan, mamy do czynienia ze zbytkiem, wytworem niepotrzebnym, bezużytecznym. Do jego stworzenia trzeba było jednak zużyć energię, materiał i to wszystko, cały poczyniony nakład przeradza się w sytuacji nadmiaru w stratę. Nie wspominając nawet o aspekcie, jak wielką stratą dla środowiska jest produkowanie kolejnych niepotrzebnych śmieci. Ten artykuł dotyczy nadmiaru materiału w procesie produkcji. Ten nadmiar jest niemal nieunikniony, a kiedy stanowi znaczący procent, jako odpad przeradza się w stratę, także z punktu widzenia biznesu.

Moje doświadczenia ze wspomnianym problemem sięgają 2014 roku, kiedy trafiłam do instytucji organizującej warsztaty łączące projektantów z producentami. Na miejscu miałam okazję poznać bliżej producenta mebli tapicerowanych. W ramach warsztatów odbyło się zwiedzanie fabryki, gdzie zobaczyłam proces produkcji i jego otoczenie. To wtedy dostrzegłam piękne, piętrzące się w różnych miejscach fabryki, różnobarwne góry skrawków wysokiej jakości materiału, które okazały się być odpadem produkcyjnym. Ścinki skór były różnej wielkości, od kilku do kilkudziesięciu centymetrów, jednak w kontekście wytwarzania obiektów meblowych stanowiły nieistotny odpad. Ja natomiast dostrzegłam drzemiący w nich potencjał. Tak narodził się pomysł warsztatów „skrawki skórki” dla studentów wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych im. E. Gepperta, we współpracy z Dobrotką oraz marką KLER.

Warsztaty prowadziłam wraz z Szymonem Hanczarem w ramach projektu *W2P* (warsztaty dwóch pracowni). Głównym zadaniem postawionym przed studentami było wykorzystanie powstałych w procesie produkcji mebli tapicerowanych odpadów skór w projektowanych produktach. Miały one być oddane producentowi patronującemu warsztatowi jako prezenty dla klientów strategicznych, gadzety targowe itp. Efekty pracy były interesujące. Niestety na poziomie prototypowania pojawił się znaczący problem. Okazało się, że przeszkodą stała się skala – producent mebli tapicerowanych nie był technologicznie przygotowany do wykonywania drobnych obiektów. Ostatecznie większość prototypów musiała zostać wykonana przy użyciu zewnętrznych zasobów. Producent poznał swoje ograniczenia, a my potwierdziliśmy, że skrawki można wykorzystać. Obecnie prowadzone są prace w tym kierunku, w ramach innego projektu.

Innym przedsięwzięciem, dotyczącym problemu nadmiaru, był projekt meblowy dla marki Ragaba, realizowany w ramach Dolnośląskiej Sieci Wzornictwa Przemysłowego. Głównym problemem, zdefiniowanym dzięki przeprowadzonemu w firmie audytowi wzorniczemu, były odpady wysokiej jakości materiału – litego drewna – powstające podczas produkcji komponentów meblowych. Chodziło o około 18 tys. elementów rocznie. Przedsiębiorca zorganizował produkcję zwierzątek drewnianych dla dzieci, do samodzielnego malowania, wycinanych z niepotrzebnych elementów drewnianych. Do zabawek

dołączano farbki i pędzelek. Niestety produkcja zabawek nie rozwiązała problemu i nadal firma magazynowała odpady drewniane. Podjęto decyzję o uruchomieniu produkcji mebli, wykorzystujących odpady. To zadanie firma zleciła mnie – autorce tego tekstu – i Szymonowi Hanczarowi.

Od początku włączeni byliśmy w proces powstawania strategii marki, dla której projektowane meble stanowiły pierwszy produkt tego rodzaju¹. To pozwoliło na wspólne sprecyzowanie cech, którymi powinny charakteryzować się projektowane obiekty. Ostatecznie powstał system toaletek oraz rodzina stolików. Pierwsze do wdrożenia zostały zakwalifikowane stoliki kawowe jako łatwiejsze w realizacji. Odpady drewniane zostały przez nas wykorzystane do wytwarzania nóg stolików. Z dostępnych elementów drewnianych, z których miały być wykonywane nogi stolików, można było uzyskać maksymalnie 47-centymetrowy odcinek.

Zamierzaliśmy tymczasem wykonać w zestawie stolik o wysokości 60 centymetrów. Zaproponowaliśmy zatem rozwiązanie w postaci stolików z podwójnym blatem – głównym oraz dodatkowym poniżej, tworzącym przestrzeń „półki” pod spodem. W ten sposób nogi wykonywane są w dwóch elementach – górnym pomiędzy blatami, oraz dolnym – pomiędzy blatem a podłożem. Dzięki temu pokonaliśmy ograniczenia wymiarów odpadów drewnianych, osiągając potrzebną wysokość. Pomysł podwójnych blatów okazał się atrakcyjnym rozwiązaniem, nie tylko ze względów konstrukcyjnych, ale również funkcjonalnych i estetycznych.

Został zastosowany również w bryłach pozostałych stolików z tej rodziny. Projekt wdrożono z powodzeniem do produkcji. Produkt wprowadzono na rynek w ośmiu krajach Europy. Znaczącą wartość projektu stanowi komercyjny sukces produktu, który ostatecznie zainicjował przekształcenie modelu biznesowego firmy inwestora (dotychczasowego podwykonawcy) w producenta mebli. Cennym efektem projektu jest także rozwiązanie postawionego problemu zagospodarowania odpadów.

Nie bez znaczenia jest mój osobisty stosunek do projektowania jako sposobu na rozwiązywanie problemów, w tym mierzenia się z tematyką nadmiaru. Moje podejście do życia oraz świata jest efektem tego, jak zostałam wychowana. Pamiętam widok mojej babci, całującej z wdzięcznością chleb przed zjedzeniem oraz jej zapobiegliwe planowanie posiłków, tak aby nie zmarnować żadnego z produktów. Naturalne jest więc dla mnie dążenie do minimalizowania strat i maksymalnego możliwego wykorzystywania zasobów. Projekty, w których miałam okazję zetknąć się z tematyką odpadów produkcyjnych, uświadomiły mi, iż rozpatrywanie ich w kategorii

1 Główna produkcja stanowi komponenty meblowe dla innych marek, pod marką własną firma Ragaba oferowała jedynie wspomniane zabawki drewniane.

straty jest w głównej mierze zależne od perspektywy spojrzenia na ten problem. Jestem przekonana, że przy zastosowaniu odpowiednich środków z powodzeniem można je postrzegać także w kategorii zysku.

Nadmiar ubrań

Maria Szolc

Przełomowym momentem dla świata mody było założenie marki Zara i otwarcie pierwszego stacjonarnego sklepu w 1975. Amancio Ortega wprowadził nowy model sprzedaży produktów. Do tej pory wszystkie firmy odzieżowe opierały się na podobnym systemie produkcji, zakładającym wprowadzenie na rynek dwóch, maksymalnie trzech kolekcji rocznie, były to kolekcje jesienno-zimowe i wiosenno-letnie. Taki model dystrybucji, w przypadku gdy kolekcja nie osiągnie zamierzonego sukcesu, powoduje zaleganie niesprzedanych ubrań w magazynach i generuje straty. Ortega stworzył duży zespół projektowy, który miał nadążać za zmieniającymi się trendami, skupił też produkcję na jak najmniejszym obszarze, żeby ograniczyć i przyspieszyć transport. To pozwoliło Zarze wprowadzać nawet kilka kolekcji rocznie, zminimalizować straty i znacznie podnieść zyski. Obecnie Zara zatrudnia ponad 700 projektantów, a czas, który upływa od wstępnych szkiców do momentu pojawienia się nowego ubrania na półce sklepowej, skrócił się do trzech tygodni¹. Gdyby rozpatrywać przypadek Zary wyłącznie w kontekście zysku finansowego, to jest to genialny model, ale w szerszej perspektywie wiele osób płaci za to wysoką cenę. Pozostałe duże firmy zaczęły naśladować działania Zary. Doprowadziło to do sytuacji, w której na rynku jest bardzo dużo ubrań, ale często są one niskiej jakości. Aby zwiększyć zyski, firmy przenoszą produkcję do krajów rozwijających się i oszczędzają na materiałach. Często są to tkaniny przesiąknięte trującymi substancjami, czasem w ilości mogącej zaburzyć gospodarkę hormonalną organizmu użytkownika. Produkcja takiej odzieży wiąże się z niebezpiecznymi warunkami pracy robotników fabryk, wpływa też znacznie na zanieczyszczenie środowiska².

Nadmiar ubrań tworzy nadmiar odpadów, ale pojawia się przy tym możliwość wypracowania nowych technologii produkcji tkanin, opartych na recyklingu czy ekologicznych surowcach. Krok w stronę poprawy tej sytuacji zrobiła firma H&M, zakładając fundację i organizując coroczny konkurs, mający na celu wyłonienie twórców nowych technologii w recyklingu tkanin czy zmniejszających negatywny wpływ przemysłu modowego na środowisko. Wygrały takie projekty jak np. zmodyfikowanie alg morskich w taki sposób, aby stały się naturalnym i bezpiecznym barwnikiem tkanin czy autorskie ubrania, wykonane z degradowalnych korzeni grzybów³. „Świętym Graalem dla zrównoważonej mody jest zamknięcie pętli pomiędzy odpadem a zasobem. Używaj ponownie starych materiałów. Rób nowe ze starych i odzyskuj włókna”⁴ powiedziała Marie-Claire Daveu w jednym z wywiadów dla „Vogue’a”.

1 www.inditex.com/how-we-do-business/.

2 www.ecowatch.com/Fast Fashion is the second dirtiest industry in the world, next to Big Oil.

3 <https://globalchangeaward.com/winners/>.

4 www.vogue.com/article/how-to-fix-fashion-sustainability-problem.

Zainspirowana tymi słowami zaprojektowałam kolekcję opartą na odzysku tkanin ze zużytych ubrań. Cięłam je na pasy, które łączyłam, a następnie nawijałam na motki. Później, za pomocą szydelka, wykonałam sukienki i garsonkę w 100% oparte na recyklingu⁵. Projekt nie stanie się metodą produkcji masowej, ale jest znakiem wskazującym na problem nadmiaru ubrań i odpadów.

W tym momencie trudno cofnąć się do „czasów sprzed nadmiaru ubrań”. Coraz więcej krótkotrwałych produktów i coraz niższe ceny skłaniają konsumentów do tego, aby kupowali więcej. Moja kolekcja jest zaproszeniem do zmiany tego sposobu myślenia i działania.

5 Kolekcja Autorki została doceniona przez jury konkursu Fashion Designer Awards 2018 i zakwalifikowała się do finału [przyp. red.].

Bibliografia

www.ecowatch.com/Fast Fashion is the second dirtiest industry in the world, next to Big Oil
<https://globalchangeaward.com/winners>
www.inditex.com/how-we-do-business
www.vogue.com/article/how-to-fix-fashions-sustainability-problem

**Nadmiar informacji
a umiejętność uczenia
się. Projekt zestawu
elementów kształtujących
kompetencje związane
z przyswajaniem wiedzy**

Anna Szlachta

Projekt został opracowany w ramach zajęć z przedmiotu Projektowanie Struktur Użytkowych w Katedrze Metodyki Projektowania (prowadzący: dr Piotr Hojda, dr Stanisław Półtorak) w semestrze zimowym w roku akademickim 2017/2018.

Pokolenie wkraczające dziś na rynek pracy – pokolenie Z, czyli urodzeni po 1990 roku (inaczej nazywane pokoleniem C od słów *connect, communicate, change*, odnoszących się do internetu, komunikacji i gotowości do zmian), musi zmierzyć się ze zmianami zachodzącymi w obrębie samego modelu pracy. Rosnąca długość życia, przesuwanie bariery wieku emerytalnego, dynamicznie rozwijające się technologie z zakresu IT oraz sztucznej inteligencji, a co za tym idzie wykładniczo rosnąca ilość informacji sprawia, że pracodawcy coraz częściej wymagają od młodych ludzi szczególnych umiejętności¹. Kreatywność, krytyczne myślenie, analizowanie informacji i wykorzystywanie danych, rozwiązywanie problemów, elastyczność poznawcza, a przede wszystkim umiejętność uczenia się przez całe życie to zdolności określane mianem kompetencji XXI wieku. Istotne jest, aby kształtować te umiejętności już na etapie powszechnej edukacji tak, aby na rynek pracy wkraczali przygotowani do nowego modelu pracy dorośli². Jednak współczesna szkoła powszechna nie odpowiada na te potrzeby. Bazuje na pruskim modelu kształcenia z początku XIX wieku, który kładzie nacisk na pamięciowe przyswajanie wiedzy encyklopedycznej z wielu dziedzin. System mający wychowywać pokolenia posłusznych obywateli w XIX wieku, został rozpowszechniony na całym świecie i z powodzeniem stosowany jest do dziś³.

Tematem projektu było upowszechnienie kształtowania umiejętności uczenia się poprzez optymalne wykorzystywanie dostępnych metod, w oparciu o najnowsze badania z zakresu psychologii poznawczej. Najczęściej wiedza o możliwościach uczenia się zawarta jest w specjalistycznych publikacjach naukowych, a przez to jest dostępna dla niewielkiej grupy odbiorców. Powszechny brak umiejętności posługiwania się nimi sprawia, że tylko niewielki odsetek osób (nawet nauczycieli) decyduje się na próbę poznania tych metod i korzystania z nich podczas nauki. Najczęściej stosowana technika uczenia się wśród dzieci i młodzieży, polegająca na wielokrotnym czytaniu tekstu, jest niestety mało skuteczna. Na rynku znajduje się wiele pomocy dydaktycznych, takich jak gry planszowe czy aplikacje internetowe, które mają pomagać w utrwalaniu wiedzy. Jednak odnoszą się one zawsze do określonej partii materiału, np. nazw krajów geograficznych, łańcuchów pokarmowych w świecie zwierząt czy określonego słownictwa z zakresu języka obcego. Zdecydowanie brakuje

- 1 Natalia Hatałska, *Praca: scenariusze przyszłości*, Infuture Hatałska Foresight Institute, 2016.
- 2 Tony Wagner, *The Global Achievement Gap: Why Even Our Best Schools Don't Teach the New Survival Skills Our Children Need-And What We Can Do About It*, Basic Books, 2010.
- 3 Piotr Mazur, *Zarys historii szkoły*, Wydawnictwo Liber Duo, Lublin 2010.

rozwiązań, które są uniwersalne i możliwe do stosowania bez względu na rodzaj czy zaawansowanie powtarzanego materiału.

Celem projektu było przełożenie wiedzy teoretycznej na temat metod uczenia się na produkt zrozumiały i prosty w użytkowaniu przez każdego ucznia. Jako główny obszar zastosowania narzędzia wskazano szkolną wiedzę programową. Założeniem było również przekonanie uczniów, poprzez stosowanie konkretnego zestawu elementów, że wykorzystywanie proponowanych metod uczenia się nie wymaga specjalistycznej wiedzy i wielu godzin spędzonych nad organizacją materiału. Ponadto projekt miał być zrealizowany w oparciu o takie materiały, aby koszty wytworzenia były jak najniższe (papier, tektura itp.). Wykształcenie umiejętności uczenia się już na etapie szkoły podstawowej jest niezwykle ważne, ponieważ pomaga kształtować postawę człowieka otwartego na przyswajanie nowych treści w dorosłym życiu, analizowanie ich, porównywanie oraz odnoszenie ich do szerszego kontekstu.

Projekt składa się z koła, na którym użytkownik wybiera odpowiednie dla siebie parametry: rodzaj nauki, czas nauki oraz liczbę osób, a także zestawu 130 kart z opracowanymi zadaniami. Użytkownik wybiera spośród trzynastu różnych metod uczenia się. Wszystkie one bazują na aktualnych wynikach badań z zakresu psychologii kognitywnej, prowadzonych przez ośrodki na całym świecie.

Przykładami wybranych metod są: sprawdzanie wiedzy w oparciu o przygotowane samodzielnie krótkie sprawdziany, odwzorowywanie fizyczne wiedzy, rozproszenie powtórek, immersja, kilkuetapowe zadawanie pytań *jak?*, *dlaczego?*, fiszki, mapy myśli i interpretacja graficzna materiału i inne⁴.

Do każdej metody, opisanej właściwym dla niej kolorem, przyporządkowanych jest 10 kart: jedna karta opisująca, na czym polega dana metoda, 8 zadań podstawowych oraz jedno zadanie specjalne, uczące dodatkowo wyszukiwania zależności i związków przyczynowo-skutkowych między różnymi partiami materiału. Treści zadań sformułowane zostały uniwersalnie, tak aby można było je stosować niezależnie od przyswajanych treści. Zestaw skierowany jest głównie do uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Korzystanie z narzędzi wspiera umiejętność wskazywania kluczowych informacji w określonej porcji materiału, łączenia faktów, samodzielnego redagowania tekstu, by lepiej go zrozumieć, a także wskazywania powiązań między zagadnieniami. W założeniu zestaw zaprojektowano w formie analogowej. Jednak może przyjąć także formę cyfrową (np. w postaci aplikacji mobilnej). Projekt może być wykorzystywany przez dziecko podczas samodzielnej nauki, a także z rodzicem, podczas nauki z rówieśnikiem, przez nauczyciela podczas lekcji czy w gabinetach pedagogicznych.

4 Radosław Kotarski, *Włam się do mózgu*, Wyd. Altenberg, Warszawa 2017.

Poniżej zaprezentowano krok po kroku sposób korzystania z zestawu elementów. Na początku uczeń definiuje zakres materiału, który chce przyswoić, np. rozdział z podręcznika do geografii *Wielkie odkrycia geograficzne*, zakres słówek z języka angielskiego, rozdział *Układ nerwowy* z podręcznika do biologii itp. Następnie na głównym elemencie zestawu – kole – wybiera parametr z każdej grupy i ustawia je na wspólnej osi poprzez obracanie poszczególnymi kołami w dowolnym kierunku [→ s. 414, rys. 1]. Do wyboru pozostają następujące parametry:

1. Czego się uczyć? (nauki humanistyczne, nauki przyrodnicze, nauki lingwistyczne, nauki ścisłe)
2. Z kim się uczyć? (samodzielnie, z rodzicem/opiekunem, z kolegą/koleżanką, w dużej grupie, np. w klasie)
3. Ile czasu chcę poświęcić na naukę? (10 min, 30 min, 60 min, 2 godziny)

Po wybraniu trzech adekwatnych do sytuacji parametrów, na kole odsłaniają się pola z metodami, które są odpowiednie w danej sytuacji. Następnie użytkownik wybiera grupy kart z zadaniami spośród dopasowanych metod określonych odsłoniętymi na kole kolorami [→ s. 415, rys. 2]. Kolejnym krokiem jest wybranie pojedynczych zadań ze wskazanych metod, np. „Wybierz pięć kluczowych informacji z omawianego materiału. Następnie do każdej z nich wypisz po trzy stwierdzenia, które brzmią podobnie, ale tylko jedno z nich jest prawdziwe.” [→ s. 415, rys. 3]. W dalszej kolejności uczeń powinien organizować materiał według sformułowanych zadań i przyswajać wiedzę, za każdym razem korzystając z innej metody [→ s. 415, rys. 4].

Bibliografia

- Hatalska, N., *Praca: scenariusze przyszłości*, Infuture Hatalska Foresight Institute, 2016.
- Kotarski, R., *Włam się do mózgu*, Wyd. Altenberg, Warszawa 2017.
- Mazur, P., *Zarys historii szkoły*, Wydawnictwo Liber Duo, Lublin 2010.
- Wagner, T., *The Global Achievement Gap: Why Even Our Best Schools Don't Teach the New Survival Skills Our Children Need-And What We Can Do About It*, Basic Books, 2010.

**Tamując powódź.
Media i obrazy szczególne
w dobie fake newsów
i demokratyzacji
komunikowania**

Paweł Starzec

Socjologia mierzy się z fotografią prawie od samego zarania obu dziedzin – obie wyodrębniły się bowiem w tym samym czasie. Co znamienne, obie wyrastały początkowo z tej samej potrzeby poznania świata, które miał umożliwić postęp i rozwój nauki. Początki obu tych dyscyplin znajdują swoje najlepsze odwzorowanie w działalności takich postaci jak Lewis Hine i Jacob Riis, którzy tworząc, sami określali się jako badacze społeczni, a obiektywy swoich aparatów kierowali na manifestacje nierówności i społecznego rozwarstwienia¹. Z czasem jednak punkt zbieżny obu tych dziedzin zaciera się; profesjonalizacja socjologii w nurcie pozytywistycznym z jednej, z drugiej rozwój osobnej, artystycznej gramatyki fotograficznego języka, oddzielają je od siebie. Fotografia wraca jednak w pole zainteresowania socjologów jako praktyka społeczna, która – wraz ze wzrostem dostępności i wpisaniem jej w rytualne doświadczanie jednostek i zbiorowości z jednej strony, z drugiej zaś ze względu na jej bezpośredni związek ze światem komunikowania masowego – stanowi odbicie współczesnych praktyk społeczeństwa obrazocentrycznego. Nasuwa się pytanie – jakie znaczenie we współczesnym, hiperwizualnym świecie ma obraz jako taki? Opisywane przez socjologów i antropologów współczesności przeładowanie obrazami we współczesnej komunikacji – *visual pollution*² – manifestować ma się poprzez sukcesywne przenoszenie obszarów komunikacji werbalnej i tekstu pisanego na płaszczyznę komunikowania tych samych informacji za pomocą obrazów. Wraz z ewolucją prasy we współczesnych machinach medialnych, bombardujących odbiorców komunikatami za pośrednictwem wielu kanałów naraz, obraz sukcesywnie zyskiwał na znaczeniu. Jego ponętność polega na dużej sile przyciągania uwagi i pozakontekstualnych właściwościach samej fotografii – podatności na swobodne zmienianie kontekstu i możliwości operowania obrazem jako uwierzytelnieniem głoszonych tez, które zbiega się z coraz większą łatwością reprodukcji. Przeładowanie obrazami stanowi element szerszego procesu przeładowania informacjami, które są przez te obrazy ilustrowane.

Socjologia próbuje zatem interpretować obrazy jako element życia społecznego. Ramy, poprzez które można tej interpretacji dokonywać, są różne i często wewnętrznie sprzeczne, poczynając od dylematu o niewinności oka, które albo pozostaje obiektywne, kiedy zdjęcie robi badacz, albo zawiera w sobie ładunek subiektywności, kiedy zdjęcie robi zwykły śmiertelnik. Inne ujęcie każe interpretować obrazy przez pryzmat teorii Bruno Latoura³, nadając im rangę quasi-podmiotów – elementów życia społecznego niebędących ludźmi,

1 Naomi Rosenblum, *Historia fotografii światowej*, przeł. I. Baturo, Baturo, Bielsko Biała 2005.

2 Adriana Portella, *Visual Pollution*, Routledge, Londyn 2014.

3 Bruno Latour, *Przedmioty także posiadają sprawczość*, w: Ewa Domańska (red.), *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki*. *Antologia*, przeł. A. Derra, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2010.

ale posiadających zdolność społecznego oddziaływania podobną do ludzkiej. To ujęcie, chociaż obserwacja dotycząca sprawczości i wpływu wydaje się celna, nie uwzględnia jednak mechanizmów oddziaływania samych obrazów oraz sposobów ich kolportażu, ani procesów pozwalających w ten sam sposób rozumieć treści komunikowane za ich pomocą różnym odbiorcom. Wreszcie, można ująć obrazy jako element komunikacyjny *per se*. Obraz jako element komunikacyjny powinien być interpretowany w odniesieniu do swojego kontekstu, ale ze świadomością osobnych procesów nadawania i rozumienia znaczeń, zachodzących w relacji z materiałami wizualnymi. Znaczenie obrazu wynikać będzie w tej interpretacji z kontekstu, ale pozbawienie danego obrazu jego oryginalnego kontekstu nie uczyni go całkowicie nieodczytywalnym. W interpretacji komunikacyjnej, obrazy nie funkcjonują w próżni jako przedmioty badań czy quasi-aktorzy życia społecznego; są społecznie poddawane procesom nieustannej wymiany i rekontekstualizacji, które formują ich znaczenie, sens i społeczne praktyki dookoła nich.

Jak więc komunikowane są obrazy w świecie wizualnego nadmiaru? Jak ich komunikowanie wpływa na nasze sposoby ich rozumienia? Warto przywołać tutaj dwie teorie z zakresu komunikacji i mediów, które będą stanowiły istotną ramę do rozważenia tego zagadnienia. W teorii *agenda setting* Waltera Lippmanna⁴, która w przeciwieństwie do innych terminów wprowadzonych przez niego do świata socjologii (stereotyp), jak i świata w ogóle (zimna wojna), nie miała takiej siły przebiccia, media stanowią niezwykle istotny element wytwarzania powszechnej zgody (*manufacturing consent*) na społecznie przyjętą wersję porządku istotności zdarzeń w bieżącym świecie. Lippmann przedstawia media jako pomost pomiędzy zdarzeniami rzeczywistymi a tym, co uogólniona publika uznaje za ważne – to media, filtrując świat i opatrując komunikaty o nim stosowną formą przyciągającą wzrok, formują nasze wyobrażenie o ważnych zjawiskach. Opinia publiczna według Lippmanna posiada określoną pojemność uwagi – innymi słowy, decyzje zapadające w obrębie mediów kształtować będą nie tylko wierzchołek piramidy istotności, ale także tę jej część, która pozostanie w powszechnej ocenie niezauważona – uwaga publiki jest w stanie bowiem skupić się tylko na części spraw. Znając ten mechanizm, zarówno aktorzy publiczni, jak i same media, mogą kształtować hierarchię ważności w taki sposób, żeby sprawy, które powinny pozostawać niezauważone, znajdowały się poza zasięgiem uwagi większości odbiorców. Na przykład politycy niepopularne ustawy przepychać będą w pakietach, bo tylko część z nich będzie mogła być oprotestowana. Jaka w tym wszystkim jest rola obrazów? Światem komunikowania masowego

4 Walter Lippmann, *The World Outside And The Pictures In Our Heads*, za: <http://xroads.virginia.edu/~hyper/lippman/ch01.html>.

rządzi koncepcja określana jako *infotainment*⁵. Wprowadzone jako pojęcie krytyczne wobec stopniowego upowszechniania się tego procesu, słowo to oznacza fuzję informacji i rozrywki, mającą zapewnić nadającemu komunikat masowy odbiór i zaangażowanie tych, do których ten przekaz trafia, przy użyciu niskich zabiegów kontekstowego umieszczania treści. Tak samo jak współczesna architektura stanowi w istocie w dużym stopniu inżynierię zachowań masowych, a nauka o przepływach potoków ludzkich jest podstawowym narzędziem mającym na celu maksymalizację zysków inwestorów poprzez takie skonstruowanie przestrzeni, by jednostka skazana była na jak największą ekspozycję na bodźce reklamowe, światem informacji rządzi *klikalność*. Określenie to oznacza stopień, w jakim masowy odbiorca zareagował zaangażowaniem na dostarczaną treść, podejmując interakcję z nadawcą. Obraz stał się narzędziem w procesie dużo istotniejszym niż sucha ilustracja. Dzięki możliwościom rozpowszechniania, stanowi wyjątkowo skuteczne narzędzie wywierania wpływu na jednostkę, a z racji niemożności uzyskania pełni informacji bez kontekstu osadzenia – poddaje się manipulacjom. Dużo mniej liczy się rzetelność dziennikarzy, coraz częściej zastępowanych przez uczestników wydarzeń. W świecie *infotainmentu* liczy się bowiem raczej szybkość reagowania niż jakość przekazywanych informacji.

Znana fraza Marshalla McLuhana, „medium is the message”⁶ znajduje swoje zastosowanie również w przypadku zaaplikowania jego teorii – opublikowanej po raz pierwszy w latach 60. XX wieku – do czasów późniejszych. I chociaż, jak głosił w innej swojej pracy, rychły koniec Galaktyki Gutenberga nie nastąpił wraz z rozwojem technologii, a odbiór informacji wciąż opiera się na zmyśle wzroku⁷, to obrazy w komunikowaniu masowym stanowią doskonały przykład eksplikacji jego założeń o technologii jako przedłużeniu człowieka. Obraz stanowi komunikat sam w sobie; społeczne interpretacje obrazów jako potwierdzenia rzeczywistości danego zdarzenia pozwalają aktorom kreującym opinię publiczną na manipulowanie odbiorem zdarzeń rzeczywistych przez sposób ich zwizualizowania w komunikacie medialnym. Idąc dalej, w myśl internetowego powiedzenia *pics or it didn't happen*, obrazy stają się przedłużeniem rzeczywistości, by z czasem z powodzeniem zająć jej miejsce. W prowokacyjnie zatytułowanym eseju *Wojny w Zatoce nie było* Jean Baudrillard dowodzi, że realność wojny traci na znaczeniu dzięki reprezentacji medialnej konfliktu; w efekcie – dzięki wyczerpującemu raportowaniu o sytuacji

5 David Demers, *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals*, Marquette Books, Milwaukee 2005.

6 Por. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, The MIT Press, Cambridge 1994.

7 Por. Marshall McLuhan, M., *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, Toronto 2011.

na froncie w opinii publicznej konflikt zaistniał w oderwaniu od jego rzeczywistego przebiegu⁸. Baudrillard dowodzi, że sama wojna mogła się w ogóle nie wydarzyć – niezależnie od tego, obie jej strony były beneficjentami medialnej wrzawy, umacniając się na swoich pozycjach. Największy zysk jednak przypada w udziale samym mediom, które umocniły swoją pozycję jako niezbędnego elementu współczesnego świata, nadzorców informacyjnej autostrady. Przewrotność historii spowodowała jednak, że następna wojna na tym samym terytorium odbyła się już w zupełnie innej medialnej oprawie. Wojna w Iraku w powszechnej świadomości zapisze się nie poprzez starannie wykonane w tym celu medialne rejestracje burzonych pomników i precyzyjnie wykrojone manifestacje wojennego teatru, a poprzez amatorskie zdjęcia, które na pamiątkę wykona grupa żołnierzy stacjonująca w więzieniu Abu Ghraib. Ponownie odwołując się za McLuhanem do znaczenia samego medium w formowaniu przekazu, należy zastanowić się bowiem, jakie znaczenie dla funkcjonowania obrazów ma zmiana samych mediów, związana z demokratyzacją komunikowania i upadkiem tradycyjnej prasy? Koniec lat 90. XX wieku przynosi powolne, ale spektakularne trzęsienie ziemi w polu komunikowania masowego. Pojawienie się Web 2.0, internetu nastawionego już nie na ekspertów i profesjonalistów, a na narzędzia pozwalające na swobodną ekspresję własnych przemyśleń zwykłemu użytkownikowi, w czasach okazało się być początkiem końca świata papierowych gazet. Demokratyczny dostęp do kanałów komunikacji spowoduje wywrócenie się dawnej hierarchii z teorii Lippmanna. Już nie niewielu wybrańców dokonuje stałej selekcji istotnych materiałów przez pryzmat swojej polityki wewnętrznej i subiektywnego spojrzenia, ale mamy raczej za pośrednictwem jednego kliknięcia do czynienia z płataniną różnych kanałów, często rozbieżnych, czy wręcz w skrajnych wypadkach zaprzeczających sobie, dostosowaną do naszego indywidualnego zapotrzebowania. Obraz, który komunikuje się w mediach społecznościowych z prędkością światła i niezwykle łatwo staje się *viralem*, stanowić będzie podstawę naszych procesów doświadczenia i przyswajania świata. Wizualne przeładowanie stanowi tylko manifestację przeładowania treściami, wynikającego z upowszechnienia się subiektywnego internetu. Jednakże, w świecie całkowitego i stałego dostępu do wszystkiego stajemy się kuratorami i edytorami, samodzielnie dobierając kanały komunikacyjne wedle naszych upodobań. Próbuując nadążyć za zmianami, media kładą większy nacisk na klikalność, rozwijając dalej *infotainment* i koło się zamyka. Obserwując dynamikę zdemokratyzowanego świata komunikowania masowego, w dużej mierze opartego na obrazach, które z ilustracji przekształciły się w *treść samą w sobie*,

8 Por. Jean Baudrillard, *The Gulf War Did Not Take Place*, Indiana University Press, Bloomington 1995.

należy się zastanowić nad niektórymi z nich, odgrywającymi rolę da-
lece wykraczającą poza ich oryginalny kontekst.

Jakie społeczne funkcje pełnią dziś ikony, kulturowo desygnowane ob-
razy szczególne, których funkcją było integrowanie uczestników toż-
samyh kultur dookoła wspólnego porządku wartości, wizji histo-
rii i własnej tożsamości? W ramach swoich badań nazywam obrazy
szczególnie w dobie zdemokratyzowanego komunikowania nowymi
ikonami, a ich zbiory zależne od kulturowej przynależności ich od-
biorców – nowymi ikonografiami⁹. Jakkolwiek określenia zarówno
ikona, jak i *ikonografia* posiadają swoje socjologiczne umocowanie¹⁰,
wydaje się istotne podkreślić, jakie rozumowanie stoi za wyborem
takiej, a nie innej terminologii. Nowe ikonografie stanowią przykład
tego, jak zmienia się społeczny sposób odbioru fotografii – w jaki spo-
sób dane zdjęcie staje się ważne, skąd bierze siłę społecznego oddzia-
ływania i wpływu na rozumienie historii w danej grupie odbiorców.
Forma współczesnej ikonografii jako zbioru obrazów o szczególnym,
ponadprzedmiotowym sposobie oddziaływania na grupę w oparciu
o kulturowo zakorzenione sposoby intersubiektywnego rozumienia
i komunikowania, wynika ze sposobów funkcjonowania klasycznych
ikonografii w starciu z demokratyzacją komunikowania wizualnego.
Nowe ikonografie od tych klasycznych różnić będzie przede wszyst-
kim przebieg procesów, składających się na przebieg mechanizmów
ich formowania oraz społecznego oddziaływania. Oryginalne ikono-
grafie były zależne od kultury o szerokim, makrosocjologicznym za-
sięgu. Ich rozumienie wynikało ze zinternalizowania kultury w jej
klasycznej formie, zakładającej jedność miejsca i czasu, współdzie-
lonych przez uczestników tej samej zbiorowości, co Giddens¹¹ opisy-
wał jako jeden z immanentnych składników świata przed nastaniem
doby współczesności. Późna nowoczesność, z nierozzerwalnie wpisa-
nym w jej charakter rozbićm zależności między kulturą a wspól-
notą miejsca i czasu, w połączeniu z procesami demokratyzacji ko-
munikowania, powodują w efekcie zmianę ustrukturyzowania oraz
zasięgów oddziaływania kultur. Bardziej demokratyczna wspólnota,
wyzbyta konieczności terytorialnej integracji pomiędzy członkami,
będzie w stanie produkować teksty kultury i komunikaty o zupełnie
innym poziomie abstrakcyjności – w pewnym zakresie można za-
ryzykować tezę, że umożliwiona przez nowych aktorów komunika-
cyjnych w postaci środków wielokierunkowej komunikacji rozłącz-
ność kultury i terytorialności pozwoliła kulturom oderwać się od

9 Teoria nowych ikonografii stanowi rdzeń mojej pracy naukowej
w ramach studiów doktoranckich na ISNS UW i główny temat rozprawy
doktorskiej, którą obecnie przygotowuję pod kierownictwem
dr. hab. Pawła Moźdzyskiego.

10 Por. Gilian Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych*, przeł. E. Klekot,
Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

11 Anthony Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, przeł. A. Szulżycka,
Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

zagadnień związanych z realnością danego miejsca i skupić na treściach związanych bezpośrednio z *tożsamościowym* aspektem danej grupy. Skoro grupa nie współdzieli miejsca i czasu, jej zadaniem jako wspólnoty nie jest już przykładowo obrona poszczególnych uczestników przed drapieżnikami czy innym zagrożeniem, zatem musi znaleźć inne elementy przyciągające potencjalnych uczestników, takie jak np. spójna i pociągająca tożsamość, wraz z wynikającą z niej dyspozycją, dotyczącą stylów życia i kulturą symboliczną. Traktując ikonografię jako element danej kultury, należałoby zatem podkreślić wynikające ze zmiany w sposobach funkcjonowania samej kultury przekształcenia sposobów społecznego oddziaływania włączonych w nie ikonografii.

Uznając ikony za element swoisty każdej z kultur, pełniący funkcję dodatkowego integratora i jednocześnie emanacji danej kultury w jej empirycznie doświadczalnym wymiarze, można potraktować obrazy szczególne w taki sam sposób, w jaki ujmuje się inne symboliczne manifestacje danych kultur. Służą wzmocnieniu poczucia wspólnoty wewnątrz danej społeczności i są narzędziem do odróżniania swoich i obcych. Symboliczny charakter obrazów jest dodatkowym umocowaniem ich segmentującego charakteru i pełnionej przez nie funkcji – obraz, pomimo najszczerzych chęci badaczy wizualności, fotografów i kuratorów nie stanowi odrębnego języka, a do odczytania znaczeń fotografii potrzebne są odpowiednie kompetencje¹². Opisywana przez Bergera pośmiertna fotografia Che Guevary obrazuje rozległość tego procesu. W pierwszym rozumieniu surowa dokumentacja wojskowego triumfu nad partyzantami posiada dwójaki potencjał symboliczny. Po pierwsze, sama w sobie stanowi punkt odniesienia do historii wizualności, podobny do mechanizmów opisywanych w *Atlasie Mnemosyne* przez Aby'ego Warburga¹³. Ważkość samego wydarzenia znajduje swoje odbicie w intencjonalnym – lub nie – powieleniu samego układu fotografii, która również dobrze mogłaby być renesansowym obrazem. Druga warstwa symboliki wynika z kontekstu osadzenia samego bohatera zdjęcia – dokumentując zwycięstwo nad Guevarą, obraz stanowi punkt odniesienia zarówno dla jego przeciwników, jak i tych traktujących go jako wodza. Symboliczny charakter – przez co rozumiem w tym wypadku funkcję reprezentowania szerszego zjawiska geopolityczno-historycznego, istotnego dla danej grupy (jak, przykładowo, wojna, rewolucja, śmierć tyra) wymaga kompetencji pozwalających nie tylko na odczytanie oryginalnego kontekstu wykonania danej fotografii, ale też szerszego, umykającego bezpośredniemu opisowi osadzenia danego obrazu w kontekście procesów i zjawisk. Śmierć Mussoliniego, sfotografowana przez Vincenzo Caresse, jest na pierwszy

12 Por. John Berger, *Sposoby widzenia*, przeł. M. Bryl, Aletheia, Warszawa 2008.

13 Por. Aby Warburg, *Atlas obrazów Mnemosyne*, przeł. P. Brożyński, M. Jędrzejczyk, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2016.

rzut oka drastycznym obrazem wisielców, ale wraz ze zwiększaniem się kompetencji, niezbędnych do jej prawidłowego odczytania i osadzenia, staje się symbolem upadku faszystowskich Włoch i jednego z wielu końców II wojny światowej. Konkludując, obrazy – w formie masowo komunikowanych i włączonych w poczet kultury symbolicznej danej populacji – spełniają funkcję antagonizującą i jednoczącą, zależnie od przynależności oceniającego. Ta antagonizująca funkcja ikonografii znajduje swoje odwzorowanie w biografiami poszczególnych obrazów. Weźmy powszechnie komentowaną publikację zdjęcia, dokumentującego przebieg zbrodni lubińskiej, z Michałem Adamowiczem niesionym przez innych demonstrujących chwilę po śmiertelnym postrzale. Użycie jej jako reklamy jednej z wódek w ramach korporacyjnych kont na portalach społecznościowych, tłumaczone było niewiedzą osób zatwierdzających publikację. Owa niewiedza stanowi ważny przykład rozbieżności w kulturze ikonograficznej pomiędzy pokoleniami należącymi według nowoczesnych definicji do tego samego obszaru kulturowego z racji wspólnej tożsamości narodowej. Ponowoczesna interpretacja tego zagadnienia każe odczytywać te potencjalnie tożsame kultury jako rozłączne; w efekcie opublikowanie tego zdjęcia nie jest błędem, a niezgodnością w jego symbolicznej interpretacji. Podobna płynność w interpretowaniu obrazów, stanowiących w obszarze określonych kultur obrazy symboliczne o wysokim znaczeniu, prowadzi do zaostrzenia antagonizującego charakteru odrębności kulturowej *per se*. Świętość i istotność danych obrazów jest często lekceważona nie z powodu negatywnych intencji, tylko przez brak kompetencji symbolicznych, pozwalających je interpretować.

Szczególne role obrazów jako nośnika wartości kulturowej, zakodowanej w samym obrazie w formie jego symbolicznego ładunku, stanowiąc będzie zatem w świecie wizualnego przeładowania jeden z niewielu wyróżników, który będzie wyłączać pojedyncze obrazy, desygnowane do szczególnych zadań, z naturalnego dla zdemokratyzowanej komunikacji strumienia treści wizualnych. Rytuały, którymi obrastają nowe ikony, będą wynikać z ich społecznie nadanej istotności. Pewne obrazy, poprzez społecznie lub odgórnie nadany im status *sacrum*, staną się pewnego rodzaju wizualną bronią, która poprzez narzędzia służące do reprodukcji będzie w istocie stanowić narzędzie kluczowe do konstruowania tożsamości grup, dyscyplinujących dane populacje. Norbert Elias opisywał zależność pomiędzy przemocą a państwem, odnajdując kryterium sukcesu danego organizmu państwowego w zarządzaniu masami ludzkimi w umiejętnym przejściu kontroli nad instrumentami przemocy przez aparat państwowy¹⁴. Idąc dalej, realna groźba konfrontacji z silniejszym od nas państwem z czasem ustępuje miększej formie kontroli przemocy poprzez jej upowszechnioną

14 Por. Jonathan Fletcher, *Violence and Civilization: An Introduction to the Work of Norbert Elias*. Polity Press, Cambridge 1997.

świadomość w populacji. Nie boimy się zatem bezpośredniego zagrożenia, tylko raczej w ramach socjalizacji zostajemy oswojeni ze świadomością, że takie zagrożenie może istnieć – w sposób podobny do opisywanego przez Foucaulta w *Nadzorować i karać*. Kontrola przestaje mianowicie zależeć od bezpośredniego kontaktu z instrumentami państwowymi (przemocy lub nadzoru) i staje się immanentną częścią składową danej kultury, wpajając system dyspozycji odnośnie do pożądanych zachowań jako automatyzm, wykraczający poza potencjalne zagrożenie karą¹⁵. Idealnym przykładem tego procesu może być państwowa (lub, w ogólności, instytucjonalna) forma realizowania polityk historycznych – sepizacja i kontrsepizacja¹⁶ określonych zagadnień w zakresie historii danej populacji, oraz nadawanie im określonej, symbolicznej manifestacji w postaci intersubiektywnie komunikowalnych obrazów, co pozwala na kontrolowanie uogólnionej percepcji świata osób poddanych kontroli.

Przed nastaniem ery demokratycznego komunikowania masowego, państwo i władza stanowiły z definicji organy, mające kolosalny formujący wpływ na system komunikowania. Koncesje, wsparcie, narzędzia kontroli prasy, czy nawet agencje prasowe – wszystkie te instrumenty kształtowały ramy funkcjonowania gazet, tygodników i innych mediów, opierających się na rozpowszechnianiu obrazów ilustrujących bieżące wydarzenia. Idąc dalej, te same instytucje państwa spełniają funkcje kontrolne wobec systemów o nieporównywalnie większym zasięgu. Można bowiem nie czytać gazet, ale czy można uniknąć nauki w zinstytucjonalizowanej szkole, wraz z jej odgórnice narzuconą koncepcją historii i porządku świata, replikowaną za pośrednictwem podręczników, planów zajęć, ilustracji akademii? Ikonografia przestaje być w tym wypadku jedynie instrumentem antagonizującym tu i teraz, w kontekście konkretnych przypadków *rozumienia* i *nierozumienia* danych ikon zależnie od kompetencji kulturowych, a staje się elementem polityki historycznej i nadaje wizualny wymiar określonym zjawiskom, spełniając zadanie trwałej integracji wewnątrzgrupowej i antagonizacji zewnętrznej. Szkoła kształtuje społeczne wyobrażenie i symboliczne asocjacje o danym zjawisku poprzez nieustanną replikację określonych, pożądanych przez obecną politykę historyczną, treści. Przykładem takich procesów może być obecna tendencja wzrostowa dotycząca zainteresowania konfliktami polsko-ukraińskimi, znajdująca swoje odbicie w powstaniu i wzroście popularności figury retorycznej Żołnierzy Wyklętych. Jej pojemność pozwala na objęcie równym szacunkiem niekwestionowanych bohaterów wojennych oraz dowódców, którzy kierowali dokonywaniem

15 Por. Michel Foucault, *Nadzorować i karać*, przeł. T. Komendant, Aletheia, Warszawa 2002

16 Por. Marek Czyżewski, Kinga Dunin, Andrzej Piotrowski, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, w: tychże (red.), *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 1991.

zbrodni na cywilach. Odbiciem instytucjonalnego przejścia ikonograficznego kultu Żołnierzy Wyklętych może być upowszechnienie reprodukcji wizerunków tychże w formie pomników, publikacji historycznych instytucji państwowych oraz przede wszystkich włączenie ich wizerunków w poczet instytucjonalnego programu historii Polski, nauczanych w szkołach.

Polski przykład, jakkolwiek bliski i bieżący, więc podatny na obserwację uczestniczącą, nie jest oczywiście jedynym dowodem na instrumentalizację ikonografii jako elementu państwowego systemu kontroli nad tożsamością ideową obywateli. Innym przykładem, ciekawym ze względu na możliwość obserwowania mechanizmów jego tworzenia, jak również na szeroko reprodukowany poprzez media charakter tych ikon, stanowi agencja Dabiq, powołana do życia wraz z powstaniem Państwa Islamskiego Iraku i Lewantu – ISIS. Materiały wizualne, związane z okresem funkcjonowania samozwańczego Państwa Islamskiego, są przykładem obrazów wojny prowadzonej w czasie po demokratyzacji komunikacji masowej. Obrazy tej wojny mają spełniać określone cele, są kreowane przez świadomych autorów, orientujących swoje działania na to, by wpłynąć na odbiorcę w konkretny sposób. Są nośnikiem agendy rządowej w systemie, w którym jakkolwiek weryfikacja jest utrudniona. Mają spełniać funkcję propagandową zewnątrz, przerażać swoim okrucieństwem i umacniać przeświadczenie o absolutnej bezwzględności wojowników ISIS. Wewnątrz mają natomiast integrować społeczność i umacniać ją w działaniach pożądanых przez władze, odwołując się do symboliki i kultury wewnętrznej. Wśród komunikowanych materiałów znajdują się na przykład zdjęcia pośmiertne męczenników i wdów po nich. Ten symboliczny porządek jest powielany w praktycznie wszystkich komunikatach, ze szczególnym naciskiem na ich jakość i łatwość przyswojenia – wiele z nich upraszcza arabskie terminy religijne i tworzy koncepcję określaną jako *cooljihad*. Nowoczesny, teledyskowy sposób dynamicznego przedstawienia scen śmierci niewiarynych ma potencjał dotarcia i indoktrynacji większej liczby osób, zwłaszcza że jest z dużą biegłością kolportowany przy użyciu popularnych kanałów komunikacyjnych. ISIS wykorzystuje serwisy społecznościowe, tworzy memy, robi wszystko, co potrzebne, by wpasować się w świat komunikowania wszystkich ze wszystkimi, gdzie każdy z przekazów ma dużo mniej czasu, by zacząć się w świadomości odbiorcy. Z drugiej strony, reakcja zachodnich mediów i odbiorców stanowi przykład bezradności tradycyjnych mediów w obliczu transformacji zarówno wojny, jak i samych środków masowego komunikowania. Reprodukowanie materiałów propagandowych, takich jak stop-klatka z filmu, dokumentującego przebieg egzekucji na Jamesie Foley, na pierwszych stronach gazet stanowi *de facto* realizację założeń samych autorów. Pojedyncze zdarzenia, takie jak pierwsza strona „The Independent”, który zdecydował się zamiast zdjęcia z egzekucji opublikować stanowisko redakcji w formie tekstu

na czarnym tle¹⁷, to przykład próby poradzenia sobie z nową sytuacją i sprostania zmieniającym się czasom. W szerszym sensie, zbieg okoliczności związany ze spadkiem budżetów w prasie oraz ostrych praw ISIS dotyczących zagranicznych reporterów, które czynią dokumentowanie strefy konfliktu praktycznie niemożliwym skazuje redakcje na operowanie obrazami dostarczonymi przez organy ISIS. Remedium staje się rezygnacja z publikowania obrazów bezpośrednio dokumentujących konflikt i odwoływanie się do symbolicznych przedstawień. Ten zabieg, często czerpiący z banków obrazu, w równym stopniu wynika ze świadomej decyzji o pominięciu materiałów obwarowanych tabu, jak i z konieczności funkcjonowania słabiej finansowanych kanałów komunikowania masowego po demokratycznym zwrocie. Redakcje nie chcą wysyłać reporterów w strefę panowania ISIS z racji niebezpieczeństwa i braku zaplecza ekonomicznego. Nie zmienia to jednak faktu, że niezależnie od podstawowej motywacji, obrazy generowane przez agendy komunikowania masowego ISIS nie są pomijane w środkach masowego przekazu, a ich propagandowa funkcja jest reprodukowana. Ikonografia tej wojny jest skomponowana z obrazów przechwyconych, pozbawionych swojego pierwotnego symbolicznego znaczenia, nadawanego im przez autorów i z obrazów o znaczeniu symbolicznym i generalizującym, pozbawionych funkcji dokumentacyjnej – takich jak wyreżyserowane obrazy ze stocku, przedstawiające domyślnego arabskiego terrorystę granego przez aktora. Ponieważ obrazy te w dalszym ciągu spełniają swoją funkcję komunikacyjną i są rozumiane przez odbiorców trafnie kojarzących je z komunikatem, który mają nieść, okazuje się, że przemoc udawana lub fragmentaryzowana w przypadku reprezentacji wizualnej w dalszym ciągu spełnia swoje zadanie komunikacyjne w doktrynie *infotainmentu*; nie tylko przyciąga wzrok, ale również może być replikowana. W tym samym czasie, obrazy ilustrujące konflikty związane z ISIS spełniają dodatkową funkcję ikonograficzną, integrując wewnętrznie obie strony konfliktu i atomizując je względem siebie, umacniając obraz bezwzględnych bojowników, którzy nie zawahają się przed niczym.

Niezależnie od areny teatru wojennego, żołnierze pozostają jednak ludźmi i tak jak wszyscy konstruują swoją tożsamość jako uczestnicy informacyjnego galimatiasu w epoce zdemokratyzowanego komunikowania za pośrednictwem takich narzędzi jak Instagram, Facebook czy Twitter. Miejsce osobistych listów z okopów zajęły obrazy amatorskie, rejestrujące wojnę z perspektywy bezpośredniego uczestnictwa. I tak jak w przypadku zdjęć z Abu Ghraib sprzed piętnastu lat, amatorskie zdjęcia oznaczały celową, pamiątkową dokumentację zdarzeń mających miejsce w więzieniu, tak obecne rejestracje wojny nie różnią się w swoim charakterze od rejestracji dnia codziennego, której dokonujemy jako uczestnicy Instagrama, wrzucając zdjęcia

17 „The Independent”, 5.10.2014, s. 1.

eleganckich śniadań, konferencyjnych sal i wypoczynku nad wodą. Podobnie jak wszystkie inne obrazy wprowadzane do informacyjnej autostrady, zdjęcia wrzucane przez żołnierzy na ich profile w mediach społecznościowych, są czymś więcej niż suchym komunikatem o zjawisku. Ich sensem jest bowiem uprawomocnienie, w podobny sposób, w jaki kiedyś zdjęcia w gazecie poświadczały o rzeczywistości opisywanych zjawisk, obranej przez użytkownika-żołnierza indywidualnej tożsamości. Sceny kulis mieszają się na tych profilach z relacjami z pierwszej linii frontu. Instagram i związana z nim opcja geotaggingu wpływają też na samą dynamikę działań wojennych. Na przykład udział Rosji w działaniach wojennych w początkach wojny na Ukrainie, obecnie niebudzący wątpliwości, ale wówczas jeszcze oficjalnie negowany przez władze, został potwierdzony właśnie poprzez geotagi Instagrama, za pośrednictwem zdjęć udostępnianych przez samych żołnierzy z lokalizacją poza granicami państwa.

O ile kiedyś profesjonalizacja pracy fotografa umożliwiała państwu sprawowanie nadrzędnej funkcji kontrolnej nad tym, jakie obrazy wojny powstają i są wprowadzane w obieg, o tyle udostępnienie łatwych w obsłudze narzędzi i powszechność dostępu do nich wpływają na zdemokratyzowanie obrazu wojny. Jeżeli śmierć Mussoliniego przeszła do historii jako ikoniczne zdjęcie Caresse, to już śmierć Muamara Kaddafiego zapisała się na kartach historii i pierwszych stronach gazet poprzez niejako przypadkowe zdjęcie umierającego dyktatora, stopklatkę filmu wykonanego przez jednego z żołnierzy odpowiedzialnych za schwytanie Kaddafiego, które było najpierw zreprodukowane w prasie jako ekran amatorskiego aparatu przeфотографowany przez reportera AFP/Eastnews. Czy można wyobrazić sobie dobitniejszy dowód na koniec dawnych funkcji mediów? Jeżeli, jak stwierdzał McLuhan, medium samo w sobie jest przekazem, to czy przeniesienie wojny ze szpalt prasy do autostrady instagramowych feedów zmienia tym samym mechanizmy samej wojny? Gdyby, jak chciał Baudrillard, wojna w Zatoce *nie odbywała się* obecnie, można by jej rzeczywisty przebieg z łatwością zweryfikować za pośrednictwem prywatnych kanałów komunikacyjnych, zarządzanych przez samych domniemanych uczestników działań.

Gazety, próbując nie stracić do końca na znaczeniu w dobie multimedialnego nadmiaru, wraz z nastaniem doby *infotainmentu* przeistoczyły się w wielowymiarowe portale, korzystając nie tylko z banku ilustracji, ale także z dobrodziejstw nowoczesnych technologii i łatwości komunikowania rozległych materiałów multimedialnych. Sami fotografowie zaś, przestając być potrzebni w dawny sposób jako siła napędowa medialnej maszyny, niekiedy wybierają wyodrębnienie się i profesjonalizowanie swoich działań w ramach różnorodnych konkursów fotografii prasowej. Hołdując z pozoru przestarzałym pryncypiom, których źródłem jest zinternalizowany przez tę grupę etos i swoisty kodeks honorowy fotoreporterów, regulaminy tych konkursów mogą stanowić bardzo istotny wgląd w hierarchię wartości całej

grupy fotografów prasowych w czasach, w których prasa z powodzeniem może obejść się bez nich. Emblematyczny dla całego systemu konkursowego i najszerzej rozpoznawalny przez odbiorców konkurs, World Press Photo, w regulaminie stawia bardzo sprecyzowane wymagania, dotyczące dopuszczanego zakresu manipulacji w fotografiach. Regulacje te jednak dotyczą przede wszystkim zakresu manipulacji materiałem samego obrazu fotograficznego, skupiając się na wskazaniu stopnia postprodukcji, który jest dozwolony. W tym samym czasie, od kilku lat praktycznie przy każdej edycji konkursu pojawiają się zarzuty dotyczące jednego z nagrodzonych projektów. Jedną z najgłośniejszych sytuacji tego typu stawiła Hosseinowi Fatemiemu, autorowi projektu dokumentalnego o współczesnym Iranie, zarzut manipulacji i przeinaczania faktów. I tak, widoczna na jednym z wyróżnionych zdjęć naga kobieta leżąca w pościeli, którą sam autor opisuje jako prostytutkującą się matkę, w praktyce okazuje się być modelką, która potraktowała sesję jako okazję do współpracy z zagranicznym fotografem i na początku nawet nie miała świadomości, w jakim kontekście zostanie później przedstawiona. Jednakże, integralność pod względem porządku faktograficznego ma w tym wypadku drugorzędne znaczenie, a w specyficznym świecie fotografów prasowych po upadku dawnej prasy najważniejsze jest operowanie odpowiednimi kluczami estetycznymi i narzędziami, w praktyce stanowiące doskonalenie fachu, którego moment dziejowy – w sensie publicznego zapotrzebowania – zdaje się przemijać.

Konkludując, trzęsienie ziemi, związane ze zmianami w komunikowaniu masowym, znajduje swoje odzworowanie w zmianach w świecie materiałów wizualnych. Samo wyodrębnienie obecnych czasów jako epoki wizualnego nadmiaru zdaje się nie opisywać mechanizmów stojących za radykalnym przyśpieszeniem obiegu obrazów i zagęszczeniem sieci informacyjnych autostrad, którymi obrazy do nas docierają. Jakie są więc losy obrazów w dobie zdemokratyzowanej komunikacji, internetu Web 2.0 i późnoponowoczesnego rozdzielenia grupowych percepcji wspólnoty miejsca i czasu? Obrazy stanowią element skomplikowanej maszyny – *infotainmentu* – który stał się naczelnym paradygmatem funkcjonowania klasycznych mediów masowych. Fuzja rozrywki i informacji karmi się obrazami, bo napędzają one zainteresowanie odbiorców, przyciągając ich wzrok. Fotografia stała się w związku z tym swobodnie powiązana z rzeczywistością, którą komunikuje na szpaltach papierowych i internetowych gazet, mogąc funkcjonować w obrębie osobnych, oddzielnych narracji o świecie w związku z podatnością obrazu na nadawanie nowych kontekstów. Tradycyjna rola obrazów jako uwiarygodnienia przekazu medialnego się skończyła. A drastyczność obrazu sama w sobie nie wyklucza go z komunikacji, bo wybór obrazów zdanych do publikacji podlega kalkulacji przewagi zysków nad stratami. Potencjalna siła szokująca obrazu wynika z kontekstu, w jakim jest odczytywany, a nie z niego samego. Próbuje dogonić swoją

dawną pozycję jako środkowego, kluczowego elementu kształtowania opinii publicznej gazety starają się pozostawić istotne, ale ich miejsce w przekazywaniu narracji o współczesnym świecie zajmują feedy Instagrama, posty z Twittera, dziennikarstwo obywatelskie i memy. W tym samym czasie, niektóre obrazy zyskują status obrazów szczególnych. Dawniej oddziaływały w ten sposób wprost ze szpalt gazet, gdzie ilustrowały istotne momenty dziejowe, teraz odbywa się to w wyniku bardziej skomplikowanych procesów konstruowania struktur narracyjnych przez aktorów wpływu. Świat ponowoczesności to świat złożony i zilustrowany za pomocą nowych ikonografii, odpowiadających swoim kształtem rozwarstwowanemu galimatiasowi kultur, do których przynależność nie wymaga już więcej wspólnoty terytorialnej i czasowej. Ikoniczność obrazów wynika z potencjału nadania im znaczenia przez polityki konstruowania tożsamości danych grup, a nie z bycia wiernym odwzorowaniem zdarzeń z przeszłości. Nowe ikony są stwarzane nie poprzez samą komunikowaną przez nie bezpośrednio i symbolicznie treść, ale z uwagi na rytualne znaczenie danego obrazu w interpretacji teraźniejszej oraz na jego potencjał dyscyplinujący. Odwracając maksymę McLuhana, we współczesnym świecie rozproszenia aktorów w wizualnej komunikacji masowej nie tylko środek komunikacyjny jest przekazem, ale paradygmat ciągłej, nieustannej wymiany informacji staje się komunikatem samym w sobie, samorzutnie umacniając się w swojej pozycji z każdym odświeżeniem naszych feedów.

Bibliografia

- Baudrillard, J., *The Gulf War Did Not Take Place*, Indiana University Press, Bloomington 1995.
- Berger, J., *Sposoby widzenia*, przeł. M. Bryl, Aletheia, Warszawa 2008.
- Czyżewski, M., Dunin K., Piotrowski A., *Cudze problemy, czyli wstęp do sepologii*, w: tychże (red.), *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 1991.
- Demers, D., *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals*, Marquette Books, Milwaukee, 2005.
- Fletcher, J., *Violence and Civilization: An Introduction to the Work of Norbert Elias*, Polity Press, Cambridge 1997.
- Foucault, M., *Nadzorować i karać*, przeł. T. Komendant, Aletheia, Warszawa 2002.
- Giddens, A., *Nowoczesność i tożsamość*, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Latour, B., *Przedmioty także posiadają sprawczość*, w: Ewa Domańska (red.), *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki. Antologia*, przeł. A. Derra, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2010.
- Lippmann, W., *The World Outside And The Pictures In Our Heads*, za: <http://xroads.virginia.edu/~hyper/lippman/cho1.html>.
- McLuhan, M., *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, Toronto 2011.
- McLuhan, M., *Understanding Media: The Extensions of Man*, The MIT Press, Cambridge 1994.

- Portella, A., *Visual Pollution*, Routledge, Londyn 2014.
- Rose, G., *Interpretacja materiałów wizualnych*, przeł. E. Klekot, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Rosenblum, N., *Historia fotografii światowej*, przeł. I. Baturo, Baturo, Bielsko-Biała 2005.
- „The Independent”, 5.10.2014, s. 1.
- Warburg, A., *Atlas obrazów Mnemosyne*, przeł. P. Brożyński, M. Jędrzejczyk, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2016.

Konsumpcja i „nadmiar”. Sześć mitów, które należy obalić

James Woudhuysen

Wielu projektantów – podobnie jak liberalna lewica – oszukuje samych siebie. Odpowiadają im liczne ortodoksyjne zasady obecne w projektowaniu, a szczególnie w jego nauczaniu. Stąd krytyka przez nich formułowana tylko czasem dotyczy istotnych i stabilnych przesłanek¹. Przyjrzyjmy się więc sześciu takim krytycznym przekonaniom, obecnym w opisie tematu tej konferencji; przekonaniom, które w gruncie rzeczy są mitami².

Projektanci muszą zawsze kwestionować przekazywaną im mądrość. W końcu w naszej dziedzinie często nie akceptujemy „problemu takiego, jakim się wydaje”. To jeden z najwspanialszych aspektów naszej dyscypliny.

Mit pierwszy: cierpimy z powodu nadmiaru i rzeczozmęczenia³

W oczach tych, którzy upowszechniają ten mit, wrażenia mówią same za siebie. Jednak przekonanie, że wszyscy mamy za dużo, a zwłaszcza, że mamy za dużo rzeczy, w większym stopniu świadczy o stylu życia ekspertów na Zachodzie, niż o sytuacji zdecydowanej większości ludzi na świecie.

Przyjrzyjmy się warunkom mieszkaniowym. Czy nasze domy faktycznie są „nadmiarowe”? Czy są, powiedzmy, zbyt duże? W Stanach Zjednoczonych, w których – obok Australii – domy są największe, ich rozmiary współcześnie zmniejszają się. Średnia wielkość 800 000 nowych domów wolnostojących i bliźniaków, oddanych do użytku w Ameryce w 2017 roku, wynosiła 225 m², co stanowiło spadek w stosunku do najwyższej wartości w historii – do 229 m² w 2015 roku. Rozmiary zmniejszyły się także po recesji w 2008 roku. Podobnie było w przypadku nowych mieszkań i budynków, w których kilka rodzin dzieli wspólną infrastrukturę (w 2017 roku ukończono 360 000 takich obiektów)⁴.

Niekończący się wzrost powierzchni domów nie jest więc w żadnym wypadku pewnikiem w gospodarce Stanów Zjednoczonych.

Typowy amerykański dom jest stosunkowo duży. Jednak już w Wielkiej Brytanii jest znacznie ciasniej. Plany z 2017 roku dotyczące przekształcenia dawnych biur wydziału mieszkalnictwa w londyńskiej

1 Niedawnym wyjątkiem od tej reguły jest J. Kolko, *Enough Design Methods*, „The Modernist Studio”, 28.05.2018, <http://www.themoderniststudio.com/2018/05/28/enough-design-methods/>.

2 Zob. „Temat” na stronie konferencji FAIR DESIGN 2018, <http://fair-design.pl>.

3 Neologizm „rzeczozmęczenie” pochodzi z polskiego tytułu książki Jamesa Wallmana (J. Wallman, *Rzeczozmęczenie. Jak żyć pełniej posiadając mniej*, przeł. K. Dudzik, Warszawa 2017) [przyp. red.].

4 US Census Bureau, *Median and Average Square Feet of Floor Area in New Single-Family Houses Completed by Type of Financing*, <https://www.census.gov/construction/chars/pdf/squarefeet.pdf>; US Census Bureau, *Median and Average Square Feet of Floor Area in Multifamily Units Completed*, https://www.census.gov/construction/chars/pdf/mfu_squarefeet.pdf.

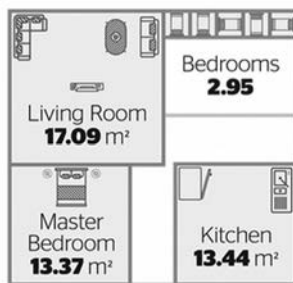
gminie Barnet w ponad 250 mieszkań przewidywały powstanie lokali znacznie mniejszych niż krajowe minimum, wynoszące 37 m² na osobę żyjącą w pojedynkę. Najmniejsze z nich miały mieć zaledwie 16 metrów kwadratowych⁵.

Brytyjskie mieszkania kurczą się. W latach 70. XX wieku miały one przeciętne ponad 55 m². Współcześnie wielkość ta spadła do około 47 m²⁶.

Przeciętne brytyjskie mieszkanie,
lata 70. XX w. (po lewej)



Przeciętne brytyjskie mieszkanie,
2018 r. (po prawej)



[salon, sypialnie, sypialnia gospodarzy, kuchnia]

W Wielkiej Brytanii rodziny nie cieszą się nadmiarem przestrzeni. Podobnie jest gdzie indziej. Jak wskazał w swoim wystąpieniu *Minimalizm potrzeb – 13 m²* dr Szymon Hanczar, małe mieszkania o wymiarach 12 –16 m² są użytkowane m.in. w Niemczech czy w polskim Wrocławiu od lat 90. XX wieku. Redukcja, którą postulują antykonsumpcjonistyczni obrońcy środowiska, stała się faktem. Doktor Hanczar uważa jednak, że ludzie – a w szczególności pary – potrzebują więcej miejsca. Niewykluczone, że – zgodnie z badaniami UBS – czeka nas koniec pomieszczeń kuchennych, jako że jedzenie z dostawą do domu stało się „częścią megatrendu, którego nie należy ignorować”⁷, a który można interpretować jako przykład gospodarki opartej na dzieleniu się (*sharing economy*), podobnie jak Airbnb czy Uber. W takim ujęciu Deliveroo i inne firmy tego typu przyczyniają się do miniaturyzacji czy wręcz rezygnacji z kuchni w nowo budowanych domach.

Jednak zewnętrzne kuchnie (*offsite kitchens*), w których przygotowuje się obecnie domowe posiłki, również stają się coraz mniejsze. Wiele

5 Robert Booth, „Dog kennel” flats in Barnet will be 40% smaller than Travelodge room, „The Guardian”, 27.03.2017, <https://www.theguardian.com/society/2017/mar/27/dog-kennel-flats-barnet-house-smaller-than-travelodge-room>.

6 LABC Warranty, *Are Britain’s Houses Getting Smaller? (New Data)*, kwiecień 2018, <https://www.labcwarranty.co.uk/blog/are-britain-s-houses-getting-smaller-new-data/>.

7 UBS, cyt. za: Dave Marino-Nachison, *Food & Dining: Predicting the „Death of the Kitchen”*, „Barron’s”, 20.06.2018, <https://www.barrons.com/articles/food-dining-predicting-the-death-of-the-kitchen-1529494200>.

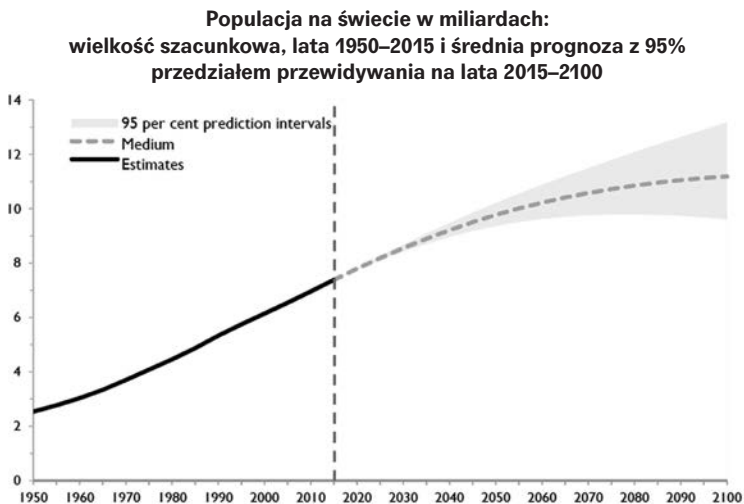
z nich to już pozbawione okien, metalowe kontenery⁸. A zatem w tym obszarze troski i dzielenia się, jak i w wielu innych, podłoże gospodarki opartej na kontraktach i tymczasowości (*gig economy*) jest aż nazbyt widoczna.

W kluczowej dziedzinie, jaką są ludzkie siedziby, nie mamy do czynienia z nadmierną konsumpcją, a z ciasnotą i ciągłym zmniejszaniem się przestrzeni. W Chinach i Hongkongu mieszkania są mniejsze niż w Wielkiej Brytanii. Zatem tak, na świecie potrzeba większej liczby miejsc zamieszkania⁹. I muszą być one w i ę k s z e, co powinni potwierdzić projektanci.

Mit drugi: co osiem lat jest nas o miliard więcej

Mit ten dotyczy populacji i jest łatwy do obalenia dzięki statystyce. Na dokładniejszą analizę zasługuje jednak sposób myślenia, który za nim stoi.

Na świecie jest obecnie 7,6 miliarda ludzi. Jak podano w raporcie ONZ z 2017 roku: „Dziesięć lat temu populacja na świecie każdego roku powiększała się o 1,24%. Obecnie wzrasta o 1,10%, co daje dodatkowe 83 miliony osób rocznie. Szacuje się, że populacja światowa powiększy się o nieco ponad miliard ludzi w ciągu następnych 13 lat, osiągając 8,6 miliarda w 2030 roku, a dalej 9,8 miliarda w 2050 i 11,2 miliarda w 2100 roku”¹⁰.



8 Sarah Butler, *How Deliveroo's „dark kitchens” are catering from car parks*, „The Guardian”, 28.10.2017, <https://www.theguardian.com/business/2017/oct/28/deliveroo-dark-kitchens-pop-up-feeding-the-city-london>.

9 James Woudhuysen, *The future of housing*, „Blueprint”, grudzień 2017, www.woudhuysen.com/the-future-of-housing/.

10 Organizacja Narodów Zjednoczonych, Departament Spraw Gospodarczych i Społecznych, Wydział do spraw Ludności, *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables*, dokument roboczy nr ESA/P/WP/248, 2017, https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf.

Jest więc jasne, że populacja światowa nie powiększa się o miliard co k a z d e osiem lat; raczej może się tak stać w ciągu najbliższych 12–13 lat. Natomiast po 2030 roku wzrost populacji o 1,2 miliarda powinien zająć około 20 lat, zaś po roku 2050 potrzeba będzie pół wieku, by powiększyła się ona o kolejne 1,4 miliarda.

Alarmistyczne prognozy dotyczące wzrostu populacji są więc przesadne i odzwierciedlają zachodnie lęki. Zachód obawia się, że zostanie przytłoczony przez afrykańskie eksplodujące miasta, afrykańską migrację i w dalszej perspektywie, przez ludne Chiny i kraje Azji. Zgodnie z tą uproszczoną interpretacją, wzrost populacji nie jest okazją do zasilenia światowej gospodarki większą liczbą umysłów i uzdolnionych projektantów, a brzemieniem dla Ziemi, która „jest tylko jedna”.

Według drastycznej, ale też mocno ograniczonej, „zielonej” wizji, skończone zasoby naturalne są zagrożone przez zbyt dużą liczbę osób do wykarmienia, z których każda konsumuje zbyt wiele. Co istotne, w tym beczasowym, czarno-białym modelu żadnej roli nie przypisano rozwojowi technologicznemu w gospodarce, pracy czy projektowaniu, chyba że wszystkie te dziedziny są nakierowane bezpośrednio na ograniczenie zużycia zasobów przez ludzi.

Maltuzjańska wizja populacji jest dzisiaj popularna¹¹. Co więcej, stworzone w jej duchu projekty są powszechne w Afryce, gdzie inicjatywy ONZ, Unii Europejskiej i innych są silnie ukierunkowane na „planowanie rodziny”. Zatem w Zambii prestiżowa firma projektowa IDEO współpracuje ze Światową Organizacją Projektowania (World Design Organization – WDO) na rzecz ograniczenia rozrodczości. Jedna z liderki firmy podała przykład, jak IDEO „zmienia ponurą, tradycyjną klinikę w Zambii w łatwo dostępne i zachęcające, tymczasowe Centrum Diwy, gdzie nastolatki malują paznokcie, otrzymując nieformalnie informacje medyczne na temat seksualności. Dzięki podejściu umieszczającemu człowieka w centrum, wielotygodniowemu zanurzeniu w życie nastolatków z Zambii, zrozumieniu ich sytuacji i potrzeb, organizacja IDEO.org zdołała zwiększyć liczbę dziewcząt korzystających z usług z zakresu planowania rodziny, stosując różnorodne formy kontaktu z nimi (sic!). We współpracy z Marie Stopes Zambia IDEO.org otworzyła już trzy Centra Diwy w okolicach Lusaki, które dostarczają antykoncepcję ponad 5 000 potrzebującym dziewczętom. Co imponujące, 82% z nich zaczęło stosować jakąś formę kontroli urodzeń, w zdecydowanej większości po raz pierwszy w życiu”¹².

11 James Woudhuysen, *The silent war against population growth in Africa*, „spiked”, styczeń 2018, <http://www.woudhuysen.com/silent-war-population-growth-africa/>.

12 World Design Organization, „Design policy conference”, 15–16 października 2016, Taipei International Convention Centre (1500 uczestników), <http://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdctaipei2016/activities/design-policy-conference/>.

Można by sądzić, że w Afryce za priorytetowe powinny uchodzić przedsięwzięcia na dużą skalę, jak elektryfikacja przedsiębiorstw i gospodarstw domowych czy irygacja, mechanizacja i cyfryzacja rolnictwa¹³. Okazuje się jednak, że nie są one priorytetem dla misjonarzy projektowania z siedzibą główną w Palo Alto w Kalifornii i w Montrealu w Quebecu. IDEO i WDO są bardziej zainteresowane ograniczeniem płodności kilku tysięcy afrykańskich kobiet niż wykorzystaniem projektowania w interesie afrykańskiego rozwoju.

Kiedy instytucje reprezentujące międzynarodową społeczność projektantów zaczną wprowadzać starannie zaprojektowane usługi z zakresu planowania rodziny do Polski?

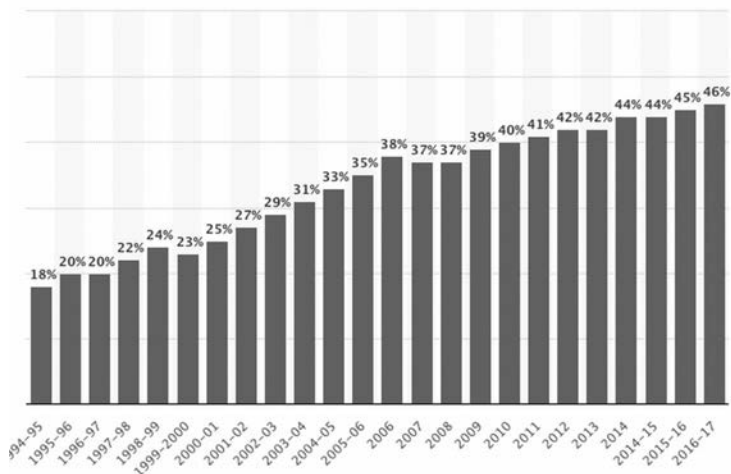
Mit trzeci: obywatele krajów rozwiniętych są syści

Twierdzenie to jest tak niezwykle, że może wynikać jedynie z niewiedzy.

Kto miałby zdefiniować, czym jest stan sytości? Jak go zmierzyć? W jaki sposób zrobić to bezstronnie, tak, by nie nakierować respondentów badania – nieświadomie bądź intencjonalnie – na odpowiedzi potwierdzające założony z góry wynik? Tylko nieliczni próbowali odpowiedzieć na te pytania. W miejsce badania postaw musimy więc zadowolić się zwykłymi, empirycznymi danymi statystycznymi.

Przyjrzyjmy się prostemu obowiązkowi domowemu, jakim jest mycie naczyń. Może nie wszyscy, jednak wielu ludzi woli, by praca ta była wykonywana automatycznie, przez zmywarkę. Jeśli jednak przyjrzymy się rozwiniętej gospodarce, jak ta Wielkiej Brytanii, okazuje się, że zmywarkę ma mniej niż połowa ludności¹⁴:

Posiadanie zmywarki w Wielkiej Brytanii, 1994–2017



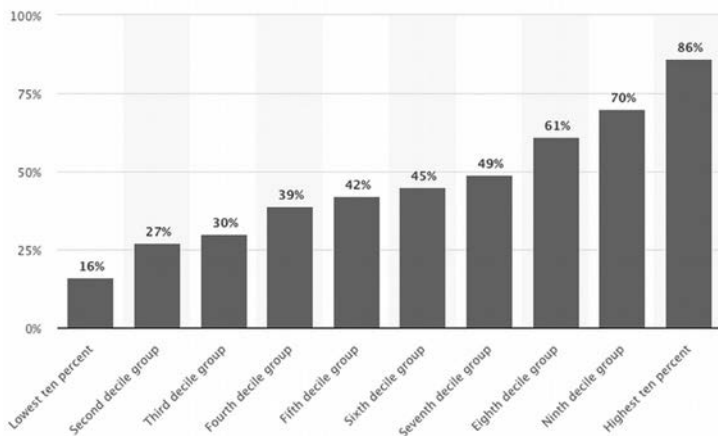
13 James Woudhuysen, *Africa: what would real progress look like?*, listopad 2017, www.woudhuysen.com/africa-what-would-real-progress-look-like/.

14 Statista, *Percentage of households with dishwashers in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2017, 2018*, <https://www.statista.com/statistics/289151/household-dishwashing-in-the-uk/>.

Najwyraźniej zapotrzebowanie Brytyjczyków na zmywarkę jest dalekie od zaspokojenia. Co więcej, w wielu domach w Zjednoczonym Królestwie brakuje również innych sprzętów. W 93% gospodarstw jest kuchenka mikrofalowa, a w 97% – pralka; suszarkę bębnową ma jednak tylko 56% gospodarstw, co jest spadkiem w stosunku do 59% w roku 2008¹⁵.

Nietrudno dostrzec, dlaczego nie wszyscy mają zmywarkę. Jej posiadanie jest silnie uwarunkowane wysokością dochodów¹⁶:

**Posiadanie zmywarki w Wielkiej Brytanii w 2017 r.
w zależności od dochodu**



[dolne 10%, drugi decyl, trzeci decyl, czwarty decyl, piąty decyl, szósty decyl, siódmy decyl, ósmy decyl, dziewiąty decyl, górne 10%]

Zatem: posiadanie urządzeń domowych i przypuszczalny bądź wynikający z badań stan nasycenia tymi produktami nie wynikają po prostu ze skończoności zasobów Ziemi i nienasyconego apetytu ludzkości. Nawet posiadanie powszechnych, dużych sprzętów AGD (jak lodówki czy piece), jest zależne od klasy społecznej. Możemy przyjąć za pewnik, że w kraju obsesyjnie podchodzącym do kwestii warunków mieszkaniowych i klas społecznych, jak Wielka Brytania, ilość

15 Statista, *Percentage of households with microwave ovens in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2016*, 2018, <https://www.statista.com/statistics/289155/household-microwave-penetration-in-the-uk/>; *Percentage of households with washing machines in the United Kingdom (UK) from 1970 to 2017*, 2018, <https://www.statista.com/statistics/289017/washing-machine-ownership-in-the-uk/>; *Percentage of households with tumble dryers in the United Kingdom (UK) from 1995 to 2017*, 2018, <https://www.statista.com/statistics/289140/tumble-dryers-in-households-in-the-uk/>.

16 Statista, *Percentage of households with a dishwasher in the United Kingdom (UK) in 2017, by gross income group*, 2018, <https://www.statista.com/statistics/289281/household-dishwashers-in-the-uk-by-income-group/>.

przestrzeni w domach i mieszkaniach jest silnie uwarunkowana klasowo.

Dynamika tego zjawiska zdecydowanie różni się od mizantropijnej wizji planety nękaną przez wszystkożerne istoty ludzkie – chciwe, bezmyślne stworzenia, których zachowania muszą ulec zmianie w wyniku jakiegoś odpowiednio zaprojektowanego bodźca¹⁷.

Wizje takie nie doceniają znaczenia technologii, pracy ani projektowania dla rozwoju gospodarczego, a zatem bardzo niewiele uwagi poświęcają bardzo realnej kwestii nierówności społecznych. Trzeba przyznać, że w tematyce konferencji poświęconej sprawiedliwemu projektowaniu uwzględniono problemy zarówno rosnącego rozwarstwienia, jak i ubóstwa, bezdomności i głodu. Wskazując na przyczynę tych zjawisk, stwierdzono jednak, że powodem niedoborów jest... nadmiar.

Ta teoria się nie broni. Nadmiar sam w sobie nie może tłumaczyć wszystkiego. Ekonomia polityczna zbudowana na koncepcji „nadmiaru” jest jednowymiarowa. Potępia ona kraje, które doświadczyły głodu – powiedzmy Etiopię, Bangladesz, Koreę Północną, Somalię, Jemen, Sudan Południowy czy północno-wschodnią Nigerię – kiedy z obawy przed wcześniej doznawanym brakiem dokonują one, mylnego z tego punktu widzenia, „tworzenia sztucznego nadmiaru”. Jednocześnie nośne pojęcie nadmiaru pozwala na przedstawienie rozwiniętych społeczeństw konsumenckich – przypuszczalnie brytyjskiego, a na pewno polskiego – jako ofiar przesytu, które ratunku szukają w strategiach takich, jak „redukcja, *re-use*, selekcja, wyłączenie, *slow-life*, minimalizm, świadome ograniczenie konsumpcji”¹⁸.

Taka strategia ma zalety. Większość projektantów powinna jednak wyjść od pytania: „dla jakich ludzi, do jakich domów” należy zaprojektować, powiedzmy, zmywarkę. W Wielkiej Brytanii wiele gospodarstw pozabawionych zmywarki jest utrzymywanych bądź zamieszkałych przez jedną osobę dorosłą¹⁹. Musi istnieć więc przestrzeń na rynku dla niedrogich, kompaktowych zmywarek. Takie właśnie, z ducha humanistyczne rozważania, bardziej niż moralistyczne oskarżenia o „nadmiar”, określają przyszłość projektowania dóbr konsumpcyjnych.

Koncepcja, zgodnie z którą w naszych domach mamy nadmiar dóbr konsumpcyjnych, w Ameryce funkcjonuje od dziesięcioleci. Powielanie jej przez projektantów jako nowego odkrycia Tych, Którzy Widzieli Światło, jest nudne, protekcyjne i głupie.

17 Brytyjski Behavioural Design Lab, stworzony we współpracy pomiędzy Warwick Business School i Design Council (2012–2015), kładł szczególny nacisk na zmianę zachowań ludzi w relacji do środowiska. Zob. <https://www.behaviouraldesignlab.org>.

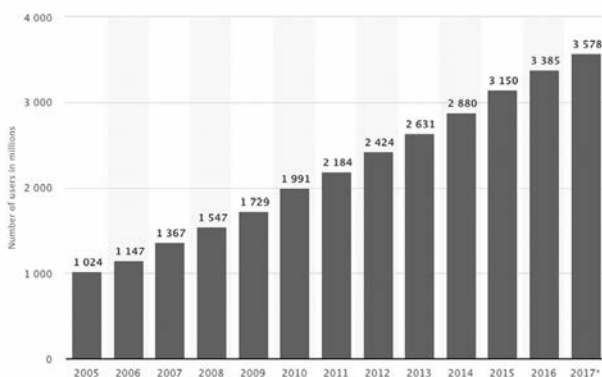
18 Zob. „Temat” na stronie konferencji FAIR DESIGN 2018, <http://fair-design.pl>.

19 Statista, *Percentage of households with a dishwasher in the United Kingdom (UK) in 2017, by household composition, 2018*, <https://www.statista.com/statistics/289337/distribution-of-dishwashers-in-the-uk-by-household-composition/>.

Mit czwarty: Dostęp do informacji i usług jest nieograniczony, co czyni nas bezradnymi

Najwyraźniej niektórzy projektanci żyją w bańce. W bańce tej konsumpcja jest na najwyższym poziomie, a wszyscy mają technologie informatyczne i oparte na nich usługi na wyciągnięcie ręki. W sytuacji nadprodukcji informacji i usług, jesteśmy najwyraźniej „bezradni wobec ich wielkiej ilości, której nie jesteśmy w stanie skonsumentować ani przetworzyć”. Jednak dostęp do informacji i usług daleki jest od nieograniczoności. Na świecie jest 200 milionów bezrobotnych, a wielu z nich nie może sobie pozwolić na zbyt wiele sprzętu IT. Setki milionów Afrykanów pozbawionych jest nie tyle IT, co elektryczności. Po czterech latach wysiłków Facebook porzucił pomysł wykorzystania latających na dużych wysokościach, zasilanych energią słoneczną dronów o rozpiętości skrzydeł 42 m, mających zapewnić laserowy dostęp do internetu w odległych zakątkach świata²⁰. Nadzieje na internet w tego typu miejscach leżą w inicjatywach takich, jak Project Loon firmy Alphabet – po zniszczeniu Puerto Rico w 2017 roku przez huragan Maria, w jej ramach wykorzystano balony stratosferyczne, by zapewnić podstawowy dostęp do internetu 200 tysiącom mieszkańców wyspy²¹. Jednak jak na razie użytkownicy sieci na świecie nie stanowią nawet połowy populacji²².

Liczba użytkowników internetu na świecie, 2005–2017



Liczba użytkowników w milionach

- 20 Katyanna Quach, *Facebook quietly kills its Aquila autonomous internet drone program*, „The Register”, 27.06.2018, https://www.theregister.co.uk/2018/06/27/facebook_kills_aquila/.
- 21 Amy Nordrum, *How Project Loon built the navigation system that kept its balloons over Puerto Rico*, „IEEE Spectrum”, 8.03.2018, <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/how-project-loon-built-the-navigation-system-that-kept-its-balloons-over-puerto-rico>.
- 22 Statista, *Number of internet users worldwide from 2005 to 2017 (in millions)*, 2018, <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide>.

Przekonanie, że ludzie są przytłoczeni przez nadmiar informacji, również nie jest nowe. Od kiedy Alvin Toffler jako pierwszy spopularyzował koncepcję przeciążenia informacyjnego (w książce *Future Shock* z 1970 roku), przekonanie, że istoty ludzkie nie radzą sobie z efektami rozwoju technologii informatycznych stało się powszechne. Od Richarda Saula Wurmana (*Information anxiety*, 1989) po Davida Shenka (*Data smog: surviving the information glut*, 1997) projektanci i komentatorzy niepokoiли się, jak to się stało, że nie nadążamy za przekazem informacyjnym związanym z rozwojem technologii.

A jednak przetrwaliśmy. Daliśmy sobie radę nawet z nawałem wiadomości, które rozsadały nam skrzynki odbiorcze, choć pojawiały się pesymistyczne głosy, że ludzie nie mają dostatecznie dużo rozsądku, by umieć poradzić sobie z takim zagrożeniem.

Nie wydaje się, żeby pojęcie „przeładowania informacjami” w przekonujący sposób charakteryzowało społeczeństwo. Zdecydowanie jednak znieważa ludzi.

Mit piąty: rzeczy o krótkim okresie przydatności bezpowrotnie wypierają przedmioty trwale

Rzekomemu nadmiarowi informacji towarzyszy przekonanie, że nie tylko mamy za dużo rzeczy; mamy za dużo „nowych” rzeczy. Właśnie ta nowość jest tu dyskusyjna i nieprawdziwa. Szczególnie innowacja może okazać się hochsztaplerką, jeśli dany produkt nie przetrwa, czy to fizycznie, czy to w sensie wyjścia z mody.

Wrogość wobec „zwodniczych innowacji” zaczęła się w Wielkiej Brytanii wraz z romantyczną reakcją na wzrost produkcji przemysłowej dóbr. Pisarze tacy, jak William Morris i John Ruskin z osłupieniem patrzyli na rosnącą różnorodność i spadającą jakość, wyraźne pod koniec XIX wieku w fali tanich produktów dla mas. Jednak debata na temat tego, co ekonomista Stuart Chase nazwał „szkodliwymi i niepotrzebnymi dobrami i usługami”, rozkręciła się na dobre dopiero po tym, gdy dyrektor General Motors, Alfred Sloan, w 1924 roku wprowadził coroczną zmianę modeli²³.

Chase poszedł drogą Thorsteina Veblena. Twierdził, że marnotrawstwo w konsumpcji jest widoczne szczególnie na polu wojskowości, narkotyków i zarejestrowanych leków, przestępczości, niespełniającej norm żywności, napojów, ubrań i innych artykułów codziennego użytku, w instytucjonalnych spekulacjach i hazardzie, w medycynie znachorów, na rynku dóbr luksusowych i ich tanich imitacji,

23 Stuart Chase, *The tragedy of waste* (1925), Macmillan, 1929, s. 27, <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=coo.31924002234544;view=1up;seq=40>. Również w 1924 roku kartel producentów żarówek – niemiecki Osram, francuski Compagnie des Lampes, holenderski Philips and amerykański General Electric – uzgodnił nie tylko ceny, ale też żywotność produktów, która miała nie przekraczać 1000 godzin. Od tego czasu przekonanie, że zaplanowane starzenie się produktów jest wynikiem mrocznego spisku, zyskało na wiarygodności.

w modzie, komercyjnej rozrywce, wyspecjalizowanych usługach i w reklamie – „swoistym ojcu chrzestnym pozostałych”. Zdaniem Chase’a, Amerykanie jedzą „za dużo generującego wysokie koszty mięsa zamiast tańszych i zdrowszych zbóż, serów, owoców i warzyw”, a amerykańscy konsumenci powinni odebrać tu stosowną edukację²⁴. W „Harvard Business Review” z lipca 1924 roku, cytując inny artykuł, powielił myśl, że zachcianka projektantów mody z Paryża szybko skutkuje produkcją nowych tkanin i ubrań, które w Stanach Zjednoczonych „stają się p r z e s t a r z a ł e i nieużyteczne”²⁵.

Jak zauważyła Maria Szolc w wystąpieniu *Nadmiar ubrań*, przeciętna brytyjska rodzina wyrzuca nawet 30 kilogramów odzieży rocznie. Jednak, jak wskazuje Chase, dawni brytyjscy fabianie, Sidney i Beatrice Webb, już dawno narzekali na matronę, która miała 79 koszul nocnych i pięć zmian odzieży dziennie²⁶. Czy więc w 2018 roku szafa pełna rzeczy, o których mówimy: „nie mam co na siebie włożyć”, to tylko kolejny przykład wieloletniego i uniwersalnego trendu: p l a n o w a n e g o s t a r z e n i a s i ę r z e c z y? Nie. Czy to starzenie się leży u podstaw dynamiki tego, co nazywamy s p o ł e c z e n - s t w e m k o n s u m p c y j n y m? Nie bardzo.

Poczynając od Chase’a, poprzez Vance’a Packarda (*The Wastemakers*, 1960), Ivana Illicha (*Tools for Conviviality*, 1973) i Gilesa Slade’a (*Made to Break: Technology and Obsolescence in America*, 2007), oddźwięk koncepcji planowanego starzenia się był znacznie szerszy niż jej faktyczne zastosowanie²⁷. Jeden stosunkowo współczesny teoretyk planowanego starzenia zaczyna artykuł na ten temat abstrakcyjnym stwierdzeniem: starzenie się – jak twierdzi – stanowi „ekonomiczną i kulturową podstawę kapitalizmu w ogóle, a w szczególności – specyficznej dla niego odmiany konsumpcji napędzanej przez rynek”²⁸. Jaka jest jednak prawda? Nie ma wielu mocnych dowodów na systemową zależność kapitalizmu od starzenia się produktów jako sposobu na podtrzymanie popytu ze strony konsumentów. Masy nie są przedmiotem manipulacji, mającej je skłonić do zakupu Kolejnego Ważnego Produktu, Którego Nie Potrzebują.

Przyjrzyjmy się Amazonowi. Od momentu założenia firmy w 1994 roku tchnęła ona nowe życie w konkurencję na polu dóbr konsumpcyjnych. Konkurencja nie polega jednak na tym, że jedna firma pokonuje drugą poprzez planowane starzenie się produktów. Amazon wyzwolił

24 Stuart Chase, *The tragedy...*, s. 31, 32.

25 Tamże, s. 93, podkreślenie autora. Chase zacytował artykuł dr P.T. Cheringtona, pt. *Some commercial aspects of styles and fashions in the clothing and textile industries*, s. 421–433.

26 Tamże, s. 90.

27 Dla „odczarowania” Veblena, Hobsona, Keynesa, Galbraitha, Packarda i Illicha, zob. James Woudhuysen i Joe Kaplinsky, *Energise! A future for energy innovation*, Beautiful Books, 2009, s. 76–84. <http://www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/08/energise.pdf>.

28 Neal Maycroft, *Consumption, planned obsolescence and waste*, 2009, <http://eprints.lincoln.ac.uk/2062/1/Obsolescence.pdf>.

staromodną rywalizację ze względu na cenę. Zamiast szybko się starzeć, wiele produktów jest bardziej trwałych niż kiedykolwiek wcześniej. Pod koniec 2016 roku firma IHS Markit Automotive ogłosiła, że średni wiek użytkowanych pojazdów lekkich w Stanach Zjednoczonych znowu wzrósł, osiągając 11,6 roku i że najszybciej rosnącą grupą pojazdów na amerykańskich drogach są samochody najstarsze²⁹.

Na rynku gier komputerowych, znanym z gorączkowego podejścia do nowych produktów, gra Candy Crush Saga jest pomnikiem trwałości. Po sześciu latach od wprowadzenia na rynek w 2012 roku wciąż mocno się trzyma.

Nawet w segmencie telefonów komórkowych, znanym z postarzania swoich produktów, długość życia aparatów rośnie, zamiast spadać. „W 2014 roku średni czas wymiany [telefonu komórkowego] wynosił 23 miesiące – co łatwo przypisać temu, że większości konsumentów zmieniała aparat co dwa lata, podczas gdy znacznie mniej osób robiło to co roku. Okres ten, według BayStreet Research, wynosi już jednak 31 miesięcy i wciąż się wydłuża... wsj [„Wall Street Journal”] przytacza wiarygodne prognozy, że do przyszłego [2019] roku będą to 33 miesiące”³⁰.

Oczywiście, kapitalizm generuje wiele głupich innowacji, na przykład w dziedzinie zużycia energii przyniósł inteligentne liczniki i samochody na wodór³¹. System ten od dawna potrzebuje istnienia reklam. Służą one do tego, by innowacje mogły sprzedać się na rynku i aby w tym procesie wytworzyły się nowe powszechne potrzeby³². Katarzyna Moszczyńska w wystąpieniu *FORGOTOR. Projekt niezłośliwego wirusa komputerowego* postuluje, byśmy nie wytwarzali już nowych potrzeb. Kto jednak miałby oceniać, co jest niepotrzebnym produktem czy nieprawdziwą potrzebą? To, co dla jednej osoby wychodzi z użycia, dla drugiej może być źródłem rozkoszy, a dzisiejsza błyskotka jutro może stać się produktem pierwszej potrzeby³³.

29 IHS Markit, *Vehicles getting older: average age of light cars and trucks in US rises again in 2016 to 11.6 years*, IHS Markit Says, 22.11.2016, <http://news.ihsmarkit.com/press-release/automotive/vehicles-getting-older-average-age-light-cars-and-trucks-us-rises-again-2016>.

30 Ben Lovejoy, *Longer upgrade cycles and growing purchases of used smartphones said to threaten iPhone sales*, „9to5Mac”, 1.03.2018, <https://9to5mac.com/2018/03/01/iphone-sales-threats/>.

31 Zob. James Woudhuysen, *Innovation in energy: expressions of a crisis, and some ways forward*, „Energy & Environment”, numer specjalny poświęcony innowacjom w dziedzinie energii, 23, 2012, 6&7, s. 957–61, www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/01/Innovation-in-Energy-2012.pdf.

32 Kapitalista „szuka sposobów”, by zachęcić konsumentów „do konsumpcji, by dodać swym artykułom nowy czar, by zainspirować ich nowymi potrzebami poprzez ciągłą rozmowę itp.”. Karl Marx, *Notebook II – the chapter on capital*, w: *Grundrisse* [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch05.htm#p284>.

33 Warto mieć w pamięci, że Marks miał liberalny i wręcz entuzjastyczny stosunek do nowych potrzeb. Napisał słynne zdanie, że ich wytworzenie – „dokładnie ta strona stosunku kapitału i pracy” – było „kluczowym →

Niektóre produkty starzeją się szybko, inne – nie. Francja i Izrael w swojej mądrości przegłosowały ustawy zabraniające planowanego starzenia. Niewątpliwie w niektórych przypadkach należy mu zapobiegać, w innych jednak może ono być źródłem dobrej zabawy. Nawet jeśli konsumpcja i zachęcanie do niej są elementami dzisiejszego systemu gospodarczego, pozostają one właśnie tylko jego elementami. Nie stanowią podstawy gospodarki w większym stopniu niż energetyka, rolnictwo, budownictwo i własność, IT, rządy, korporacje, banki, handel czy nauka. Twierdzenie, że starzenie się dóbr konsumpcyjnych stanowi „fundament” współczesnego kapitalizmu jest tak samo przesadzone jak to, że produkty, które szybko się zużywają, „bezwrotnie” wypierają te trwalsze.

Wróćmy jednak do prostej zmywarki: czy naprawdę w brytyjskich gospodarstwach domowych brakuje zmywarek, ponieważ proces planowanego starzenia się produktów wywindował ceny tak wysoko, że są one poza zasięgiem gospodarzy? To mało prawdopodobne.

Tak czy inaczej, cokolwiek stało się z urządzeniami, własnością komercyjną, infrastrukturą transportową czy mieszkalnictwem – czy są one wciąż szybciej i szybciej zastępowane w szaleńczym pędzie postarzenia? Obecny kryzys na Zachodzie w obszarze inwestycji kapitałowych, infrastruktury i mieszkalnictwa sugeruje co innego.

Mit szósty: XX-wieczne teorie projektowania nie uwzględniały nadmiaru

To szczególnie zaskakujący pogląd. Od czasu publikacji *Design for the Real World* (1971) Victora Papanka międzynarodowe organizacje zajmujące się projektowaniem i programy nauczania tej dziedziny skoncentrowane są na tworzeniu tradycyjnych, niewykorzystujących nowoczesnych technologii koncepcji na rzecz środowiska i krajów rozwijających się. Projekt Designers Accord (2007–2012) był poświęcony biomimikrze i zrównoważonemu rozwojowi³⁴. Na Uniwersytecie Sztuk Stosowanych w Wiedniu nadal funkcjonuje Fundacja Papanka³⁵. W Finlandii, Nordic Frugal Innovation Society organizuje konferencje i śniadania biznesowe³⁶. W Holandii uniwersytety w Lejdzie, Delft i Uniwersytet Erazma współpracują w ramach Centre for Frugal Innovation in Africa [Centrum na rzecz Oszczędnych

→ **momentem cywilizacyjnym”. W rzeczy samej, dla Marksa wytworzenie nowych potrzeb było „historycznym uzasadnieniem” kapitału, jak również „podstawą jego współczesnej siły” (tamże). Podobnie, zdaniem Marksa, właściwością kapitalizmu było „przekształcanie tego, co wcześniej było zbędne w to, co potrzebne, jako historycznie wytworzona konieczność”, Karl Marx, *Notebook V – the chapter on capital*, w: *Grundrisse* [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch10.htm>.**

34 Zob. <http://www.designersaccord.org>.

35 Zob. <http://papanek.org>.

36 Zob. <https://tnfis.org>.

Innowacji w Afryce], by upewnić się, że kontynent ten nie zacznie nadużywać swoich zasobów³⁷. Kluczowym elementem „wizji i misji” Światowej Organizacji Projektowania jest osiągnięcie ONZ-owskich Celów Zrównoważonego Rozwoju³⁸. I wreszcie, wyszukiwanie książek zawierających określenie „sustainable design” (projektowanie zrównoważone) na Amazon.com daje nie mniej niż 626 wyników. Mamy więc nadmiar książek na temat konieczności ograniczenia nadmiaru. Cała polityka Unii Europejskiej nakierowana jest na ograniczanie nadmiaru. Dyrektywa dotycząca ekoprojektu dla produktów związanych z energią ma na celu obniżenie zużycia energii, wody i innych zasobów w czasie cyklu życia produktu³⁹. Jednak, jak stwierdził jeden z bardziej wnikliwych komentatorów londyńskiego „Guardiana”: „Mówienie komuś, kto wykonuje nisko płatną, niestabilną pracę, w mieście spustoszone przez procesy globalizacyjne, że rozwiązaniem problemów jest podatek od cukru, obowiązkowe zajęcia z rodzicielstwa i picie mniej, ma swoje ograniczenia jako strategia przyciągania wyborców”⁴⁰.

Projektanci, rzecz jasna, nie zajmują się „przyciąganiem wyborców”. Zanim jednak ponownie wskażą palcem tych plebejuszy, którzy ich zdaniem za dużo konsumują, powinni zastanowić się, jak podejście takie wpłynie na ich reputację, a w istocie – na ich przetrwanie.

Fragmety niniejszego tekstu ukażą się w przygotowywanej publikacji
The Wiley-Blackwell handbook of design and innovation 2030.

Przełożyła Marta Elas

37 Zob. <http://www.cfia.nl/home>.

38 Zob. <http://wdo.org/about/vision-mission/un-sdgs/>.

39 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/125/WE z dnia 21 października 2009 r. ustanawiająca ogólne zasady ustalania wymogów dotyczących ekoprojektu dla produktów związanych z energią, „Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej”, 30.10.2009, Załącznik 1, s. 23, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0125&from=PL>.

40 Larry Elliott, *Labour: you need to win hearts and minds in our low-wage towns*, „The Guardian”, 4.04.2018, https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/04/labour-low-wage-jeremy-corbyn-policies-leave-voters?CMP=share_btn_tw.

Bibliografia

- Booth, R., „Dog kennel” flats in Barnet will be 40% smaller than Travelodge room, „Guardian”, 27.03.2017, <https://www.theguardian.com/society/2017/mar/27/dog-kennel-flats-barnet-house-smaller-than-travelodge-room>.
- Butler, S., *How Deliveroo's 'dark kitchens' are catering from car parks*, „Guardian”, 28.10.2017, <https://www.theguardian.com/business/2017/oct/28/deliveroo-dark-kitchens-pop-up-feeding-the-city-london>.
- Chase, S., *The Tragedy of Waste*, Macmillan, New York 1925, <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=c00.31924002234544;view=1up;seq=40>.
- Elliott, L., *Labour: you need to win hearts and minds in our low-wage towns*, „Guardian”, 04.07.2018, https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/04/labour-low-wage-jeremy-corbyn-policies-leave-voters?CMP=share_btn_tw.
- IHS Markit. *Vehicles getting older: average age of light cars and trucks in US rises again in 2016 to 11.6 years*, IHS Markit Says, 22.10.2016, <http://news.ihsmarkit.com/press-release/automotive/vehicles-getting-older-average-age-light-cars-and-trucks-us-rises-again-2016>.
- Kolko, J., *Enough Design Methods*. *The Modernist Studio*, 28.05.2018, <http://www.themoderniststudio.com/2018/05/28/enough-design-methods/>.
- LABC Warranty, *Are Britain's Houses Getting Smaller? (New Data)*, kwiecień 2018.
- Lovejoy, B., *Longer upgrade cycles and growing purchases of used smartphones said to threaten iPhone sales*, 9to5Mac.com, 01.03.2018, <https://9to5mac.com/2018/03/01/iphone-sales-threats/>.
- Marino-Nachison, D., *Food & Dining: Predicting the 'Death of the Kitchen'*, „Barron's”, 20.06.2018, <https://www.barrons.com/articles/food-dining-predicting-the-death-of-the-kitchen-1529494200>.
- Marx, K. *Notebook II – the chapter on capital*, „Grundrisse” [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/cho5.htm>.
- Marx, K., Marx, K. *Notebook II – the chapter on capital*, „Grundrisse” [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch10.htm>.
- Maycroft, N., *Consumption, planned obsolescence and waste*, 2009, <http://eprints.lincoln.ac.uk/2062/1/Obsolescence.pdf>.
- Nordrum, A., *How Project Loon built the navigation system that kept its balloons over Puerto Rico*, „IEEE Spectrum”, 8.03.2018, <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/how-project-loon-built-the-navigation-system-that-kept-its-balloons-over-puerto-rico>.
- Quach, K., *Facebook quietly kills its Aquila autonomous internet drone program*, „Register”, 27.06.2018, https://www.theregister.co.uk/2018/06/27/facebook_kills_aquila/.
- Woudhuysen, J., *Africa: what would real progress look like?*, 27.11.2017, www.woudhuysen.com/africa-what-would-real-progress-look-like/.
- Woudhuysen, J., *Innovation in energy: expressions of a crisis, and some ways forward*, „Energy & Environment 23”, 2012, 6&7, www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/01/Innovation-in-Energy-2012.pdf.
- Woudhuysen, J., *The future of housing*, „Blueprint”, grudzień 2017, www.woudhuysen.com/the-future-of-housing/.
- Woudhuysen, J., *The silent war against population growth in Africa*, „Spiked”, styczeń 2018, <http://www.woudhuysen.com/silent-war-population-growth-africa/>.
- Woudhuysen, J., Kaplinsky J., *Energise! A future for energy innovation*, Beautiful Books Ltd., London 2009, <http://www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/08/energise.pdf>.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables*, Working Paper No. ESA/P/WP/248, 2017, https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf.
- US Census Bureau. *Median and Average Square Feet of Floor Area in New Single-Family Houses Completed by Type of Financing*, <https://www.census.gov/construction/chars/pdf/squarefeet.pdf>.

US Census Bureau. *Median and Average Square Feet of Floor Area in Multifamily Units Completed*, https://www.census.gov/construction/chars/pdf/mfu_squarefeet.pdf.

Źródła online

<https://www.behaviouraldesignlab.org>

<http://www.cfia.nl/home>

<http://www.designersaccord.org>

<http://fair-design.pl/en/>

<http://papanek.org>

<https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>

<https://www.statista.com/statistics/289337/distribution-of-dishwashers-in-the-uk-by-household-composition/>

<https://www.statista.com/statistics/289151/household-dishwashing-in-the-uk/>

<https://www.statista.com/statistics/289155/household-microwave-penetration-in-the-uk/>

<https://www.statista.com/statistics/289140/tumble-dryers-in-households-in-the-uk/>

<https://www.statista.com/statistics/289017/washing-machine-ownership-in-the-uk/>

<https://tnfis.org>

<http://wdo.org/about/vision-mission/un-sdgs/>

<http://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdctaipei2016/activities/design-policy-conference/>

FAIR DESIGN | Międzynarodowa Konferencja Teorii i Krytyki Designu

Począwszy od 2015 roku, Wydział Wzornictwa Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie rozpoczął organizowanie cyklu konferencji poświęconych teorii i krytyce wzornictwa, które musi dostosować się do coraz szybciej zmieniających się uwarunkowań społecznych, kulturowych, technologicznych i ekonomicznych. W naszym zamierzeniu konferencje te miałyby stać się forum umożliwiającym uczestnictwo w dyskusji także osobom spoza środowiska zawodowych projektantów. Taka wymiana poglądów toczy się już od dłuższego czasu na świecie, co umożliwia zarówno teoretykom, jak i praktykom projektowania lepsze zrozumienie celów, metod i strategii designu w zmieniających się warunkach funkcjonowania społeczeństw. W miarę jak wzornictwo coraz częściej postrzegane jest jako rodzaj „kultury designu”, w dyskusję tę włączają się specjaliści z takich dziedzin, jak filozofia, socjologia, ekonomia czy antropologia kultury. W Polsce jednak taka debata właściwie nie istnieje i platforma wymiany poglądów na te tematy ogranicza się do publikacji w czasopiśmie naukowych, zawodowych oraz popularnych. Drukowane tam teksty rzadko konfrontowane są z odmienną refleksją czy poddawane rzetelnej krytyce, nie prowadzą więc ani do prawdziwej wymiany myśli, ani do kształtowania kompleksowego poglądu na stan dzisiejszego wzornictwa.

Cykl Międzynarodowych Konferencji Teorii i Krytyki Designu FAIR DESIGN w naszym zamyśle ma zainicjować debatę na temat zdefiniowania bądź zastosowania istniejących już narzędzi badawczych, które posłużyłyby do opisu i analizy zmian zachodzących we współczesnym wzornictwie. Mamy nadzieję, że tego typu spotkania byłyby okazją do wymiany poglądów między teoretykami z różnych dyscyplin a praktykami wzornictwa. Od teoretyków oczekujemy opisu stanu

współczesnego społeczeństwa z perspektywy nauk humanistycznych i społecznych (w tym zajmujących się teorią designu), od praktyków podzielenia się refleksjami na temat ich doświadczeń w projektowaniu dla dzisiejszego nieustabilizowanego świata. Do udziału w sympozjach chcemy więc zaprosić ludzi związanych zarówno z wzornictwem, jak i ze sztuką, filozofią, antropologią czy ekonomią. Od wszystkich oczekivalibyśmy refleksji na temat szybko zmieniających się relacji w kulturze, polityce, społeczeństwie i, oczywiście, w designie.

From the editors

This book is a collection of papers presented as part of the 2nd International Conference on Design Theory and Criticism FAIR DESIGN 2018. Its theme was “Excess.”

Excess is a word that perversely describes the condition of modern man: it is one of the consequences of global capitalism, which, as young Karl Marx wrote, makes the rich even richer, and the poor poorer. In today’s world we are dealing with increasingly terrifying economic and social inequalities. The dream of community and harmony seems impossible when (according to an Oxfam report) the wealth of the eight richest entrepreneurs in the world is equal to the assets of nearly 3.6 billion poorest people. Inequality results in a situation in which fatal, unreflective excess is accompanied by its irremovable shadow: poverty, scarcity, shortage.

On the one hand, as Prof. Tomasz Szlendak noted:

More and more people are getting the impression that everything in Western culture is excessive. Too many options, too many identities, too many informational stimuli, too much inequality, too many crises, too much politics, too many religions, too much impiety, too much work, too much unemployment, too much mobility, too many words, too much education, too much regulation, and even too much bedlam. There are too many items and too many places where these items are kept, exposed, and consumed, (...) too many human bodies and too much loneliness. Too many divergent comments, too many sources of knowledge and fashion rules, and in

each of these areas new options keep multiplying. (...) The inability to make a choice breeds indifference, glut, boredom, aggression, conflict, and simplified visions of the world.¹

On the other hand, we should be aware that this excess is a problem for a relatively small portion of humanity. It is a privilege that imposes a great responsibility on us.

Ever since we conquered the Earth, the scale of our impact on the environment has been constantly increasing. The number of people is continuously growing. The consequences of the increasing number of inhabitants are catastrophic for the planet, which may cease to be habitable in the imaginable future. Designers are spectators, but also actors, and maybe even the directors and set designers of this show. Various design disciplines permeate all corners of human activity — from the design of public spaces and the means of transport, to the design of mobile applications, banking services, and experiments. Never before have designers had such great opportunities before them and, at the same time, never have they borne such great responsibility.

Every second, several dozen gigabytes of new data are uploaded to the Internet. The phenomenon of an overload of information and services and our unrestricted access to them make us vulnerable to a magnitude that we are unable to absorb or process. The problem is to make a choice and focus on what really matters. We are constantly confronted with an excess of objects; the pressure of novelty shows no signs of abating — products with short lifespans are displacing durable ones. In the world where hunger continues to be the leading cause of death, tons of food are wasted every day. In a time of start-ups and corporations, a kind of growing hysteria is manifested in the intensification of work on innovative solutions. We are suffering from an excess of ideas, religions, books, medicines, and even scientific discoveries.

Designers take different attitudes to the tyranny of excess: some simply design more things and services, others try to smuggle in concepts that encourage reflection and behavioral change. How does design deal with excess when it is largely the result of the activities of the designers themselves? Design methods in the 20th century were primarily focused on efficiency, functionality, and aesthetic quality. What do they look like in the 21st century?

The choice of a theme for the conference was not obvious. The Program Board selected this because it was a challenge — it is not new, but it still evokes strong emotions. In previous months, we had repeatedly encountered indications that it was worth examining.

Three years ago, during the first edition of the FAIR DESIGN Conference, one of our lecturers was Prof. Mirosława Marody, a sociologist and

1 Tomasz Szlendak, *Kultura nadmiaru w czasach niedomiaru* in “Kultura Współczesna” 1 (76) (2013): 7-8.

professor at the University of Warsaw. In her book, *Jednostka po nowoczesności*, there is a fragment in which the author describes how she went to a shopping center to buy a gift for a friend in the December pre-Christmas period. It was an experience of drowning in a mass of people, goods, and information. Marody emphasizes that these are the three faces of excess that form the basis of our experience — the mass of people, products, and information.² They are all consequences of economic growth.

An important source of inspiration was Janos Kornai's book *Dynamizm, rywalizacja i gospodarka nadmiaru* (*Dynamism, Rivalry, and the Surplus Economy*).³ The author discusses, among other topics, the economy of shortage characteristic of socialism and the economy of surplus characteristic of capitalism. In the last 30 years, Poland has passed along this path very quickly.

The conference, as well as the book we present to you, expands on and explores these issues, and we invite you to reflect on them.

Magda Kochanowska, Katarzyna Kasia

- 2 **Mirosława Marody, *Jednostka po nowoczesności. Perspektywa socjologiczna* (Warsaw: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2015), 82.**
- 3 **Janos Kornai, *Dynamizm, rywalizacja i gospodarka nadmiaru. Dwa eseje o naturze kapitalizmu* (Kraków: Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, 2014).**

2nd International Conference on Design Theory and Criticism
FAIR DESIGN 2018: EXCESS

Date and venue:

Date: May 18–19, 2018

Venue: new building of Academy of Fine Arts in Warsaw,
Wybrzeże Kościuszkowskie 37/39

Organizer:

Department of Design History and Theory, Faculty of Design,
Academy of Fine Arts in Warsaw, www.asp.waw.pl

Program Board

Prof. Bruce Brown
Dr. Katarzyna Kasia
Dr. Magda Kochanowska
Dr. Józef A. Mrozek
Dr. Monika Murawska
Prof. Michał Stefanowski

Design, distraction, dignity

Bruce Brown

The title of the article is in direct response to the theme of the conference — which is “Excess”. Underlying the conference program is an equation that says: excess – design = injustice.

Most people would have a good understanding of injustice. But the words “excess” and “design” would likely mean very little to them. So I hope to say something that may shed light on the matter. But first, let me explain why “distraction” and “dignity” appear with “design” in the title of the article.

In the late 20th century, an American social scientist Herbert Simon noticed a new condition emerging. Of it he famously observed — “a wealth of information creates a poverty of attention.”¹ If you doubt this, then just think how many people now walk into you each day while absorbed in their smartphones — as, of course, you may bump into them.

It is fair to say that one effect of digital technology has been to launch an avalanche of data and information upon us. Today, we live in a digital culture that is characterized by the theme of this conference — by “excess.” And by this, I mean excessive choice.

This excess of choice, in turn, serves to distract us — a mass distraction that has kidnapped our attention.

We tend to describe our times as the Information Age. But in reality, we live in an Attention Age — it is an age of attention deficit caused by the massive distractions made possible by digital technologies.

Human attention is now such a scarce resource that trying to catch it is like fishing for gold in an ocean of data. Consequently, capturing our attention has become a highly competitive global industry — commonly referred to as the attention economy. And once our attention has been caught, data on our actions, desires, and habits is then harvested and monetized for others to make profit from.

So, an excess of choice causes distractions that kidnap our attention. Whereas the scale of these massive distractions is new, the creation of distraction itself is an old trick that I want to come back to. Indeed, distraction is something for which we seem to have an endless appetite.

I was struck by a phrase the organizers used in their program notes to this conference. It is that “Designers take various approaches to ... the tyranny of excess.” It was the word “tyranny” that struck me. It seems, at least to me, that tyranny is the opposite of democracy — it is something that controls us rather than helping to liberate our free will.

Indeed, a key principle of democracy is that it will give all citizens the right to exercise their individual free will — whereas a tyranny will apply external pressure to influence these choices. Coupling the word

1 **Herbert A. Simon, “Designing Organizations for an Information-Rich World” in: Martin Greenberger, *Computers, Communication, and the Public Interest*, Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press, 1971, 40–41.**

tyranny with design seems to suggest that designers can work on both sides of this line between democracy and tyranny.

Autonomous citizenship, based on the free will of each person, is the essence of democracy and the cornerstone of human dignity. Later, I will explain why some people believed we should not be trusted with mass democracy through the exercise of individual free will.

So, having offered some explanation for the appearance of distraction and dignity in the title of this article, let me now reflect on two lessons about design in the 20th century. They are: rhetoric and intangibles.

Rhetoric is a key tactic of the attention economy. It is a process of persuasion that will design narratives capable of transmitting messages straight into the minds of many individuals. It is also a process of conquering distance and time so that one person can catch the attention of many others. It is driven by the will of some individuals to create kingdoms of the mind through which to influence human behavior. This process involves three channels for rhetoric: one-to-one, one-to-many, and many-to-many.

Before industrialization, one-to-one communication was the only means. This process was based on real-time, voice-driven interactions between individuals on a face-to-face basis. Here the distance between the messenger and the receiver was so close that the interaction was intimate.

This intimacy served to establish the trust and loyalty needed for a message to be effective in influencing behavior. But for those wanting to establish their authority in this way, there was a significant disadvantage. The bond of trust and loyalty was intended to be between the ruler and the receiver of that message — not with the messenger. This demanded that some other form of artificial agent be invented to replace the human messenger.

With industrialization came the invention of printing from movable type. This changed everything by making it possible for one person to engage with many other people. Books were the first form of artificial agent in history to faithfully carry the thoughts of one person into the minds of many other people. So these kingdoms of the mind made it possible for one person to circumvent all the political and social systems of the day in order to influence human behavior en masse. This is what the English philosopher John Stuart Mill described as the dawn of “a tyranny of one over many.”

So powerful was this mechanism that the quest was now on to find some new forms of artificial agent that could be a surrogate for the ruler’s physical presence. The purpose of this was to create more intimate relationships between them and the many other people with whom they engaged in order to forge bonds of loyalty and trust. So this stimulated the invention of radio, television, film, and smartphones.

Together these technologies helped to amplify the power of rhetoric that one person could have over many other people having once captured their attention. The opportunities this presented for a system

of industrialized persuasion now rested in the hands of very few people — so it deepened the tyranny of one over many.

But the World Wide Web and smartphones had another unexpected, and possibly unplanned, effect. Because they enabled many individuals to connect with many other individuals these people networks began to undermine the “tyrannies of one over many.” Now many people could interact directly with many other people in order to create communities of purpose that were free from external pressures. In this respect, the new digital environment is hard-wired for mass involvement and crowd behavior. Though this reversal offers the potential for new kinds of democracy, it also opens up the possibility of a return to mob rule — which is the first step back to tyranny. An early example of this new kind of democracy in action is a conceptual framework designed by Gene Sharp entitled “From Dictatorship to Democracy.”² Sharp designed the content of this pamphlet to provide a set of practical, non-violent actions that could destroy dictatorships. It was an exercise in how-to-topple-your-tyrant. It had a powerful impact in resistance movements around the world such as the Arab Spring and in, for example, Angola and Burma. With the tactics in this book being transmitted through social networks, it brought a disparate mass of individuals together into a single community that could speak with a single voice.

All these processes of rhetoric continue to exist simultaneously. So they create an overwhelming noise that serves to distract our attention. This makes it hard for us to construct meaning and order. Consequently, with our guard down, it makes us more susceptible to the persuasive powers of other people. So, when people try to catch our attention, it is difficult for us to know if they have our best interest at heart or if they are not on our side.

When design first emerged as a profession in its own right, this was as a servant of industrial mass production. Then it slowly expanded to become an agent for all aspects of the human condition. The direction of this expansion took design from a focus on *tangible forms* to the design of *intangible effects*. Underlying it was a powerful drive to use rhetoric to influence peoples’ choices and behavior in a new world of consumption.

The basis of design is to shape physical things in a material world. In pre-industrial times this focus was on symbol-making — designing tangible signs that could fix information as it passed from one person to another. In this context, the design of an artifact’s form and its potential effects on people were tightly bound together.

The Industrial Revolution then caused design to emerge as a separate profession. Working within the technical constraints of machine production, design at this stage could be described as a plan to make an artifact.

2 Gene Sharp, *From Dictatorship to Democracy*, London: Serpent’s Tail, 2012.

But as the 20th century started to unfold, so did the scale of the consuming public expand exponentially, along with the range of products from which they could choose.

Accordingly, designers were now called upon to influence the choices made by consumers through emphasizing the desirability of a product over its practicality. Here the design of a product's form and the behavioral effects it was intended to stimulate started to separate. So design started to concentrate on the form of things.

This new culture created an Age of Desire — it was not based on needs but on wants — not what people needed to have, but what they wanted to acquire — or what their aspirations drove them to desire. Indeed, desire, like excess, is another cause of distraction that serves to capture our attention and then influence our choices.

This culminated in a heroic period of designed products. In America, designers such as Raymond Loewy and Norman Bel Geddes styled and restyled cars, trains, refrigerators, and all kinds of domestic goods. Europe saw the emergence of design problem-solving through practitioners such as Dieter Rams and Arne Jacobson where objects would be designed to work differently, look eternally beautiful, and then, 50 years later, become cultural icons displayed in museums.

As designers continued to focus on the form of a product, another group of people began to explore the intangible effects that design could have on human behavior. This saw exponential growth in the numbers of consultants, psychologists, and behavioral economists that started to engage with design. They all wanted to understand our persistent tendency, on the one hand, to make seemingly non-rational decisions when faced with choice and, on the other, our appetite for distractions.

Edward Bernays was the godfather of this approach. He was enormously influential in building the foundations of the consumer society we know today. Bernays was also the nephew of Sigmund Freud, who schooled him to believe that human nature was driven by basic impulses that led to non-rational choices.

One of Bernays' infamous campaigns was called "Torches of Freedom." This set out to encourage women to smoke — and to do so in public. Torches of Freedom reinforced messages from the women's liberation movement of the time by transforming a cigarette into a symbol of women's emancipation and equality with men. Bernays hired a group of women to smoke their Torches of Freedom in the Easter Sunday Parade of 1929 so making this a significant display of women fighting social barriers. This was intended to change public prejudice about women smoking and it succeeded in doing so.

Bernays' most influential book was titled *Propaganda*. In this he wrote: "The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in democratic society. Those who manipulate this unseen mechanism of society constitute an invisible government which is the true ruling power of

our country. ... This is a logical result of the way in which our democratic society is organized. Vast numbers of human beings must cooperate in this manner if they are to live together as a smoothly functioning society.”³

Bernays called this approach “the engineering of consent.” Implicit in it was an awareness of design’s power to influence human behavior. Although Bernays is generally considered to be a 20th century bad boy in terms of media manipulation, his written assertions say something else. Overall, Bernays professed himself to be pro-democracy though he did not believe this could be delivered through the mass will of the people. In fact, like his uncle Sigmund, he was convinced that people were driven by basic impulses that could be dangerous if unleashed. What Bernays did not know was that someone with a different set of intentions had been studying the principles of propaganda set out in his books — someone who wanted to unleash crowd behavior in order to establish a totalitarian regime. This person was Joseph Goebbels, who learned from Bernays that “propaganda works best when those who are being manipulated are confident that they are acting on their own free will,” that is, by creating the illusion of choice in order to conceal a tyranny.

Goebbels also learned that new communications technologies, such as radio and film, enabled the surrogate presence of a ruler to be there among the masses — delivering rhetoric and propaganda with an immediacy that had been hitherto unknown. Bernays further demonstrated that an ordinary physical object, such as a cigarette, could be elevated to a symbolic status that represented some key narrative in a cause — if not *Torches of Freedom*, then *Purity of Race*. All these things considered, Goebbels used design to create a program of propaganda that included powerful graphic images, such as the Swastika, that then appeared in the heroic narratives of films such as Leni Riefenschal’s *Triumph of the Will*, and grand public spectacles such as the Nuremberg rally. In the latter case, public architecture, space, and illumination were designed to create what was described as an immense “Cathedral of Light.” The scale and ritualistic nature of such spectacles helped to give fascist propaganda a religious fervor. After the Second World War, Bernays was asked how he felt about his work being used to wage a campaign of hatred against his own Jewish roots. He had this to say:

“They were using my books as the basis for a destructive campaign against the Jews of Germany. This shocked me, but I knew any human activity can be used for social purposes or misused for antisocial ones”.⁴ This convinced Bernays, Freud, and many politicians that his methods were not at fault. Rather it was the intentions of those who used them that should be punished. The horrors of war also

3 Edward L. Bernays, *Propaganda*, New York: Ig Publishing, 2004, 37.

4 Edward L. Bernays, *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel*, New York: Simon and Schuster, 1965, 652.

gave seemingly incontrovertible evidence that autonomous citizens could not be trusted with democracy. People now were convinced that Freud was right when he said that the basic impulses driving people could be dangerous if left unmanaged or exploited irresponsibly. Consequently, from this point onwards, the nature of democracy in our society began to change — it slowly became an illusory concept. And, rather than see the demise of propaganda, it continued to flourish as a powerful tool now applied to the causes of good. It was thought that the horrors of the Second World War should never be repeated. But this power of propaganda was now at the service of politicians (who had to manage democracy in a volatile world) and industrialists (who needed to keep the factories busy at a time of economic uncertainty). Their solution was to transform autonomous citizens into distracted consumers through the design of products that would satiate their inner desires and vulnerabilities. It was a form of mass distraction designed to stabilize society and profit industry by transforming autonomous citizens into consumers that were distracted and compliant. It was a formula that seemed to fulfill the needs of all concerned. In the years to follow, managing human behavior and perception through design and propaganda continued to be a permanent feature in the toolkit of political persuasion. In the 1980s, for example, Ronald Reagan established a program entitled “perception management” that became the established practice in subsequent administrations down to Obama and Trump, and was to influence thinking in the US. In its genesis, “perception management” during the Reagan years saw the use of propaganda in the delivery of foreign policy as more important than the democratic ideal of an informed, autonomous electorate exercising its own free will. Rather than honestly inform citizens about world events, the aim was to manage their perceptions through the narrative of “moral crusade.” This served to escalate levels of public fear against perceived enemies outside the community and sometimes it created enemies where they did not exist. The overall purpose of this perception management, as in the consumer years of Bernays, was to keep the masses distracted and compliant.

Wind the clock forward to 2018, into our new world of many-to-many communications, and we find that the same propaganda still is at work. In order to manage the noise and potential chaos emanating from this new environment of information overload and potential mob rule, the propaganda of a moral crusade is still being used to establish some sense of group cohesion amongst people.

In this case, however, the propaganda is that of Moral Indignation. It is a strategy that passes moral judgment and sometimes wants to punish someone who is either outside the community’s boundary or crossed the moral line that marks it. This divides the world once more into citizens and barbarians. Citizens are those within a city’s boundaries who consent to live by the moral codes established by that community. Against this, there have always been Barbarians — outsiders

who will wreck a community once inside the city gates. In the Third Reich it was Jews, in the 1980s and '90s it was Iraq, Libya, Syria, Russia, Ukraine, Iran, and now it could be the European Parliament, Hillary Clinton, or a Fundamentalist group.

Generally, Barbarians do have a purpose as expressed by C. P. Cavafy in his poem "Waiting for the Barbarians." Here a community of citizens is anxiously waiting for the arrival of Barbarians at their city gates to be disappointed when they do not show up. "What will we do without Barbarians," they ask, "after all, they were some kind of solution."⁵ Whatever form a Barbarian may take, the overriding advantage is that the threat of the arrival of an outsider enemy will bring greater cohesion to the community within and serve to reinforce its core values. In this respect, if there are no Barbarians then the propaganda machine will invent some.

Moral Indignation is a tribal culture that, perhaps, had significant advantages in pre-industrial times as people lived in nomadic communities. It possibly helped to build cohesion and cooperation within a small community group. But when the principle of moral indignation is multiplied up to a global scale with immediate circulation through social networks, then the consequences for democratic society are severe. Any community that bases its identity on a moral outrage for others outside the group will assume the authority of having a single version of the truth. It also delegitimizes the other group so their version of the truth will have no authority.

At the moment there seems to be no serious alternative to the propaganda of moral outrage. This has been evolving throughout the 20th century to take root in the now institutionalized processes of perception management.

Perhaps, this is partly due to the mistrust of propaganda we seem to have inherited from the 20th century — a deep suspicion of propaganda — and quite rightly so. Its use by politicians and industrialists to transform autonomous citizens into compliant consumers seems to violate our innate sense of justice. Furthermore, the clear intention to manipulate peoples' deeper instincts is more troubling. This was justified by a concern that when faced with choices, people would make irrational decisions that could destabilize society — which, to some degree, has an element of truth to it.

Our deep and lingering suspicion of propaganda is also culturally based. Among many others, Noam Chomsky said of it, "Propaganda is to a democracy what the bludgeon is to a totalitarian state,"⁶ and George Orwell, "All propaganda is lies, even when one is telling the truth."⁷

5 Constantine P. Cavafy, *Waiting for the Barbarians*, <https://www.poetryfoundation.org/poems/51294/waiting-for-the-barbarians>.

6 Noam Chomsky, *On Propaganda*, https://chomsky.info/199201_/.

7 George Orwell, *Diaries 1938-1942*, <https://orwelldiaries.wordpress.com/2012/03/14/14-3-42/>.

But this culturally-induced suspicion of propaganda has also caused us to confuse it with rhetoric.

We now seem to use propaganda as a short-hand for rhetoric. They are not the same. Whereas rhetoric is an art of “persuasion through truths” propaganda is a form of “coercion based on lies.” Propaganda has a political purpose that is often driven by misleading information. Rhetoric is a process of persuasion that employs narratives to get the message across.

Given our deeply engrained suspicion of propaganda, we have tended to ignore rhetoric and prioritize information over persuasion. But in the highly amplified environment we now inhabit, there are too many persuasive voices simply killing off peoples’ attention to information for this to have any effect. These are the distractions of a system in which the balance of power is no longer on our side and whose ethics have never been put up for scrutiny. If this situation is ever to change, then we need to overcome our suspicion of rhetoric and use it to design narratives that are sufficiently persuasive to challenge the dominant propaganda mode of moral outrage.

This reshaping of public discourse will take some time to get right if we are to restore distracted consumers back to their rightful place as autonomous citizens. But there is some urgency to this. If the dominant and persistent propaganda strategy for perception management is only to create moral outrage, then, if left to deepen, this could become a potentially volatile scenario. To use the outsider strategy of enemies and barbarians to force greater cohesion within a tribe may be a self-fulfilling prophecy. Barbarians and barbarism may emerge where they previously did not exist.

My own view is that, early in the 20th century, the design profession took its eye off the ball. While becoming involved in shaping the forms of tangible things (streamlining products for the new consumer market), this left the field open for others to start using design to influence public perception and behavior. Indeed, this is now one of the century’s biggest industries. And often these people do not have our best interests at heart. It is time for a wider appreciation of design and the power it has demonstrated itself to have in influencing human perception and behavior.

Let me now try to bring the observations I have offered throughout this article into some kind of overview in order to draw out themes that may be relevant to design.

We tend to think that each new approach or innovation will replace the ones that went before it. But experience tells us this is not the case. Just like the design of human momentum, each successive mode of transportation will continue to exist alongside earlier ones — bicycles, roller skates, trams, buses, trains, cars, planes, ships, and so on — we use them all. So over time, our society accumulates an increasingly complex archaeology of ways and means.

Accordingly, design in the early 20th century was a fairly straightforward proposition that focused on the form of tangible artifacts. Today it is a more complex activity that includes the design of intangible effects on human experience using the multiple channels of rhetoric. However, given our deeply engrained suspicion of propaganda, we have tended to ignore rhetoric and prioritize information over persuasion. But in the highly amplified environment we now inhabit, there are too many persuasive voices simply killing off peoples' attention to information for it to have any effect. These are the distractions of a system in which the balance of power is no longer on our side and whose ethics have never been put up for scrutiny.

If this situation is ever to change, then we need to overcome our suspicion of rhetoric and use it to design narratives that are persuasive. Here, some 20th century designers created a powerful alliance between tangible and intangible elements. Simply put, it is that people will carry narratives around in their heads and anchor them to objects in the real world. These intangible narratives give meaning to peoples' lives and the objects to which they are then linked become tangible symbols of that existence.

It is said that we are still seeking solutions to a number of crises in contemporary life. These are: climate change, food shortage, war and terror, disease, and social injustice. Here I would identify two more serious poverties that stand in the way of solving these crises. One is a poverty of attention and the other a poverty of imagination.

We will only be able to deal with these crises if they have our attention. I have already outlined the demands of a powerful system that is designed to distract our attention away from such matters. In an attention economy saturated by persuasion, there is little point in hoping that peoples' attention will be caught by offering them uncorrupted information. Their intentions will be best served by the persuasive powers of rhetoric if designers are willing to adopt this approach.

Without sufficient imagination we will not be able to find the radical innovations needed to solve these crises. This is also a generational issue and the next wave of designers needs to be well prepared for this challenge. But in many, if not most, countries, the school system is driving the subjects that foster imagination, like design and craft, out of the classroom. In this respect the creative arts and design are the only subjects that nurture the powers of imagination needed to create radical innovations.

In many design departments the curriculum does not look to this future. Often, it remains narrowly focused on a 20th century model of design that has not expanded in line with practice. Nor does it cover the principles of rhetoric that can have powerful effects on human behavior. Overall, design courses need to acknowledge that the products of design are no longer physical stuff but human experience — they are the thoughts, preferences, and feelings of real people. This

also is an ethical responsibility that must be part of the education every practitioner receives.

We have left behind earlier concepts of design as simply being a maker of tools. Now we have all the tools at our disposal to make almost anything we want to make. The question is not to ask “How do I make something” but what effects do I want to have in a complex and fragile world. This requires powers of imagination and rhetoric without which nothing will be achieved. So, I will leave you with the equation underpinning this conference: excess – design = inequality.

Bibliography:

- Bernays, E.L., *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel*, New York: Simon and Schuster, 1965.
- Bernays, E.L., *Propaganda*, New York: Ig Publishing, 2004, 37.
- Cavafy, C.P., *Waiting for the Barbarians*, <https://www.poetryfoundation.org/poems/51294/waiting-for-the-barbarians>.
- Chomsky, N., *On Propaganda*, https://chomsky.info/199201_/.
- Orwell, G., *Diaries 1938-1942*, <https://orwelldiaries.wordpress.com/2012/03/14/14-3-42/>.
- Sharp, G., *From Dictatorship to Democracy*, London: Serpent's Tail, 2012.
- Simon, H.A., “Designing Organizations for an Information-Rich World” in: Martin Greenberger, *Computers, Communication, and the Public Interest*, Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press, 1971.

A view from the South on excess and scarcity

Adélia Borges

I have spent my professional life as a design curator, journalist, filmmaker, and writer spreading the idea that the southern hemisphere cannot be relegated to the role of an importer of products, technologies, and lifestyles from the northern hemisphere, but should be able to devise its own solutions.

About 80 percent of the world's population lives on 10 USD per day or less. This majority does not have to deal with excess, but with scarcity. In their daily lives, they have to create strategies to deal with deficiencies. The main strategy is to consider a resource which for others is waste. Reusing cheap materials to create new objects and extend their life cycles has been part of the material cultures of many regions of the world for a long time. In Europe, this practice derives from environmental awareness, but in our countries, it derives from the need to survive.

Italian architect Lina Bo Bardi (1930-1992), who went to Brazil in the 1940s, fell in love with utensils created by reusing various kinds of aluminum packaging and with quilts made from small scraps of fabric. In the 1970s, these recycling practices were documented by Brazilian designer Aloisio Magalhães (1927-1982). The lack of access to industrially manufactured goods prompted people to use their own hands to create and make objects aimed at satisfying their everyday needs. It is not just in Brazil that people must deal with scarcity. Maria Szolc told us yesterday that:

- Germans buy 15 kilos of clothes per year,
- Englishmen buy 30 kilos of clothes per year,
- Americans buy 36 kilos of clothes per year.¹

Where do they discard them? Maybe a tiny part goes to places like the public sale of second-hand clothes sent to Mozambique. They call these clothes there *calamidade* — the Portuguese word for calamity. They can sell one piece for 10 euro cents. I saw them last year at a street fair in Pemba in northern Mozambique on a Saturday morning and I found many examples there of what I would consider good design.

Returning to Brazil, recycling is a persistent practice that can still be found today. In the exhibition *New Alchemists*, which I curated in 1999, I gathered objects created from cheap materials or trash up-cycling. In the same exhibition space, vernacular creations by untrained people from around the country were presented side by side with creations by educated designers who sought inspiration in Brazilian traditional culture. Many of them referred to their grandparents as “recycling masters,” people able to reuse anything, able to transform waste into gold.

Ten years later, in 2010, I proposed a public collection of vernacular design for São Paulo's city hall. They accepted and part of it can be seen in the exhibition I curated. The Spanish art critic and philosopher

1 This is a reference to Maria Szolc's presentation on the first day of the Fair Design 2018 conference.

Eduardo Subirats, a professor at Columbia University in New York, saw an oven found at a street market and said, “It’s like Duchamp, but better.” As far as I know, this is the only permanent vernacular public collection.

Why Pay Attention

But why should we pay attention to such objects? I believe they hold precious lessons, which I will synthesize in three points:

First of all, they reveal perfect functionality in smart ways of solving everyday problems. As designer Aloisio Magalhães used to say, in Brazil, the ability to invent emerges as a “strategy of survival.” Necessity is the mother of invention.²

Secondly, the forms of these objects transcend their functions. In the early 2000s, Swiss-Italian architect and designer Mário Botta saw an exhibition I had done and, in an article for *Ottagono* magazine, wrote “These are not merely technical, functional responses. It is evident in these objects that their use is a pretext for proposing fantastic shapes, marks and colors, asserting with conviction that only beauty can save the world. ... This is a chapter in the infinite history of how humans manage to continually invent objects and tools to lighten the load of their daily work. I find it amazing how everything finds a simplicity and lost poetry just as happens in the creativity of great artists where every mark and every gesture seems indispensable.”³

Thirdly, they reveal *avant la lettre* sustainability. Even before the word ecology existed, populations in poor countries in the southern hemisphere had already been practicing it in their everyday life. These objects reveal economy of resources and means, as well as wise utilization of local materials. It is the attitude of making more with less.

Learning from Makeshift Solutions

I have just asked why we should pay attention to such objects. Let’s quote other authors on this. In 2008, at the apex of the economic crisis in northern hemisphere countries, English design thinker John Thackara wrote in an article entitled “We Are All Emerging Economies Now”:

“The most powerful lesson for me, after twenty years working as a visitor on projects in India and South Asia, is that we have more to learn from smart poor people regarding things like ecology, connectivity, devices and infrastructures, than they have to learn from us.”⁴

2 Aloisio Magalhães, *E Triunfo?: A questão dos bens culturais no Brasil*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Fundação Roberto Marinho, 1997.

3 Mario Botta, “Design anonimo sul punto vendita,” (Anonymous design at points of sales), *Ottagono*, Italy: Oct. 2004.

4 John Thackara, “We Are All Emerging Economies Now,” *Design Observer*, June 5, 2008. <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=6947>. Thackara came back to the theme a few times, for instance in “Humanitarian Design vs. Design Imperialism: Debate Summary,” *ChangeObserver*, July 16, 2010. <http://changeobserver.designobserver.com/entry.html?entry=14498>.

Actually, many companies and people in the northern hemisphere are learning the capacity of doing more with less. A very good book on this subject is *Jugaad Innovation*, by professors Navi Radjou, Jaideep Prabhu, and Simone Ahuja⁵. In this publication, they refer to a frugal and flexible approach to innovation that is dominant in India and, according to them, is also found in countries like Brazil, China, and Kenya. Jugaad is a Hindi word that roughly can be translated as “overcoming harsh constraints by improvising an effective solution using limited resources.” They have been teaching business people to take advantage of frugal innovation, and in their book, they mention many examples of international companies such as 3M, GE, Google, and Siemens.

There are some examples of Jugaad innovation from Latin American designers.

In Argentina, an old, widely used tool (created by the locals to cut animal leather into strips) was adapted by designer Alejandro Sarmiento to cut PET plastic. He also created a simple system to thermo-shape plastic strips and created a variety of objects with them. He shares the tool’s technical drawings with whoever wants to use it.

In Mexico, we can highlight Cecilia Leon de la Barra’s stool, which revisits a very popular chair made of multicolored thin plastic straps. Or the magazine holder by Emiliano Godoy in polyurethane foam — a very simple process — switching one component, material or object from one function to another. Or, still, a chair by Cala Laboratório de Designo that uses plastic wrap filled with paper, both reused materials.

In Chile, a very important project is Elemental, a popular housing system, conceived by architect Alejandro Aravena and his team. They were invited by the government to create houses using a budget of only 7,200 USD per unit. They decided to take advantage of the inhabitants’ of poor countries practice of self-construction, often in a collaborative effort with neighbors and relatives. So, the project covers a building lot, infrastructure, and framing, with the balance being turned over to residents for self-building. Aravena was also the curator for the 2016 Venice Architecture Biennale and made use there of a very common practice in Latin America: the reuse of materials. The core exhibit in the Arsenale opened with a large installation made with one-hundred tons of materials recycled from the previous Biennale.⁶

Large companies are also inspired by popular solutions. Cosmetics company Natura Brazil, for instance, discovered in ethnographic research that consumers preferred refill containers for hair care products because it was cheaper. Based on this, they introduced

5 Navi Radjou, Jaideep Prabhu, and Simone Ahuja, *Jugaad Innovation, Think Frugal, Be Flexible, Generate Breakthrough Growth*, San Francisco: Jossey-Bass, 2012.

6 <https://www.dezeen.com/2016/06/02/venice-architecture-biennale-2016-recycled-waste-exhibition-entrances-alejandro-aravena/>: 27 July 2018.

refills as the normal packaging. It uses 75 percent less plastic compared to regular packaging and the carbon footprint was reduced by 50 percent. The material and the form permit full use of the contents to the last drop, avoiding waste. The price of the final product also dropped.

I believe that the growth of the makers' and do-it-yourself (DIY) movements also has relevance to this topic. Technologies are bringing — and will bring even more — deep changes in the way we design and consume products. The boundaries between designers, manufacturers, and consumers are becoming finer each day.

We can now see the emergence of groups such as Fixperts, based in London, which believes that “mending is a creative, social valuable resource.”⁷ They share their content on the Internet to encourage people to use the power of mending stuff to fix everyday problems. When I learn about initiatives like that, I cannot help but see the parallel with spontaneous design in developing countries! We could continue mentioning these influences in various fields of design; however, I believe that, more than incorporating these influences, we need to know them better.

Giving Visibility to Spontaneous Solutions

In Bogotá, Colombia, the Popular de Lujo group aims to spread local graphics, promoting exhibitions, workshops, conferences, and publications.

In my work as an independent curator, I try to give visibility to vernacular creations, including Native Peoples' contemporary design, and present them together with trained designers' projects.

And a remarkable thing happened at the first edition of the London Design Biennale two years ago. I belong to its international committee. Among high end and “very chic” designs from 30 countries, the main prize of the Biennale went to a street installation made by a Lebanese representative. It was an amazing show by designer Anabel Kassar and I am glad to have participated in the jury that made this choice. The Lebanese installation hosts a variety of improvised street furniture, from innovatively repaired chairs to stacked sofas mounted on pick-up trucks.

According to the designer:

“When I first considered Biennale, I thought of the many design exhibitions I had visited in the past years. On this occasion, I thought the most interesting thing to do would be to get away from that world, to do something less deliberate. This installation looks at the makers and the traditional aesthetics of Beirut; the memes of the design industry do not intervene. Instead, we discover items made on the streets that are serving a need — improvised, ingenious, imperfect.”

7 Press release distributed during a visit to Fixperts studio in London September 2016 [eds.]

For me, it was a turning point because in many design exhibitions in rich countries we see objects that stimulate excess and just generate pressure for newer — and meaningless — stuff. Actually, scarcity and excess are two sides of the same coin. With this look from the South, I would like to invite you to reflect on how design can help us surpass this dual situation; how design can help us move toward the path of more sustainable societies, in which objects gain meaning and in which there is more egalitarian distribution among people.

I would like to share three images: a capulana, fabric that can be a cloth, can be bedding, can be support for carrying babies; a vegetable fiber mat; and an improvised game, all from Mozambique. In my view, they show us that scarcity, sustainability, and poetry can come together.

Bibliography:

- Botta, M., "Design anonimo sul punto vendita," Ottagono, Italy: Oct. 2004.
- Magalhães, A., *E Triunfo?: A questão dos bens culturais no Brasil*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Fundação Roberto Marinho, 1997.
- Radjou, N., Prabhu, J., and Ahuja, S., *Jugaad Innovation, Think Frugal, Be Flexible, Generate Breakthrough Growth*, San Francisco: Jossey-Bass, 2012.
- <https://www.dezeen.com/2016/06/02/venice-architecture-biennale-2016-recycled-waste-exhibition-entrances-alejandro-aravena/>.

**In the shadow
of Maslow's pyramid.
The riddle of human needs**

Edwin Bendyk

Excess as a feature of the hyper-consumer society requires problematization. It is, therefore, necessary to analyze excess from the perspective of the capitalist system, which after the fall of communism in 1989-91 achieved full global hegemony. It is worth examining excess as an aspect of changes in modern society, which are driven by the process of individualization. Finally, we must mention the individual perspective and ask how excess figures into the issue of human needs.

Excess and capitalism

Capitalism can be defined as a socio-economic system based on the circulation and accumulation of capital. Capital, as Karl Marx argued, is not an object, a finite resource, but a social relation, a complex network of relations that bind labor, money, and commodities in the constant, dynamic process of creating added value and accumulation. Without accumulation, the capitalist machine cannot function, because it is based on continuous growth fueled by the exploitation of labor and environmental resources.

The industrial revolution — the greatest success of capitalism — made it possible to progress from the situation of constant shortage, typical for the pre-industrial era, to the situation of mass production of goods and services. The greatest threat to this system is insufficient demand for manufactured goods, called the crisis of overproduction. It was such a crisis of overproduction, or a collapse in demand, that caused the Great Depression in the interwar period. It demonstrated that both creating demand by the state and stimulating consumer demand are the most important tasks for maintaining the system.

This logic inevitably results in excess and thus wastage. Why do we accept it? An interesting clue can be found in the works of anthropologist Greg Urban.¹ He stated that capitalist modernity required not only the creation of a structural mechanism of development based on the accumulation of capital but also a special metaculture. Metaculture is the way in which culture speaks for itself and evaluates itself. In pre-modern societies based on tradition, the metaculture of repetition prevailed. It rewarded attachment to permanent forms and narratives having their source in myths.

In modernity, the metaculture of novelty developed, valorizing change comprising the continuous creation of new artifacts. The industrial revolution would not have been possible without the earlier cultural revolution with Martin Luther as one of its main animators. It was he who transformed the technological innovation of printing with a movable type into the modern publishing system, indispensable for the promotion of a new reformist idea. When the Reformation

1 Greg Urban, *Metaculture. How Culture Moves Through the World*, University of Minnesota Press, 2001.

solidified and the propaganda machine no longer had to work with such energy, the first crisis of overproduction became apparent — the enhanced publishing capacity needed orders. It turned out that regular publishing houses, invented for promoting religious content, could be used to describe everyday life: crimes, lives of kings, wars. Once put into motion, the machine began to accelerate, stimulated by double feedback: the circulation of money and the hunger for new content, not only news, sermons, and reproductions of the Holy Scriptures but, in time, also novels and other literary forms. The growing cultural production quickly led to excess, which could only be managed by successive innovations — new forms of culture and, de facto, metaculture, like reviews, discussions, and criticisms, enabling recipients to see how the latest products are new and worthy of interest. Since the main site for the presentation of these critiques was the periodical, an additional metacultural demand for new products was created.

The concept that cultural industries are a post-modern capitalist phenomenon should be revisited: the first industry of capitalism was the printing culture and publishing market, which provided future industrial capitalism with the most necessary innovations, from mass production to home and mail order sales to consumer credit.

Modern social condition

Luther's Reformation also initiated a few unusual, often paradoxical, social processes. The most important is individualization, coupled with standardization. Reading alone is the loneliest cultural practice without which, however, modern mass society would not have been created — based on organic solidarity and media-mediated bonds. The society in which everyone read by themselves — but the same set of reading material and newspapers — enabled the creation of a shared imaginarium and collective subjectivity, expressed in “We, the People.”

Once launched, the process of individualization, coupled with the processes of capital accumulation and supported by the metaculture of novelty, was bound to lead to excess, which could only be handled by the ever-growing diversification of demand (i.e., destandarization of consumption and its singularization). This, in turn, resulted in pressures to destandarize production and increase its personalization, possibly thanks to the development of digitization. As shown by Lucien Karpik, *l'économie des singularités* (the economics of singularities)² emerged. In the cultural sense, as argued by Manuel Castells, the mass communication society has evolved into the society of individualized mass communication, which focuses today around the self.³

2 Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, Paris: Gallimard, 2007.

3 Manuel Castells, *Społeczeństwo sieci*, Translated by K. Pawluś, J. Stawiński, M. Marody, Warsaw: Wydawnictwo PWN, 2016.

The symbolic moment of recognition of this transition was the tribute which the icon of culture and mass communication, the weekly Time, paid in 2006 to this self — selecting “you” as Person of the Year. In the same year, Steve Jobs presented the iPhone, thus beginning the era of the smartphone (that is, the universal interface of individual but networked “selves”). A Samsung phone and an iPhone are similar to each other, but each is different and unique, just as is its owner, who expresses his singularity by installing and using a unique selection from millions of available Google Play and App-Store applications. Perfect excess, although what is at stake in the smartphone revolution are not applications, but the possibility of permanent access to your own unique social network of the smartphone owner.

Modern society with its forms of social integration “*n'existe plus*” — has ceased to exist — said the aged French sociologist Alain Touraine in his book under the meaningful title *La Fin des Sociétés* (The End of Societies).⁴ They have been replaced, as Barry Wellman suggests, by the Social Operating System, that is, the intelligent network connecting the networked individualists.⁵ This, in turn, is nothing else than the Universal Intelligence described by Karl Marx, knowledge accumulated in a technical system, constituting a form of capital. Social integration through culture has given way to the coordination of activities of networked individualists by the capital embodied in the Social Operating System.

Unforeseen revolutions

Having analyzed the structural determinants of excess, it is time to look at the problem from the perspective of the “self” of a networked individualist. This self is singular, but it expresses a universal pattern of social, technological, and cultural transformation. This self, in its universal networked expression, has been transformed during the very short three-decade development of the Internet and digital mobile telephony, crowned by the convergence of these worlds in the smartphone. Preparations for the revolution took longer. Interestingly, each of the key innovations which influenced its course has emerged against forecasts, intuitions, and general consensus. The review of unforeseen inventions should start with the transistor radio, which appeared on the market in the 1950s. Its production became possible thanks to one of the most important inventions of the 20th century — the transistor. It replaced electron tubes, reducing the size of electronic circuits. The result was a portable device that could be taken in your hand anywhere. Transistor devices suffered a disadvantage for a long time — worse sound quality

4 Alain Touraine, *La Fin des sociétés*, Paris: Seuil, 2013.

5 Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

than stationary tube receivers. So, why would anyone buy something newer, but worse?

And yet, the transistor radio proved to be a hit, on the basis of which the Japanese Sony brand developed. What made it so successful? It met the needs of a new audience “produced” by the socio-cultural change. In the 1950s, rock’n’roll was the music of the young generation, but how could you listen to it when the home radio in the living room was controlled by your father, listening to pre-war hits and boring news broadcasts? The best thing would be to run off with your music beyond the reach of the social control of adults. The transistor radio turned out to be more than a gadget — it became a technology of freedom, and not only for young people. Portable transistor radios played a key role in the anti-colonial revolutions in Africa and Asia at the turn of the 1950s and ‘60s.

Two decades later, the market looked with similar disbelief at Sony’s new idea — the Walkman, a portable cassette player. Analysts were surprised by the fact that the Walkman did not have a recording function, when cassette players were invented just for recording. As the legend goes, the head of Sony, Akio Morita, wanted to have a device on which he could listen to his favorite operas on long journeys. The first device hit the market in 1979. It was a great success — the Walkman proved to be one of the greatest successes of the consumer electronics market. Why? Because it further developed the idea of the transistor in the society which had already undergone the 1968 revolt. And what was at stake was not only the possibility of listening on your own terms, to what you wanted and when you wanted. The new technology of freedom also had its political context — the Iranian Revolution of 1979 largely gained its mass energy due to smuggling Ayatollah Khomeini’s speeches on cassette tapes.

A similar story can be told about the iPod, which Steve Jobs presented to the world in the fall of 2001, a month after the attacks on the World Trade Center and the Pentagon. It would seem that it was the worst moment to launch an expensive gadget on a market already filled to the brim with cheap mp3 players. And yet, the iPod took off at the speed of light, dominating the music player market until it was deposed by iPhones and smartphones.

What was the reason for this success? The most interesting interpretation suggests that it lies in the first models of hard disks, enabling the majority of users to transfer to the device their entire collection of music. It turned out that this was important for modern people, for whom individualization was connected with mobility and the necessity of constant movement. The music coming from the iPod, playing in a room of a nameless hotel, became an identity prosthesis for people with increasingly fragmented biographies and “protean” selves. The concept of the Protean Self was proposed by Robert Jay Lifton to describe the condition of modern people who, due to the constant change in their context — changing employment, places

of residence, partners — must also change themselves to adapt to the new circumstances.⁶

All these super-gadgets, however, are nothing compared to the success of mobile telephony. According to what was common sense in the 1980s, there was no reason for this success. Only one million subscribers worldwide were expected to use mobile phones in 2000. The first mobile telephony network in GSM technology started up in Finland in July 1991. In 2000, 740 million people were using mobile phones — mainly the inhabitants of the Global North. This helped to rationalize the success of the new technology — the mobile phone had become a status symbol in a hyper-consumer, individualized, and rich society.

But how can we explain the avalanche that started in the 21st century and flooded the countries of the Global South? In 1999, only 43 million Chinese people were using mobile phones; a decade later, nearly 750 million. Mobile phones conquered the rest of Asia and Africa at a similar rate. Today, practically everyone uses them, and mobile networks offer their services even where the nation state is not functional. In Syria, the theater of a civil war, there may be a shortage of medication, water, and food, but there is usually no shortage of coverage. In Somalia, recognized as a failed state, there are six mobile networks. Why and for what purpose, since it would seem that the inhabitants of these countries have more urgent needs than paying for a subscription to maintain access to the network?

The riddle of human needs

Research into mobile phone users shows interesting phenomena. For example, young people without regular income stress that the ability to communicate is the most important thing for them. So much so that they are ready to refrain from eating to save for the required fees. A whim? Pathological addiction? A real need? Studies analyzing the choices of residents of communities living in extreme poverty shed some light on this problem. They are summed up by Esther Duflo and Abhijita Banerjee in the book *Poor Economics*.⁷

Scholars have investigated what poor people do when their material conditions improve a little. When the improvement is negligible, hunger is the first need to be satisfied. However, if the extra money is a bit more than is needed to satisfy physiological hunger, other priorities then come into play: not more food, but better food products and expenditures on communication infrastructure (i.e., television and mobile telephony), even when the amount of food is still insufficient and this need is not fully satisfied. So, what about the so-called Maslow's pyramid, which shows that human needs

6 Robert Jay Lifton, *Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation*, University of Chicago Press 1999.

7 Esther Duflo, Abhijita Banerjee, *Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*, Public Affairs 2012.

form a hierarchy?⁸ It indicates that first you have to fill up or satisfy the need for security, before dealing with whims, such as participation in culture.

Does Maslow's pyramid, which was created for the purposes of the psychological theory of motivation, really explain the issue of human needs? Ian Gough and Len Doyal in the fundamental study *A Theory of Human Need*⁹ prove that there are two basic universal needs: the need for health and the need for autonomy. Physical fitness and the ability to make decisions on your own behalf are the prerequisites for achieving other goals. What, then, is the mobile phone in this perspective? What is the smartphone in the hands of a refugee? A toy or a tool enabling coordination of activities and thus management of autonomy?

So, if Gough and Doyal are right, it would mean that the success of the inventions described above (except for, perhaps, the iPod) resulted from the fact that they corresponded perfectly to the need for autonomy, satisfying it in an optimal way, in a specific social and historical context. Today, we have reached a special moment in this evolution. The process of individualization has reached the moment of subjectification of a single, networked self, the development of individualized mass communication, and the economy of singularity. Society has been replaced by the Social Operating System. Moreover, this is accompanied, as Manuel Castells argues, by the development of the technologies of freedom, owing their success to the fact that they have responded to the need for autonomy, and the development of networked individualism. This creates a networked feedback, which results in the culture of autonomy: the more intensively someone uses the network, the greater is their sense of autonomy, and the greater the sense of autonomy, the more they use the network to manage this autonomy.

More for less

It must be remembered that all this, however, is happening within the capitalist system in which relations coordinated by the Social Operating System are directly or indirectly commodities (that is, they are part of the capital accumulation machinery) and, thus, they create excess. Can this logic be opposed? It is possible to maintain the metaculture of novelty and the culture of autonomy while separating from the logic of accumulation? It is, but only if the innovative energy of the metaculture of novelty is redirected towards the paradigm "more for less." In the new paradigm, quantitative surplus would be replaced by a qualitative excess.

8 Abraham Maslow, *Motywacja i osobowość*, Translated by. J. Radzicki, Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.

9 Len Doyal, Ian Gough, *A Theory of Human Need*, The Guilford Press, 1991.

Ethnologist Tomasz Rakowski suggests that marginalized groups are a good place to seek inspiration for how to break free from the culture of quantitative excess without losing innovative capacity. As such, they are considered pathological and, thus, an object of care; they are not associated with autonomy and the creativity based on it. As research in the villages of the Szydłowiec region shows, their inhabitants, who are affected by high unemployment (the transformation), do not passively surrender to their fate, but respond to the challenges with creativity and innovation, enabling them to live in dignity and maintain autonomy in the conditions of material deprivation. In other words, they have long been implementing the “more for less” strategy.

Needless to say, it is not about copying their solutions, but about creative cooperation in interdependence, which enabled the combination of various resources, so that “more for less” is not just a strategy of survival, but of a good life.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Doyal, L. and Gough, I., *A Theory of Human Need*, New York: The Guilford Press, 1991.
- Duflo, E. and Banerjee, A., *Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*, New York: Public Affairs, 2012.
- Karpik, L., *L'économie des singularités*, Paris: Gallimard, 2007.
- Lifton, R. J., *Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation*, Chicago: University of Chicago Press, 1999.
- Maslow, A., *Motywacja i osobowość*, Translated by J. Radzicki, Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.
- Rakowski, T., *Lowcy, zbieracze, praktycy niemocy*, Gdańsk: słowo/obraz terytoria, 2009.
- Touraine, A., *La Fin des sociétés*, Paris: Seuil, 2013.
- Urban, G., *Metaculture. How Culture Moves Through the World*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.
- Wellman, B., *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

Electricity rate

Bogumiła Jung

Looking for the sources of consumerism so widespread in society today, we find that one of the most important elements allowing the rampant expansion of consumption and overproduction — including the transmission of gigabytes of data every second — is electric current. The average consumer probably does not realize on a daily basis the extent to which our reality has been taken over by electricity. It is almost a truism to say that electricity is the heart, indeed the lifeblood, of our modern times, without which it would be impossible for a large part of our world to exist. But if this element is working, it is like air — unnoticeable, when everything is fine; the alarm is only triggered by its poor condition or absence. And yet the existence and widespread use of electricity is so recent that our total dependence on electricity in present-day life should inspire our amazement and reflection.

We need to realize how much our daily existence is subordinated to the necessity of a constant supply of electricity for the many devices around us. It prompted me to track the speed and extent of changes associated with the development of technology to which the whole sphere of our everyday lives is tethered. And thus, we are subjected to the pressure of change ourselves as users of innumerable items — necessary, useful, and beneficial, but also unnecessary or even harmful. In just over one hundred years, the material culture of developed societies has been transformed several times — as witnessed by only four generations. ... And it is enough to pay attention to the transformation of only some elements of electrical devices to see, as through a lens, the scale of the revolution that has taken place in our immediate surroundings.

One of the veritable milestones of our civilization was not only the invention, but the practical applications of electricity that occurred after the spread of the means of long distant transmission. As early as the eighteenth century, experiments were performed with electric current and it was studied intensively. But then, even after the generation of this extraordinary new energy, it could not be used on a wider scale until a method was invented to transmit it from the place of its generation to users, even over long distances. It was only the patenting of a method and the construction of powerful transmission networks that enabled the wider use of electricity. Initially, it was used as a source of street lighting in cities, arousing real enthusiasm and replacing gas lighting relatively quickly. However, only the subsequent multiple applications of electric motors revolutionized industrial production methods in many areas, additionally supporting the phenomenon of creating manufacturing plant clusters in new places, far from traditional energy sources and minerals. Additional hubs of heavy industry began to emerge, and large urban centers built new and powerful (for those times) power plants that responded to the growing demand from the increasing number of users. Transmission networks became part of the landscape, draping

it with high voltage lines. Transformer stations were created, sending energy through additional lines, entangling streets and buildings in their spiderweb. Only are the cities of southern Europe still picturesquely bedecked, while conditions have forced man to become more disciplined in building external installations where winters pose more stringent requirements on technology.

Today, the demand for electricity is constantly growing. Over the last one hundred years, there has been a huge expansion in the use of electricity, which, beyond manufacturing, is also needed by a significant segment of transport services (metro, railways, trams). Our public spaces — airports, stations, shopping centers — require a constant power supply for their basic service, as do offices. Not only lighting, but also the collection and processing of data, internal and external communication — these are all areas where electricity supply is necessary without interruption. And almost all aspects of the medical sector now require a continuous supply of electricity. Apart from diagnostics, surgery, and advanced treatment techniques, even the simplest treatment is rarely performed without an electric-powered device. It is required even for the operation of a medical record system based on electronic records and a printer so that the patient can receive results. All areas of our lives actually generate an increasing demand for electricity on a scale which we do not regularly realize, triggering the need to produce more of it. Of course, we have a policy in Europe of generating a growing share of our energy from renewable sources (which is, unfortunately, implemented in various ways!). But the indisputable fact is the present near total dependence of our lives on the consumption of more and more electric energy, the mass application of which began only in the late nineteenth century. At that time, the new type of energy required the creation of a network and completely new devices, machines, and accessories. Initially, individual power receivers were simply plugged into the network, which entailed a high risk of electric shock, not only for fitters, but also users; fatal accidents occurred. The first decade of the 20th century saw the introduction of the elements of electrical equipment we know today — sockets, plugs, and switches. And perhaps the scale of the real revolution is shown by these objects today. Exhibited at Villa Hügel in Essen, antique sockets and switches are a beautiful example of the transition from “craft” to “industry”; they are proof of a smooth connection between these spheres. As electric current was initially introduced in the homes of the affluent, the details of electrical equipment were designed to match their status, just like other elements of interior design. The first materials used for sockets and switches were metal, porcelain, and sometimes hardwood and ivory. As the eclectic style prevailed at the turn of the century, stylistic elements of past epochs were sources of inspiration. These details were executed very carefully, and their decorative forms were often created by borrowing from antiquity or were inspired by floral

motifs. There are clear dividing lines in the composition, the shape was created by the axes of symmetry, the form was enriched by ornamentation and decorative millings. Later, from about the 1940s, the use of Bakelite became popular and for several decades it was used as an excellent basic material for making fittings, as well as some elements of electrical equipment. The new material and the ideas of modernist frugality in defining form — often subordinated to function — dominated the design language of sockets and switches for many years. Then came the era of plastics, which almost completely subsumed this area of production, not only because of the properties of the material itself, but above all for the ease of manufacturing and the low price.

Now, however, despite the fact that plastic materials are still widely used for sockets and switches, there has been for some time a design trend called retro-nostalgia, which refers to the vocabulary of forms from several decades ago, if not quite the beginning of the 20th century. Installing such “new-old” elements of infrastructure has become popular in restored historic interiors or in adapted post-industrial interiors. A wide range of manufacturers of such elements still use durable materials such as metal and porcelain. Glass and specially prepared wood are also used. In design, we also note that a tribute to tradition is accompanied by moderation in the means of expression as these elements are shaped with less decoration and ornamentation. Importantly, the main trend now in fitting design is to minimize or reduce the components in line with the principle: simple-simpler-the simplest. Really minimalistic, cost-effective and extremely flat switches or touch panels are increasingly used. Along with changes in the materials and the technology employed, there has been a transition over just a few decades from controlling and regulating various devices by means of clear movements of the fingers / hand / whole arm to today’s touch or finger-flick on a screen. This is one of the determinants that makes us aware of the scale of the change, and of how quickly and how much the material culture of developed societies has evolved due to the development of technology, thus creating new opportunities and challenges.

It is worth realizing (or recalling) that there is an important area, integrally connected with the ubiquitous use of electricity in our lives, which is equipment for making measurements. We may not realize that all installations, networks, and receivers must not only be installed but must also constantly undergo control measurements as to the status of the energy network transmitting energy “invisible” to the naked eye. For quality assurance, an entire system was created as this sector developed, which enables continuous monitoring and the elimination of failures. Readings are regularly taken by specialists using measuring devices. Here we should note an interesting phenomenon — the ELTRON zeroing meter [→ page 402, fig. 4] from the mid-1960s. It was used to measure certain inductive values

of transformers and is an example analogous to the first devices of this type. The unit is a very simple geometric form, a varnished steel box with a handle at the top made of a straight tube. Sensitive indicators, protected by glass in rectangular Bakelite frames, are placed on an inclined portion of the front surface, making reading easier and more convenient for the user. There are two knobs, distinctly styled to reflect their assigned functions. One is related to the measurement of network voltage, and the second to the resistance of the circuit and the K factor of the installed fuses. The form of the knobs is “streamlined,” clearly associated with the aesthetics of *styling*. At the same time, they clearly indicate the manner of gripping and the direction of possible rotation, which is intuitive. This meter belongs to the older group of devices that operated in such a way that their “readings” consisted of technical measurement, with values obtained with accuracy to several decimal places. These devices were, therefore, quite complicated but more valuable in terms of the reliability of the obtained measurements. Measuring devices (meters) manufactured today use analytical methods at the expense of a large rounding of the obtained values, which values are, therefore, more like estimates. It is interesting that the whole field has gone towards acceptable simplification in order to gain speed of calculation, although it does not always go hand in hand with accuracy. So, the technology has developed towards convenience, but to some extent at the expense of security. I present the second device, also among the earlier meters using technical methods, but some 20 years later (1985) — the product of the METRA BLANSKO company, with the tectonics clearly shaped by the designer [→ page 402, fig. 5].

The rapid dissemination of electrical applications and electric motors has revolutionized not only industrial production methods, but also caused major changes in basic household appliances, not only affecting the real sphere of social change, but also making it possible. Changes in how people earn a living and how family life is organized have indirectly influenced the transformation of the family structure. Some of these transformations have been influenced by various objects — the heroes of everyday life. Probably, the refrigerator played a leading role here. The first electric refrigerators appeared at the beginning of the 20th century. In Chicago, DOMELRE (Domestic Electric Refrigerator) offered them as early as 1913. They were in the form of cabinets on relatively high legs, with the condenser located on the exterior on the top surface. They initiated a new era in the technology of domestic food preparation and storage. These devices enabled a gradual increase in the proportion of fresh products in the daily diet. And in advertisements today, we even hear about the “multimedia fridge” — a suggestion of a higher level of cooperation with the family ...

The second home appliance ... was the washing machine, whose transformation occurred over several stages. Simple equipment, which was

the washboard (plus the heavy physical effort of a washer), was first replaced by an electric rotary washing machine. An early example from 1907 by A. Fischer had a wooden drum rotating round the horizontal axis with the motor placed outside on a metal frame. The propulsion was transmitted via a belt to the axis of rotation of the wooden drum, which was made of planks like a barrel, but with a flap in the surface of the outer perimeter, so that the bottom and the top lid could remain sealed. In the mid-twentieth century, the “Frania” washing machine was the leader in Poland for several decades, present in almost every household. It had solid yet simple construction and was equipped with a wringer. The metal roller contained the motor at the bottom and the water container with the impeller at the top. Steering elements and handles were eventually made of plastic and the steel body was obligatorily painted white. Then we came to the stage of the automatic washing machine, extending to today’s “intelligent” devices, programmed and even remotely activated by an application. The important but once very burdensome process of taking care of hygiene and the cleanliness of clothing, bed and table linen — everything that is made of fabrics in a home — has been lightened thanks to the mass use of first a rotary and then a programmable washing machine. Gradually, household equipment began to include a whole range of devices with electric motors, which facilitated much burdensome housework (including the mixer, iron, vacuum cleaner, and fan) or facilitating care (electric dryer, curling iron). In the first decade of the twentieth century, Peter Behrens designed the classic forms of some of these items for the German company AEG and, over time, they became design icons.

The home sewing machine is another important work tool which was widespread in the US by the second half of the 19th century. As a mechanical construction powered by the work of the legs of the person sewing, it sold well in the cities on the US east coast. The sewing machine, however, also greatly benefited from the incorporation of an electric motor, replacing the physical effort which became very tedious during prolonged operation. It became a synonym for the emancipating device — a tool enabling women’s professional work, even if it was home-based — which provided them with the opportunity of earning a living. The form of the electric machines replicated the mechanism of those with pedal drive (i.e., it was created on the principle of “dressing” the pure mechanical components in an outer “outfit” of decorations and ornaments, echoing the prevailing eclectic style). The table top to which the device was mounted rested on a supporting structure of cast iron elements with fluid lines in which the manufacturer’s name was placed. Today these tools arouse a great fondness. Cast iron elements are used to create new “furniture forms,” and sewing machines have also become a decoration in themselves — as in the lounge of a store in London [→ page 403, fig. 6].

Presently, household appliances seem indispensable to us, and companies outdo each other in convincing us how much we must have them all. The development of household appliances is heading towards applications of increasingly advanced technological innovation. They are exhibited at trade fairs, presenting the potential of this important area of the economy. At EuroCuccina held in Milan every two years, numerous devices for meal preparation and product storage are launched, using top-class technologies. They are also equipped with sophisticated possibilities for communicating with the user and programming activities through their own display panels or applications. In their design, the control details are either tactile or the buttons have been simplified to the absolute minimum — rectangular, flush-fitted in the surface with a slight gap between them. All you need do is brush your finger or gently press on a slightly depressible surface. Knobs are operated with a clear gesture, returning rather as an element of “style” in new re-interpretations of household appliances — part of the retro-nostalgia trend. Almost a decade ago, household appliances based on the style of the 1950s appeared on the market, perfectly suited to the sentimental desire to return to the time of childhood, a trend that appeals to the romantic side of modern consumerism... Perhaps, it is the reaction of modern nomads to the pace of life. Some companies have turned this trend into their trademark, while the largest manufacturers of kitchen appliances currently offer not only modern lines — advanced technologies and minimalism — but also product lines for slow food followers, based on the style of the 1950s or even earlier decades. The concept of “kitchen-laboratory” competes with references to “grandma’s kitchen.” The range of offered products is of course related to the trend of maximum individualization, considering different tastes and preferences. Therefore, each year there appear, if not new forms, then at least offers of new colors, the number of which is sometimes stunning. For example, at the “Ambiente” trade fair in Frankfurt, a dozen or so colorful options (plus variants) filled a monumental wall-bookcase, displaying dozens of versions of one kitchen mixer. The company known for its pastel colored refrigerators and other equipment is cooperating with a fashion star who proposed placing brightly colored ornaments inspired by folk art, with original floral motifs on the appliances. One may have the impression that up to a point new home appliances were invented to help us, facilitate our work, and reduce the number of tedious or strenuous activities. Other devices were created to make life more pleasant or to help us relax (e.g., coffee makers). But nowadays, it sometimes seems that we have crossed the line where we are cornered by an EXCESS of supposedly necessary devices.

Just like household appliances, another device has undergone an impressive transformation. The telephone, patented as early as 1876,

undoubtedly initiated the era of individual communication. One of the well-known early versions of this device by Thomas Edison was created in 1879 — only 140 years ago. It is a wooden box with a front microphone, a loudspeaker on the side jib, and a bell on top. Later there was a version with a rotating dial whose debut dates back to 1896, but its dissemination occurred later, at the beginning of the twentieth century or even in the 1930s, when the Bakelite telephone sets began to be manufactured. The next milestone was the introduction of the pushbutton pad in 1963, which was associated with the development of electronics and tone dialing capabilities. However, it was the invention and dissemination of integrated circuits that has enabled the development of mobile telephony. The 1980s opened the era of wireless communication. Initially, sounds were transmitted in an analogue format, but the digital communication system — GSM — was quickly developed, and cellular telephony has become one of the most dynamically developing areas of the global economy. The next milestone was Apple's introduction in 2007 of the first iPhone. It was only a decade ago, though today the smartphone seems to be an extremely important “companion” for many people, of fundamental importance in their daily lives. We can generalize that at some point, thanks to the development of computers, the sphere of individual communication (telephone / smartphone) and the sphere of mass entertainment (film and television) have merged.

This has all together exploded with the emergence of virtual reality. Today we have created a “parallel world” and we connect with it through numerous devices: personal computer, laptop, tablet, smartphone — in hundreds, if not thousands, of versions, variations, and variants. All these products are powered by electricity, are charged daily, or are permanently connected to the network. Here I am talking about the power grid, because they are increasingly connected wirelessly to the Internet. The EXCESS of these objects gives rise to the enormous consumption of electricity necessary for their operation.

This world, referred to as virtual, is available too soon to the young, and relatively too little or not at all available to seniors. Individual immersion in the virtual reality of social media gives people an illusive sense of community, while there are now numerous alarming signals of increasing difficulties in building lasting relationships with people living nearby. This is especially visible in young people — the most vulnerable to the addictive power and magnetism of social networking sites and computer games. In turn, for older people who may be less flexible in adapting to subsequent changes, even trying to use modern telephone sets can only be accomplished with considerable difficulty [→ page 403, fig. 7]. The smartphone with a touch screen, especially in the “magnified screen” setting, is indeed more readable, but it does not take into account the ergonomic limitations associated with the hand capabilities of people over eighty. Individual attempts to find one's own solution might, for example, be use of the little

finger to operate small buttons on the keyboard [→ **page 403, fig. 7**]. However, it should be noted that the complexity of these devices, especially for the generation that has not had ITC education, is so significant that these generally represent exceptions rather than mass use of the possibilities offered by virtual reality.

Instead of conclusions, I would like to pose questions-postulates. Firstly: How can today's consumers, especially children and young people, be made aware that you need to keep a balance between existing in the virtual and in the real world? It seems necessary because this **BALANCE** is the key issue, a requisite condition for our development. Secondly: How can immersion in virtual reality be made not to eliminate the need to be "here and now"? This is the second important postulate: **MINDFULNESS**, because it is followed by an interest not only in yourself and in your own affairs, but also by openness to those who are near you and to the problems of those in need. Thirdly: What **IDEAS** can be developed which would reverse the tendency: to draw the attention of modern people to the fact that life is happening "here and now"? What ideas will make us put aside phones, smartphones, tablets, laptops and start to repair interpersonal relations? And will we revive our own human energy instead of consuming increasingly larger amounts of electricity?

Translated by Barbara Leszczyńska

Designing a smart society

Paula Quinon

In this paper, I propose general guidelines for designing human-robot interactions within a social context. I claim that designing the type of relations in which a robot becomes involved is as important as designing the robot interface. I sketch a model of a social network for a cognitively non-homogeneous society and I analyze several case studies using this model.

Even if most of us have very limited personal experience with robots, discussions about interactions with non-human or partially-human cognitions certainly exceed science fiction literature. Questions regarding the structure and functioning of a society inhabited by robots and cyborgs are nowadays widely discussed in social media, used in advertisement campaigns, inspected in opinion-making press articles, scrutinized in research papers, and seriously considered by business analysts. For this reason, it is crucial for intellectuals, philosophers, and designers to expand the discourse that will more properly foster a positive attitude towards a cognitively non-homogeneous society, instead of feeding fear or building negative stereotypes. The complexity of problems that arise from an excessively rich variety of cognitions is difficult to grasp and, hence, conceptual rigor is necessary to facilitate and structure these discussions.

As highlighted by MIT sociologist and anthropologist Sherry Turkle, humans have a strong inclination to project emotions and feelings on robots.¹ Some members of society, observes Turkle, are more susceptible to project emotions and feelings. Most exposed are those vulnerable individuals who lack emotional stability, such as children with parental attention deficit, solitary old people, and people suffering from PTSD (post-traumatic stress disorder), but also people going through a difficult personal period (such as divorce) or people exposed to work-related stress and isolation (such as PhD candidates).

An additional reason for which projections of emotions and feelings onto robots are becoming more frequent and intense in contemporary society is the change in the conceptual structures of thinking that gradually become filled with vocabulary from informatics, automation, and computer sciences. According to Turkle, this diffusion is facilitated by the fact that this same terminology is used to explain the theory of mind, of psychological behaviors, and of mental states. From her anthropological perspective, the migration of scientifically informed language used for expressing the theory of the mind in a given society to everyday language is a natural tendency in all periods and cultural settings. Turkle draws a comparison with the penetration of the psychoanalytical Freudian and Lacanian terminology to everyday discourse in France in the 1960s and '70s.

Finally, with the development of automation, AI, and robotics, the process of projection is reinforced. Algorithms become increasingly

1 Sherry Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Cambridge, MA: The MIT Press, 1984.

efficient in learning expected behavior or in adapting to encountered circumstances. The more humans project their emotions and feelings onto robots, the more responses they receive and, because learning algorithms have a great capacity for adaptation, the stronger the projections become. The reverse process of projection gradually generates more and more complex human-robot interactions, which lead to creation of a diversified and cognitively non-homogenized society.

Today, robots already fulfill many important functions. On the one hand, there are industrial robots used on production lines in factories, there are household robots such as lawn mowers and vacuum cleaners, and there are military robots and artificial bank assistants. Those, a priori, do not awake particular emotional reactions in humans, although some people report that they address a vacuum cleaner in the way they would address a house pet, and I can easily imagine the anger of a frustrated client who was systematically refused a credit. On the other hand, there are social robots designed for the specific purpose of interacting with human emotions. Some of these robots are designed for a specific usage, such as sex robots, but robots have also been designed with no specific purpose to fulfill, such as Paro, a pet toy robot in the form of a baby seal. Social robots induce change in human emotional states.

A specific class of social robots comprises robots that are designed with the objective of merging with humans to assist in improving the body or mind. One of the leading motivations for constructing technologically improved organisms is the hope of prolonging human life.

For the sake of this paper, I will imagine a community of human, partially-human and non-human cognitions inhabiting an isolated island. My inspiration comes from the Seasteading Institute. Patri Friedman, an American libertarian activist, theorist of political economy, and the grandson of the famous Nobel prizewinning economist Milton Friedman, and Peter Thiel, founder of PayPal and a member of the steering committee of the Bilderberg Group, announced the creation of a freely floating city on the Pacific Ocean near French Polynesia. The Seasteading Institute is a non-profit organization bringing together marine biologists, aquaculture farmers, medical researchers, nautical engineers, and investors to “restore the environment, enrich the poor, cure the sick, and liberate humanity from politicians.”²

This strong belief that technology can enable people to prolong life and eventually defeat death is already present in previous projects of the members of the Bilderberg group. Their investments include the study of cryotherapy (freezing a body in expectation of a specific cure being developed), and carbon mind (copying one’s mind into an artificial support). It is easy to jump to the conclusion that the Seasteading

2 Joe Quirk, *Seasteading: How Floating Nations Will Restore the Environment, Enrich the Poor, Cure the Sick, and Liberate Humanity from Politicians*, New York: Simon & Shuster, 2017.

Institute might become a hub for creation of thousands and thousands of new and different non-human and partially human cognitions. In my project, I use the Seasteading Institute as an example. The Institute is still in the invention phase, so, before I can use it as a source of sociological observations and experimental research, I must define what counts for a cognition in a cognitively non-homogenized network. This is not an easy question, not only because there already exists a huge spectrum of different human cognitions, and with cyborgs and robots this spectrum is extended, but also because of general problems with defining what counts as a computable agent. How, for instance, can we justify that a teddy bear will not belong to our network, but the Sony robot dog Aibo will?

Several plausible examples of new types of cognitions, examples of interactions between humans and robots, and between different type of robots are provided in movies and literature,³ such as the inspiring love relation between a humanoid robot and a hologram AI depicted in *Blade Runner 2049*.

There is certainly some amount of arbitrariness and accident in the choice of cognitions that will be used in the proposed model. To grant flexibility and the possibility of adjustment where experimental data is available, I am proposing a way of thinking in expanding the collection of possible cognitions. The idea is based on the theory of conceptual spaces, in which a concept is an area in a topological space and concepts farther away from the prototypical concept still bear some resemblance to the prototype. I also observe that what counts as a cognition changes in time. Today, this change happens very quickly, as we are increasingly often exposed to new smart inventions, marketing offers smart solutions tempting us with electronic devices that promise improvement in our cognitive faculties (e.g., a chip will enable us to unlock doors, a watch will remind us to walk regularly, and a smartphone will provide us with additional external memory) or even collaboration with us, since they have their own cognition (“my new car is now much more like me” says a new car owner in a recent advertisement for a well-known brand of car).

The overflow of new inventions, together with the human tendency to project one’s emotions on non-human interactive agents, leads to the situation in which the scope of what falls under “accepted separate cognition” extends freely and without our control. In consequence, it seems to be fully plausible that even the least plausible smart objects can, at the end of the day, end up being perceived as separate cognitions. For instance, as surprising as it may be, houses are perfect candidates for being perceived as cognitions. This is

3 Movies such as *The Matrix* (1999, 2003, 2003), *Artificial Intelligence* (2001), *Blade Runner* (1982) and *Blade Runner 2049* (2017), the *Terminator* saga (1984, 1991, 2003), *Terminator Salvation* (2009), *Terminator Genisys* (2015), *Her* (2013), the *Black Mirrors* TV series, and *Westworld* (started in 2016) are examples of living with robots.

so for several reasons. First, as I said earlier, expectations on what we perceive as an independent cognition are undergoing a radical change. Secondly, as I also suggested above, smart technologies enabling house automation and making houses “think” in our place are constantly growing. Finally, there exists the cultural figure of “the haunted house.”

Haunted houses are known from fairy tales, such as the story of John and Gretchen where the Bad Witch’s Chicken-legged House actively participated in kidnapping children or, more recently, living houses in the Harry Potter series. Haunted houses also have typical appearances in horror movies, although in those cases a haunted house is frequently represented by, or reduced to, a ghost that lives in it.

Smart houses, even if still under development, are growing in popularity. In an advertisement for an international company providing smart home solutions, a family comprising two parents and a girl who appears to be of a primary school age starts the day in their apartment. The smart system wakes them up, opens the window, adjusts the temperature and light. Before leaving for work, the parents adjust the type of music and get help in brewing coffee for breakfast. When they leave for work, their 8- or 9-year-old daughter walks them to the lift and then returns to the apartment all by herself. In the next scene, the mother checks on her child taking a midday nap in her bedroom. The mother adjusts the temperature and the lighting, she closes the window. When the parents return home, we learn that the kid was using her TV time and that the house had ordered food for dinner. What is implied is that the smart house acted as a “nanny” for the child who needed to stay home unattended.

There are different possible perspectives in which we can think about a social network (e.g., anthropological, philosophical, psychological, or sociological). There is also the possibility of analyzing the structure of the network from a mathematical perspective — which will be our perspective — that depicts the computational complexity of the network and, thanks to simulation, discloses which natural constraints will appear. Such a model enables us to understand how information, knowledge, behaviors, preferences, and diseases spread, and how friendship, happiness, and laughter migrate.

The complexity of problems that arise from an excessively rich variety of cognitions will be easier to conceive if, instead of focusing on individual cognitions, one focuses on the types of relationships that can be created between agents. In a model, such relations are governed by simple rules, for instance, relations between agents appear and disappear depending on the property that the two agents have or do not have, such as willingness to form a relationship. For instance, in a model of Facebook friendships a relationship appears when two agents provide consent to have an online connection and disappears when one of them withdraws that consent. In a more

complex network, agents farther into the network might influence the creation and the destruction of bonds between two agents. That happens, for instance, if social approval is necessary to create a relationship. When a family withdraws its acceptance for one of its members to be in a romantic relationship with an agent from outside the network, that can weaken the relation to such an extent that the bond breaks.

In a network where human and non-human agents co-exist, it would be an exaggeration to assume that non-human agents are equally involved in relationship creation. Assuming that would mean accepting very important epistemological consequences regarding a robot's emotions, and that should be avoided. It is possible that at some point we will develop an effective way of thinking of robots' emotions and intentions, but this is not the case at the moment. It will be possible to add this dimension to the model in the future. There is still no easy way to assess what would count as the emotional involvement of a robot. For this reason, I suggest that in a network of non-homogenous cognitions, what we should be looking at are relations between humans.

On the other hand, robots have an indisputable place in the network and for several reasons we need to take this seriously. Firstly, as explored by Latour's Actor-Network Theory, even non-animated and non-interactive, non-human objects can play an important role in shaping human-human relations in the social space. Interactive robots are designed to influence people's emotions; therefore, their role as agents in the social network should not be questioned and a specific type of interaction should be defined for them.⁴

Secondly, I use Turkle's idea that all human-robot interactions are the result of the human inclination to project emotions and judgments on artificial objects and, in particular, on interactive artificial objects, such as robots. In consequence, I observe that interactive robots equipped with learning algorithms might easily trick humans by reacting in a similar way, which would evoke a manifestation of human emotions. For this reason, I argue that robots smartly placed in society can boost positive human emotions and enhance inter-human relations. The social context should be taken into account when designing robots.

The final assumption that I make in this paper is that, unlike the dystopian vision of the future with robots in the Western world, in Japan they are depicted in popular media as friendly and helpful.⁵

In the model, I consider two types of agents, from the two extremes of the spectrum of cognitions. I also consider two types of relationships:

4 Bruno Latour, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford: Oxford University Press, 2005.

5 Paul Dumouchel, Luisa Damiano, *Living with Robots*, Harvard University Press 2017, s. 6. See also: Paula Quinon, "Engineered emotions", *Science* 358 (6364) 2017.

positive relations are defined as relationships that evoke a positive reaction from a human agent. The positive reaction can be measured in various ways (e.g., oral testimony, hormone level). A negative relation evokes a negative reaction from a human agent.

We know from studies conducted in elderly care in Japan that human-robot interactions enhance human-human interactions. Imagine Linda who lives in a nursing home and owns a Paro. She spends several hours every day in the common room. Her Paro attracts the attention of other residents and, thanks to Paro, Linda forms new connections. She meets people, interacts with them and forms bonds. For instance, another resident Robert comes into the room and starts a conversation thanks to Paro.

The interaction can be as described in the following matrix:

	Linda – Paro	Paro – Linda	Linda – Robert	Robert – Linda	Robert – Paro	Paro – Robert
t_0	1	0	0	0	0	0
t_1	1	1	0	0	1	0
t_2	2	1	0	1	1	0
t_3	3	1	1	1	1	0
t_4	4	1	1	2	1	1

At the beginning (t_1, for “time 1”), Linda acquires Paro and she thinks that Paro is cute; this is represented by 1 in the matrix. After some time (“time 2”, t_2), Paro starts reacting to Linda’s kindness and hence gives her feedback, so Linda’s attachment increases to 2, etc. Robert starts his relationship with Linda through Paro. From my perspective, what develops are relations between humans. The robot’s involvement will grow very slowly, if at all.

How much human-human reactions grow depends on the type of general attitude that a society holds toward robots. If we believe that robots will destroy us and take over humanity, it will lower our confidence that robots can actually have a positive impact on us and on our society and, in consequence, they will not be in a position to generate positive reactions from humans.

In this paper I do not analyze what happens when cyborgs (defined as semi-human-semi-artificial cognitions) join the picture. That would have to be checked in an experimental way. As I said, in the model I am considering the spectrum of cognitions that can increase.

In the Seasteading Institute, humans and robots will become involved in a variety of relationships. We can imagine that a bond will be created between two agents if they are in proximity (the same housing, the same lab). An example of a negative relationship boosted by a robot is one that might appear in a research lab between a PI (principal investigator) Anna and a research assistant Gloria. We can imagine that Gloria wanted a promotion but did not get it, because

Anna started using an artificial assistant Sophia. Gloria will certainly be jealous of Sophia and eventually leave the lab, cutting all contact with Anna.

Even if, in the first place, we do not consider more complex relations involving partially human cognitions, the Seasteading Institute will certainly encounter such situations. For instance, we can imagine that Berta, PI in another research lab, has a husband Roman, who decided to upload his mind to the super computer in Anna's lab. After some time, we can imagine that Roman's mind becomes involved in a "romantic" relationship with Sophia, Anna's artificial assistant. How would this situation influence human-human interactions? The proposed model enables the analysis of such situations.

Annex: Epi the Robot

The Robot Lab in the Philosophy Department of Lund University is the home of Epi, a humanoid robot that participates in studies of robot-human interactions. Epi is designed with human-robot interaction in mind. In this context, it is important that the robot gives realistic expectations of its abilities. Given the rather limited cognitive abilities of current robots, it was decided that the robot should give the impression of being a child while still being decidedly robotic. To this aim, a simple geometric, almost rectangular, shape was used as the basis for the head. The eyes are relatively large, suggesting childlike proportions. On each side of the head, there are ear-like circular disks reminiscent of the ears of many robots seen in science fiction movies. In addition to giving a distinctive robotic look, the "ears" can have different colors that serve to distinguish the robots from one another. The childlike appearance together with the size of the robot gives it a friendly nonthreatening look.

We study how Epi's appearance influences human attitudes. We observed that even very subtle signals, like pupil dilation — our signature activity — can change the perception of an agent, both of a person (the robot "likes" us when it has big pupils) or of a robot.⁶ Epi is defined by its head, designed by Christian Balkenius, but already this minimalist design stimulates the imagination. We learned that over half of our participants viewed Epi as being a child (55%) while the rest considered it a grownup (45%). Most participants viewed Epi as being neuter (65%) while 30% considered it male. Only one person viewed the robot as female (5%). All participants perceived Epi as being very (55%) or a little friendly (45%), none reported that Epi was threatening. We studied how people react to a particular design of Epi.⁷ We reflected on how design influences a robot's role

6 Birger Johansson, Christian Balkenius, "A Computational Model of Pupil Dilation", in: *Connection Science* 2017. doi:10.1080/09540091.2016.1271401.

7 Marcus Lindberg et al., *The Expression of Mental States in a Humanoid Robot*, Proceedings of IVA 2017.

in a social network.⁸ We asked in which contexts robots would be considered moral agents.

Our next objective is to examine what happens when Epi starts transforming by wearing various outfits. With this in mind, we invited two artists to lead a design project called Robot Haute Couture. Our idea is to create a haute-couture collection of clothes for Epi and to test human reactions to different designs. No fashion line for a robot has ever been designed in the past.

Research on how to design the appearance of a robot is usually done using computer-based techniques and, more frequently, it is done to optimize utility based on some theoretical assumptions. We believe that the imaginative freedom of artistic expression is the way in which new areas of robot design can be attained.

- 8 See. Brinck at al., “Making Place for Social Norms in the Design of Human-Robot Interaction”, in: Seibt J., Nørskov, M., Schack Andersen S. (red.) *What Social Robots Can and Should Do. Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, IOS Press 2016, see also Paula Quinon, “Engineered emotions”.
- 9 Christian Balkenius et al., “Outline of a Sensory – Motor Perspective on Intrinsically Moral Agents”, *Adaptive Behavior*, 1–14/2016. DOI: 10.1177/1059712316667203.

Bibliography:

- Balkenius, C., Cañamero, L., Pärnamets P., Johansson, B., Butz, M. V., Olsson, A., “Outline of a Sensory – Motor Perspective on Intrinsically Moral Agents”, *Adaptive Behavior*, 1-14/2016. DOI: 10.1177/1059712316667203.
- Brinck, I., Balkenius, C., Johansson, B., “Making Place for Social Norms in the Design of Human-Robot Interaction”, in: Seibt, J., Nørskov, M., Schack, Andersen, S. (ed.) *What Social Robots Can and Should Do. Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, IOS Press 2016.
- Dumouchel, P., Damiano, L., *Living with Robots*, Harvard University Press 2017.
- Johansson, B., Balkenius, C., “A Computational Model of Pupil Dilation”. *Connection Science* 2017. doi:10.1080/09540091.2016.1271401.
- Latour, B., *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford: Oxford University Press, 2005.
- Lindberg, M., Sandberg, H., Eriksson, M., Johansson, B., Balkenius, C., *The Expression of Mental States in a Humanoid Robot*, Proceedings of IVA 2017.
- Quirk, J., *Seasteading: How Floating Nations Will Restore the Environment, Enrich the Poor, Cure the Sick, and Liberate Humanity from Politicians*, New York: Simon & Shuster, 2017.
- Quinon, P. “Engineered emotions”, *Science* 358 (6364) 2017.
- Turkle, S., *Psychoanalytic Politics: Jacques Lacan and Freud’s French*, New York: Basic Books, 1978.
- Turkle, S., *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Cambridge, MA: The MIT Press, 1984.

Boredom in a time of excess

Katarzyna Kasia

If we look carefully at the resources devoted to combating boredom, we will notice that it is one of the most serious problems for humanity: it is a challenge for designers, it causes problems in everyday life for regular people, and it ruins empires. Many volumes of criminological studies have been devoted to boredom, and tests using the scale of susceptibility to boredom are also used by psychologists to diagnose criminal potential in a patient.

And there is no value in limiting yourself to the selfish declaration that “this problem does not concern me” because, as rightly noted by Orin Klapp, “Some people say they have never been bored; but their good fortune hardly negates the fact that others obviously are (and some perhaps unconsciously) enough to constitute a social problem. IN THIS CASE, ANALOGY WITH POVERTY SEEMS APPROPRIATE: that some are well fed does not keep others from being hungry.”¹

Boredom lurks around every corner: at home, at work, at school, at the university. We are bored with politics, religion, and war — the boredom experienced by soldiers in trenches has often been described and was best summarized by Stanisław Jerzy Lec writing, “I experienced a period of terrible boredom, which was only alleviated by terror.” As it has been proven that in many cases, boredom leads to the abuse of alcohol and drugs. It may lead to nihilism, despair, and decadence.

Development of the entertainment industry, new media, and ever better ways of providing information can all be treated as integrated activities aimed at achieving the ultimate victory over the emotion sometimes referred to as the Southern Demon. But are we really winning this fight? Or maybe we have overdone it? Perhaps our panic fear of boredom has led to a situation in which it is taking a different guise? And, on the other hand, have we not got rid of some very important element of existence by multiplying and intensifying stimuli?

I will try to answer these questions using theoretical tools in the field of aesthetics. I will refer to the theory of sensory perception. My choice results from the fact that boredom is an emotion and as such, it begins in the body, so an attempt to contextualize it should be based on the category of experience. And for the record, I would like to point out that I do not consider aesthetics as “the philosophy of beauty and art”, although, of course, we can analyze the aesthetic experience associated with a work of art as a special, perhaps even borderline, example of this kind of experience.

When defining the scope of my research method, I take as a starting point the classical eighteenth-century category of aesthetics as a general theory of sensual experience (following Alexander Baumgarten or Immanuel Kant), where in epistemology aisthesis constitutes a necessary complement to *noesis* (see e.g., the Kantian doctrine of two stems of cognition and mutual control of cognitive powers).

1 Orin E. Klapp, *Overload and Boredom. Essays on the Quality of Life in the Information Society*, Westport, Conn.: Greenwood Press, 1986, 30.

1.

Before turning to the late-postmodern, well-known boredom of excess, I would like to look at the modern, romantic and later modernist boredom. Not only did the great industrial revolution bring an impulse for the development of capitalism, but one of its consequences is the emergence of a specific sense of tiredness, lack, repetition and hopelessness on the affective map. It seems that factors such as the introduction of machine technology, changes in the mode of production, emergence of free time as a separate category and, above all, social inequality in the capitalist economy, contributed to the development of boredom.

Modern boredom was diversified above all in terms of class — the boredom of the leisure class (in Thorstein Veblen's definition²) differed from the boredom of the working class. The former took the form of intentional uselessness. As noted by Veblen, for example, the clothing of the leisure class was intentionally uncomfortable and impractical, so that its representatives could not do anything useful, because it was one of the most important determinants of belonging to a privileged group. Time was not meant to be used but was intentionally wasted at best on irrelevant activities (e.g., embroidering many dozens of dowry napkins). Life was to be passed in a noble and terribly boring, depressing idleness.

The boredom of the proletariat took a completely different form. Its source was the constant repetition of actions that neither translated into any particular effect for the workers nor gave them any satisfaction. Since the introduction of Ford's production line model, these activities did not require any special qualifications or conceptual involvement. In the vicious circle of alienation, boredom was intertwined with fatigue and the inability to generate and satisfy needs other than the most basic ones — “animal” as the young Karl Marx referred to them in the *Economic and Philosophical Manuscripts of 1844*. The difference between these two kinds of boredom consisted not so much in the dissimilarity of the experience itself, which was similar in many respects, but rather in the attitude towards it. Ways of being bored were, as I noted, dependent on class membership, but the source of the unpleasant emotions in both cases was the shortage of, respectively, sufficiently sophisticated entertainment or activities, money, time, and strength.

Arthur Schopenhauer described this modern boredom as a disaster for the individual. He claimed that we are dealing with it in a situation where stimulus-deprived individuals are confronted with themselves, with their own impossible to satisfy will, and with the hopelessness of their own existence.

2 See: Thorstein Veblen, *Theory of the Leisure Class*, New York: Macmillan, 1899 [Polish translation: *Teoria klasy próżniaczej*, trans. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa: Muza S.A., 2008.

Ennui is by no means an evil to be lightly esteemed; in the end it depicts on the countenance real despair. It makes beings who love each other so little as men do, seek each other eagerly, and thus becomes the source of social intercourse. Moreover, even from motives of policy, public precautions are everywhere taken against it, as against other universal calamities. For this evil may drive men to the greatest excesses, just as much as its opposite extreme, famine: the people require *panem et circenses*. The strict penitentiary system of Philadelphia makes use of ennui alone as a means of punishment, through solitary confinement and idleness, and it is found so terrible that it has even led prisoners to commit suicide.³

Martin Heidegger looked at this problem from a similar perspective and devoted several dozen pages of *The Fundamental Concepts of Metaphysics* to the issue of boredom, where he analyzed this experience. He describes it in the example of waiting for a train, when it is impossible to move to a different place and, at the same time, there is no access to entertainment or the possibility of undertaking any meaningful activity. What is still worse, there is no knowing how much time there is to use, or rather to kill. In *What is Metaphysics?*, Heidegger wrote:

“As surely as we never get a sure grasp of the generality of being in itself, just as surely do we all the same find ourselves somehow placed in the midst of the generality of bare [*enthüllt*] being. In the end, there continues to be [*besteht*] an essential difference between getting a grasp of the whole of being in itself and finding oneself in the midst of being as a whole [*des Seienden im Ganzen*]. The former is impossible in principle. The latter happens all the time in our existence. Of course, it looks just as though in our everyday comings and goings we were holding fast to only just this or that [kind of] being, as though we were lost in this or that realm of being. But no matter how fragmented the daily round may seem, it always maintains being in the unity of a “whole [*Ganzes*],” although only in the shadows. Even then and precisely just then, when we are not especially busy with things, this “as a whole” overcomes us; for example, in genuine boredom. This is a long way off far off when this or that book or play, job or leisure activity, is boring [*langeweilt*]. It breaks out when “it’s boring [*es einem langweilig ist*].” Profound boredom, like a silent fog insinuating itself in the depths of existence, pulls things, others and oneself into it altogether with remarkable indifference. Such boredom reveals being as a whole”.⁴

According to Schopenhauer’s analysis cited above, this feeling can be removed, for example, by the appearance of a loved one or an

3 Ar Schopenhauer, *The World As Will And Idea*, <https://www.gutenberg.org/files/38427/38427-pdf.pdf>.

4 Martin Heidegger, *What is Metaphysics?*, trans. M. Groth, <https://wagner.edu/psychology/files/2013/01/Heidegger-What-Is-Metaphysics-Translation-GROTH.pdf>.

unexpected event. According to Heidegger, boredom can be defined as a fruitless expectation that something will happen.

2.

With this definition, it would seem that we can breathe a sigh of relief.

After all, thanks to the contemporary dynamic development of technology, we do not have to wait for anything. In “The Information Bomb” Paul Virilio wrote that in today’s world “nothing happens, everything happens.”⁵ This means that we are dealing with a monotonous flow of events or rather with images constantly supplied to us by the media, which still generate content — operating on a global scale and never being depleted. This content is constantly replenished, expanded, and regenerated.

We do not need a newspaper or television to interact with the ever-flowing stream of information. The Internet provides us with it virtually nonstop, making us the best-informed generation in the history of mankind. The turbulent development of electronic media is one of the greatest civilizational changes that has taken place at the beginning of the 21st century. In the prophetic book *The Transparent Society* published in 1989, Gianni Vattimo formulates the thesis (frequently repeated later) that mass media played a decisive role in the birth of postmodern society. And although they did not make it any more “transparent,” they made it much more complex and even chaotic.

Moreover, for Vattimo this “chaos” is the source of enormous potential for emancipation, not least because the structureless mess is a space in which various, unstructured top-down spontaneous ideas can be realized.⁶ In my opinion, in this context, it would be ideal to create a publicly accessible platform that would allow everyone to speak, express their views, and engage in action. Undoubtedly, from the perspective of hope for emancipation, put in chaos, it is difficult to imagine a space better than the infinite virtual reality, where we can all function regardless of what limitations we have to endure in the so-called real world. The category of “chaos” and even “crisis” is perceived as the dawn of freedom that is to be born thanks to the opportunities offered to us by the most interactive of the media.

But it is not all. The Internet allows us also to establish relationships with other agents (human and non-human), form and develop friendships, enter into romantic relationships, and participate in collective and individual entertainment. The development of mobile technologies makes it easier to find on the Internet. Is it possible that — to put it simply — a smartphone is an effective and final panacea for boredom, anxiety, existential fear, and the sense of futility?

5 See: Paul Virilio, *Information Bomb*, New York: Verso, 1998.

6 See: Gianni Vattimo, *The Transparent Society*, trans. D. Webb, Cambridge: Wiley, 1992. <http://www.mercaba.org/SANLUIS/Filosofia/ autores/Contemporánea/Vattimo/The%20transparent%20society.pdf>, 67-68.

I am afraid that is not quite so. And even to the contrary. After all, we can see that the dynamic development of new media has led to the emergence of many new problems, and a new type of boredom is one of them. This contemporary, late-postmodern boredom does not stem from the usual lack of stimulation of the attention circuit in our brain, from a simple shortage of stimuli. Its source is not only repetitiveness and alienation. It might seem that the contemporary boredom of excess is, due to the widespread simplification of access to new media, less internally differentiated, but that does not seem to me entirely true.

If we look more carefully, for example, at the real Internet access map, faith in its democracy may be significantly weakened. In 2013, Google's Executive Chairman Eric Schmidt famously tweeted: "For every person online, there are two who are not. By the end of the decade, everyone on Earth will be connected." It seems, however, that this was a manifestation of wishful thinking, because it is difficult to imagine that by 2023 all barriers preventing over four billion people from using the Internet could be abolished.

The so-called "domestication of the Internet" — that is, the dissemination of access to the global network with the use of high-speed connections available in private homes — is a breakthrough and the beginning of change. Depending on the perspective, it may be a source of joy or concern. There is no doubt that the first decade of our millennium was a breakthrough in the emergence of new ways to deal with boredom, resulting from a lack of entertainment or a lack of contact with others. It would seem that the inexhaustible, constantly growing offer by and for network users will solve the problem of ennui, spleen, or ordinary mundane boredom once and for all. In other parts of this article, I analyze to what extent the old organic boredom of lack has been replaced by the boredom of excess in the Internet age.

At least since the time of Aristotle, it has been known that all theory should be based on a solid foundation of experience. However, there is always a subjective element, since, in the end, it is the agent that experiences and which scientific diligence tries to eliminate, whether by introducing the figure of an "impartial observer" or even by means of statistics. In spite of all the vigilance we should keep regarding the above methodologies, we can refer to statistical research for a good start. It shows that in 2015 about 40 percent of people had access to broadband Internet connections in their homes and, thus, could use the network's wealth without any restrictions.

Reference to statistics may be justified as an attempt to settle considerations on a solid foundation of reality. Of course, this information may be looked at from various perspectives. For some, 40 percent means "almost half," while for others "as much as half." We may consider various factors, such as the development of technology itself, access to information, or the protection of privacy (or its

limitation where the lack of access results from top-down, censorship limitations on civil liberties by ruling regimes or corporations). One should also be aware that, in the face of sudden changes, statistical data changes very quickly and that sometimes relatively small grassroots initiatives can have far-reaching consequences. There are huge white spots on network access maps, especially in Africa — e.g., more than 97 percent of people in Ethiopia cannot use the Internet, which does not seem to be very important considering the magnitude of shortages they suffer.

A good example of the fast growth in the number of users is Brazil, where thanks to the popularization of so-called “LAN-houses,” or Internet cafés, residents of favelas have the opportunity to access the network. As can be seen from data for 2009 published by the Brazilian Internet Steering Committee, 48 percent of the poorest inhabitants used the Internet in such facilities.⁷ The popularity of Internet cafés has begun to gradually decrease with the spread of smartphones.

In 2015, more than half of the country’s population had access to the network. One might wonder whether people using the Internet through publicly available (commercially or not) spots deserve to be called “users.” According to the current definition published on the website <http://www.internetlivestats.com>, Internet users are “individuals who can access the Internet at home.” At the same time, this definition does not take into account actual use or its frequency, but only access itself. The development of mobile technologies has led to the necessity to broaden this definition to cover Internet access via mobile devices.⁸

In the context of contemporary boredom, Internet and digital exclusion can be analyzed from at least two perspectives. First of all, the bored are those who for economic, political or technological reasons are not allowed to enjoy the entertainment or educational potential of the network. In India or the above-mentioned Ethiopia, the reason for digital exclusion in a huge number of cases is extreme poverty and the lack of electricity in homes. A decisive role is also played by illiteracy, which prevents functioning in the textual universe of the network. Secondly, the bored are those who suffer from information overload and dream about being disconnected. According to a McKinsey & Company report for the World Bank, over 15 percent of US residents in 2015 did not have access to the Internet. Analysts suspect that in most cases disconnection was voluntary.⁹

Therefore, the key question arises as to who exactly the bored subject is in the 21st century. Since I am primarily interested in boredom as an

7 See: http://publius.cc/lan_houses_new_wave_digital_inclusion_brazil/091509.

8 See: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#definitions>.

9 See: <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/10/02/4-4-billion-people-around-the-world-still-dont-have-internet-heres-where-they-live/>.

experience inscribed in the situation of an individual also functioning in the virtual world, I will narrow the research area to only 40 percent of “connected” humanity. However, it should be remembered that although there will be more or less dynamic Internet expansion in the coming years, it will not eliminate restrictions on access to it. In the context of the World Wide Web, we are dealing with the reproduction of well-known strategies for the distribution of goods, preserving class divisions, and, therefore, the idea of a “democratic” network is to a large extent illusory.

For the “connected” part of humanity, liberation from the boredom resulting from an excess of stimuli requires the search for experiences strong enough to allow subjects to escape from their daily routine. An interesting and very widespread strategy in this context is to look for new things — for example, by turning to the world of new technologies — but this is a trap. As Evgeny Morozov wrote, “We turn to technology to escape boredom, but information overload also leads to profound boredom.”¹⁰ The excess of chaotic, random, and irrelevant information of no significance is perceived as a tiring noise.

As a result, we are dealing with the entropy of communication phenomenon and a subjective sense of being overwhelmed, resulting from the fact that

Physical conductors and systems easily outstrip humans; for example, the channel capacity of industrial workers is about eight bits per second, whereas physical conductors and computers can easily surpass this.... So the weakest link in the vast chain of communication is often the human brain, because for all its powers of abstraction it is severely limited in channel capacity.¹¹

In other words, the great technological revolution has not changed the capacity of our brain or its ability to associate facts. As neuroscientists have shown, changes take place much slower and concern primarily the cognitive structure — i.e., the mechanisms of associating facts, joining threads and memory traces arising in the neuroplastic structure of the human brain.

This type of boredom can be seen as part of the widespread aestheticization process. In the modern world, there is overproduction of aesthetic stimuli — that is, those that affect our senses. Excess leads to indifference, and this in turn makes us not recognize those phenomena, things, and images that are in our visual field but are not crucial for us. According to the main proponents of this concept, Wolfgang Iser and Odo Marquard, the subject constantly bombarded with information is finally numbed to its content. The unavoidable consequence of aestheticization is anesthetization, which leads the

10 Evgeny Morozov, “Only Disconnect,” *New Yorker*, October 28, 2013.

11 Orrin E. Klapp, *Overload and Boredom*, Westport, Conn.: Greenwood Press, 1986, 100.

subject to a well-known feeling of emptiness, hopelessness, dullness, and the inability to address anything meaningful.

Contemporary boredom is closely related to the phenomenon of information noise, to the overload which we are not able to process. It might seem that the phenomenon of information dependency is located on the opposite side of the spectrum, but if we compare the subjective emotional effects of FOMO (Fear of Missing Out) and information overload, it turns out that they bear surprising similarities. Experiments carried out in the 21st century in many places around the world, in which users were disconnected from the network for a limited time and their reactions were monitored, show that a sudden break from excess results in a feeling of boredom. Perhaps Zygmunt Bauman is right when he states that “Lack of tensions is not a vision of postmodern happiness — it is a postmodern nightmare.”¹² On the other hand, some participants of these studies noticed that, paradoxically, boredom resulting from disconnection from the Internet and information was a valuable and positive life experience.

3.

I am not sure whether the late-postmodern information overload is worse than the modern boredom of lack, all the more so because the spectrum of boring experiences has been significantly widened. Perhaps, however, we could see the positive aspects of the experience to which Siegfried Kracauer referred to as “radical contemplation of your sofa.” Maybe boredom serves a purpose. The ancient Greeks believed that free time and serenity resulting from separation from the world are conditions *sine qua non* of all creativity. The experience of lack, or even some kind of dullness or anesthesia, sometimes allows us to reach an entirely new kind of the deepest concentration. Even if it is not a pleasant experience, it can be deeply meaningful — especially for creative individuals. In a speech to the graduates of an American art college, Joseph Brodsky praised and recommended boredom:

”When hit by boredom, go for it. Let yourself be crushed by it; submerge, hit bottom. In general, with things unpleasant, the rule is, the sooner you hit bottom, the faster you surface. The idea here is to exact a full look at the worst. The reason boredom deserves such scrutiny is that it represents pure, undiluted time in all its repetitive, redundant, monotonous splendor.”¹³

The experience of this splendor can become a starting point for looking at reality from a completely different, new perspective. However,

12 Zygmunt Bauman, “Ponowoczesne przygody ciała”, *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, A. Chałupnik, J. Jaworska, J. Kowalska-Leder, I. Kurz, M. Szpakowska (eds.), Warsaw: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2008, 102.

13 See: Joseph Brodsky, *On Grief and Reason: Essays*, London: Penguin Books, 1997.

in our situation — privileged, connected to the network humanity — what we need is not only anesthesia [numbness], which is often a condition of mental health, but much more: an active break from the information chaos constantly bombarding us.

I do not want to decide here which kind of boredom is more destructive. I want to draw attention to the fact that without it we lack motivation to launch our creativity. Of course, within reasonable limits.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Bauman, Z., *Ponowoczesne przygody ciała*, in: *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, eds. A. Chałupnik, J. Jaworska, J. Kowalska-Leder, I. Kurz, M. Szpakowska, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2008.
- Brodski, J., *On Grief and Reason: Essays*, London: Penguin Books, 1997.
- Heidegger, M., Martin Heidegger, *What is Metaphysics?*, trans. M. Groth, <https://wagner.edu/psychology/files/2013/01/Heidegger-What-Is-Metaphysics-Translation-GROTH.pdf>. [Pol., *Czym jest metafizyka?*, przeł. K. Pomian (w:) tegoż, *Znaki drogi*, przekł. zbiorowy, Warszawa 1995].
- Klapp, O., *Overload and Boredom. Essays on the Quality of Life in the Information Society*, Westport, Conn.: Greenwood Press, 1986.
- Kracauer, S., *The Mass Ornament. Weimar Essays*, trans. and ed. by T. Y. Levin, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.
- Morozov, E., *Only Disconnect*, “New York Times”, 28/10/2013.
- Schopenhauer, A., *The World As Will And Idea*, <https://www.gutenberg.org/files/38427/38427-pdf.pdf>. [Pol., *Świat jako wola i przedstawienie*, przeł. J. Garewicz, Warszawa 1994].
- Vattimo, G., *Società trasparente*, Milano: Garzanti, 1989; [Eng. *The Transparent Society*, trans. D. Webb, Wiley 1992; Pol., *Spółczesność przejrzyste*, przeł. M. Kamińska, Wrocław 2006].
- Veblen, T., *Theory of the Leisure Class*, New York: Macmillan, 1899 [Pol., *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa 2008].
- Virilio, P., *Information Bomb*, New York: Verso, 1998. [Pol., *Bomba informacyjna*, przeł. S. Królak, Warszawa 2006].

Online sources:

- www.internetlivestats.com,
http://publius.cc/lan_houses_new_wave_digital_inclusion_brazil/091509,
<http://www.internetlivestats.com/internet-users/#definitions>,
<http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/10/02/4-4-billion-people-around-the-world-still-dont-have-internet-heres-where-they-live/>.

**Critical architecture:
the design strategies
and artistic practices
of Jarosław Kozakiewicz
in the face of excessive
industrialization and
the effects of spatial
urbanization**

Jarosław Kozakiewicz

I am an artist working on the boundary between art and architecture. The latter together with its language is a tool by means of which I challenge the status quo prevailing in culture and social life.

My projects are examples of conceptual and/or critical architecture, not always intended for implementation. Often escaping definition within just one creative discipline, they are intended to formulate or solve specific problems and are created with the intention of breaking the mold in design. They can be called diagnostic instruments designed to assess the functioning of the human life environment. They show the effects of bad spatial policy. They point to negligence and omissions in urban planning and construction. They open a discussion on various aspects of public space: physical, social, political, and historical.

A very important problem that I have been referring to for many years is excess. I look at it in the context of the effects of over-industrialization and over-technologization, associated with unrestrained consumption and galloping urbanization. That is why I am interested in both areas which are degraded and require revitalization (post-industrial areas, landfills, etc.), as well as urban spaces neglected, overcrowded, and deprived of community functions.

In this text I present design and artistic strategies which I use in my work to deal with the subject of degraded spaces in connection with excessive industrialization and excessively developed urbanization, and the consequences of rampant consumption on the natural environment, or “the civilization of waste.” By raising these issues, I try to create space to search for positive solutions to these acute ills of our civilization.

1. *Mars* Project

Certainly not many people have had the opportunity to see an open-pit mine. The landscape transformed as a result of mining operations in such a place resembles familiar images from other planets, on which no signs of life can be seen. After a mine was closed in the vicinity of Boxberg in Saxony, revitalization processes were initiated to restore this place for people.

An international competition for the revitalization of the post-mining area was organized, which I won by proposing the Mars project. It is an earth structure built with 130,000 cubic meters of soil remaining after the revitalization of the pit, which was transformed into an artificial lake covering an area of 14 square kilometers. The construction resembling an earlobe is 360 meters long, 250 meters wide, and the highest elevation is 18 meters.

Currently *Mars* serves as a place for rest, walks, and various cultural activities, such as summer cinema and small concerts, for which a small amphitheater, almost imperceptibly emerging from the environment, has been built. Such a monumental scale enables the breaking of the traditional relationship between a work of art and the

viewer. *Mars* is not an object which we can look at and admire from a distance, but a place which we experience “from the inside,” for example, by participating in the activities that it offers. Thus, what is artificial and created by man becomes integrally connected with what is natural. I hope that the landscape whose form was derived from the shape of the human body can be experienced as friendly or even related to a human being.

2. *Green Cloud*

Green Cloud [Zielony Oblok] is a project which was created as a reaction to the decision of local authorities to pull down the chimneys of the modernized power plant in Boxberg. I then expressed the view that it was too early for such drastic measures towards the monuments of the industrial era. They are no longer dangerous; their devastating effect has come to an end; perhaps it would be better to wait and get used to their “new” presence in the landscape. I proposed a change of their function — in the *Green Cloud* project they are pylons, from which an observation platform would be based, which also would function as a garden and a place of recreation.

This hanging garden would be covered with a dome, whose shell consisted of hexagons based on carbon particles, emphasizing the industrial nature of the surroundings. The interior of the dome would house an observatory and a winter garden, and the plants growing there would produce oxygen. Thanks to this, the original function of the facility, namely the emission of carbon dioxide, would be reversed.

Green Cloud could fulfill various functions but, above all, it would remain a space of rest and contact with nature. The “cloud of greenery” hung over the power plant would replace the smoke coming out of the chimneys, thus bringing life to a dead place and including it again in the cycle of nature. Despite discussions and numerous objections, these 300-meter colossi were blown up in succession in 2000 and 2012.

3. *Oxygen Towers*

Oxygen Towers are objects designed for large agglomerations. As an example of a location for them, I chose Tor Bella Monaca Tor, a district of Rome in which the most negative aspects of modern urban centers can be observed, such as the lack of green areas and the domination of tight and monotonous building developments.

Oxygen Towers are enclosed gardens. The interior would be filled with plants generating oxygen. The spiral path inside each tower would create a surface-promenade on which visitors could stroll. The building would be a space for relaxation, rest, and contact with nature. It would play the role of an oasis in an urban space, but thanks to the full glazing of its facades, the building would remain open to its urban surroundings.

The towers address the problem of breathing which is key to contemporary cities, as indicated in their function and form. They constitute the “lungs of the city” not only because they provide oxygen, but also because they provide “breath” in a spatial sense, becoming a place of respite from overwhelming unified building developments.

Oxygen Towers were devised as a response to the problem of congestion and pollution in the urban environment. The ecological balance of the city is also the subject of “Transfer” (2006) — conceived as a network of pedestrian and bicycle viaducts, enabling safer and healthier (“transfer” of fresh air) transport around the city.

4. *Curtain Wall*, 2007

In 2007, Zacheła Wielkopolska invited me to implement a project in the public space of Poznań. Instead of a sculpture, I proposed revitalization of Drwęski Park, which is located on the very busy Królowej Jadwigi Street. The enormous volume of car and tram traffic means that this space has ceased to fulfill the public function of a park and has become a dead space. I proposed separating the park from the street with a curtain of variable height from 2 to 2.5 meters and a length of 150 meters. A stream would be created along the wall, which would use the natural downslope. The geometric surface of the bottom of the stream, made of irregularly arranged triangles, would create a noise that would acoustically reduce the sound of passing cars.

My main assumption was to fulfill the postulate of revitalization of the urban space through art. The result was a complex project which is difficult to define within a specific artistic medium — it is on the borderline of sculpture and architecture, but also landscape architecture and urban planning. The project assumes a partial separation of the park area from the busy thoroughfare, through a “wound up” sculptural form. In this way, a kind of openwork curtain would be created along the northern side of the 4.5-hectare park, covered with metal cladding on the street side and with grass on the park side. In addition, the project stipulates construction of a water cascade — a rushing stream — and stairs, fulfilling also the role of amphitheater-designed seats. The concept of the project refers to the triangular topography of the park. Even during the project phase, the proposal aroused a lively discussion, which resulted in numerous articles in the press, becoming an important element of the public debate on the role and importance of art in public spaces.

The reason for the lack of consent of the then city authorities to revitalize the park still remains unexplained. The decision was hidden behind a vague explanation related to historical and conservation issues. The most probable reason is to leave this now useless and degraded space in an attractive part of the city as a site for future commercial or residential projects.

Many months of discussions in the media have shown how much the people in the area need a place which they can use. The “Inwestycje

dla Poznania” Association [Investment for Poznań], which was one of the main and most active defenders of this project, even proposed a referendum on this matter.

5. *Tardigrada Botanica*, 2009

The excess waste generated by our civilization is one of the most troubling problems we face today on a global scale. *The Tardigrada Botanica* project is a poetic — albeit completely realistic — narrative suggesting one of the possible solutions to this problem on a local scale. It involves the creation of a botanical garden on a closed landfill site located in the village of Tumanek near Wyszaków (Mazowieckie Voivodeship).

The area of the landfill, which had been exploited since the late 1960s, would be restored to the environment and man by creating a tropical park that is extraordinary in our climate. What is more, the already inactive landfill — the effect of destructive human activity — would become the host of a garden thanks to the use of the biogas emitted by it to heat the building. The garden would be used for cultivation of tropical vegetation, it would also be a place of scientific research, teaching and educational practice, outreach projects, and recreational activity. The 40-meter structure would be built on an ellipse-like plan with the longer diameter of 140 meters. Inside, a humid biome approximately 1 hectare in area would be created.

Tardigrades (*Tardigrada*) would not be an accidental link here; on the contrary — the presence of this microscopic invertebrate is symbolic and of great importance for the whole concept. It is the creature most resistant to external conditions known to man. In anabiosis it can survive at temperatures from almost absolute zero to over 150° C; it tolerates 1000 times stronger radioactive radiation than any other animal and pressure of 6,000 atmospheres; it can survive over 10 years without water or even in a vacuum. It can, therefore, symbolize the strength of natural processes, opposed to the degrading environment of human activity.

Translated by Barbara Leszczyńska

Typesetting excess

Marcin Wicha

1. A quote from an old youth novel

“Let’s see what Beetle can do with those forceps he’s so proud of.”

“Don’t see how you can make Latin prose much more cock-eye than it is, but we’ll try,” said Beetle, transposing an *aliud* and *Asiae* from two sentences. “Let’s see! We’ll put that full-stop a little further on, and begin the sentence with the next capital. Hurrah! Here’s three lines that can move up all in a lump.”...

“*Quis munditiis?* I swear that’s not bad,” began Beetle, plying the tweezers. “Don’t that interrogation look pretty?” ...

They edited him faithfully till it was too dark to see.¹

The action takes place in an English high school. Students sneak into the school’s printing office. They find frames with the prepared exam text and perform typographic sabotage.

Kipling’s book was published in the late nineteenth century. In the last chapter, we learn about the fate of the characters who, after completing their education, serve in the army scattered across the British empire. The book finishes with a laconic fantasy about the future war, the greatest adventure, culmination of school mischief, prolongation of youth: “Just imagine Stalky let loose on the south side of Europe with a sufficiency of Sikhs and a reasonable prospect of loot. Consider it quietly.”²

2. Reproduction of a futurist poster

The expected war broke out in August 1914. A few months earlier, a poster was created in the southeast of Europe. Nothing special. Horizontal format and a lot of decorative letters on yellowed background. I found the reproduction on the Internet, so it is difficult to say whether it faithfully reproduces the colors of the original.

It is a notice about the reading by young poets: Dawid Burluk, Vladimir Mayakowsky, and Vasili Kamensky. A wandering futurist troupe is going to play in Tiflis (today’s Tbilisi). Beginning at eight o’clock. Tickets from 30 kopecks and up.

The title (“Futurists”) is placed centrally. Below are the names of the cast. The letters are still disciplined. Most are in equal rows. Some, bolder, bouncing, turning, leaning or joining in pairs. However, even then, they try not to distance themselves from their assigned places.

3. Dawid Burluk with a dog painted on his cheek. Or is this a horse?

The beginning of modern typography can be imagined as a scene from the novel by Kipling. A group of hooligans sneaks into the printing house. One in a yellow sweatshirt, a second in a bent top hat (strange headgear for a burglar). Their cheeks are painted with bizarre shapes, diamonds, triangles, floral and animal motifs.

1 Rudyard Kipling, *Stalky & Co.*, “The Last Term,” <http://www.gutenberg.org/files/3006/3006-h/3006-h.htm>.

2 *Ibid.*

In the absence of the typesetters, they flip through their type cases. They grab what falls into their hands. They reach for uppercase and lowercase letters. They choose at random. They mix puffy Art Nouveau cuts and austere grotesques. Then they splash paint on the mirrored text full of boastings and bombastic adjectives. Before dawn, they put the press into motion. Finished.

4. This poster again

No, it was not that easy.

Yes, letters could levitate on paper. Flow, change sizes, angle of inclination. However, lead parity was still in use in typography. To get the sense of freedom, you had to use a lot of spacing material. Cover each font with non-printing material. Immobilize. Chock between metal blocks. Fix, tie up with others.

Such work required a specialist.³

5. Stencil for cast fonts at Gerbek. Russia, late nineteenth century

A few years ago, Russian designer and critic, Vladimir Krichevsky, published an article in which he asked a question about the creative participation of printers in the creation of futuristic typography. He wondered how the printing houses of Yakovlev or Sokolnicki in Petrograd were able to create such strange editions as they did for their times.⁴

There are more puzzles. It is difficult to find typographical solutions known from printed versions in copies submitted for censorship. The appearance of some poems changed in subsequent editions, even when the publications were only a few months apart.

We know that none of the leading futurists had any qualifications as a typesetter. Sketches, descriptions, or reports showing that the poets gave printers detailed instructions and guidelines have not been preserved.

On the other hand, Krichevsky notes that some typo-futuristic tricks can be found earlier in commercial printing, advertising, and press advertisements. Even Mayakovsky's stair-steps, before they were given the name of the poet, were known as the "English line/verse."⁵

The collected circumstantial evidence indicates that typesetters could influence the visual shape of poetry. At the same time, they eagerly reached for solutions used in contemporary utility printing.

Krichevsky's remarks concern volumes of poetry. Probably typesetters enjoyed much more freedom when they dealt with posters.

3 Some avant-garde books were printed in the lithographic method, as a facsimile. By copying handwriting, the poets got rid of visual agents, they did not have to use fonts or help from typesetters.

4 Владимир Кричевский, Типографика футуристов на взгляд типографа, parts 1 and 2 [online], Журнал Шрифт, 18 июня 2014, Май1, 2018, <typejournal.ru>.

5 Английская строка.

6. Interior of a printing house from the early 20th century

So, let us do it differently. It is no longer a night raid, only a normal conversation between a client and a contractor.

The client may be dressed quite simply. He has brought with him a design, a poster from Kazan (the futuristic troupe gave their show there in February). Now, he looks at the template of fonts. Swipes his finger on subsequent pages. He admires gigantic letters, reads aloud — SZO, FOŁ, WIRD, KOŁ.

“A few ornamental and a few more rounded ones, please.”

The contractor makes a note. He shakes his head. Maybe he exchanges meaningful looks with colleagues. “Who do we need to work for”?

Or maybe on the contrary? He is enjoying the whole situation, happy that he can finally break all rules. To revel, go beyond the limits, mix, heat, watch as the arrow moves to the red warning field.

7. The typesetter of the *Whistle* newspaper. Picture by Aleksandr Rodchenko taken in 1928

The printing house was the favorite factory of intellectuals (no wonder, since it manufactured books). The worker was perceived as a co-creator (although royalties which would reflect the percentage share in the authorship were not calculated). A partner in work on a text.

In one of Zoshchenko’s short stories, letters to the editors begin with the apostrophe “Comrades, editors, and typesetters.” In the memoirs of Victor Shklovsky, we read: “When his [Zoshchenko’s] book went to press, the typesetters themselves chose the cicero font for it. ‘A very good book’ — they said — ‘let all people read it.’”⁶

A cicero is a unit of measure in typography, 12 Didot points, the large size then used in books for children and for adults who read with difficulty, without practice. Typesetters wanted Zoshchenko to be read by simple people. They adapted the graphic design to the needs of the reader.

Typesetters were the first graphic designers. Graphic designer were initially skilled workers. Only later did they declare themselves artists.

8. Entrance to the Academy of Fine Arts, photo from Wikipedia

When I was not admitted to the Academy twenty-five years ago, I studied for several months illegally and secretly: the typesetters of the Academy of Fine Arts allowed me to typeset in their office.

The professor of typography had recently retired. Students turned up rarely. We did not know that yet, but the printing house was soon to be evicted, and its premises rented by a commercial art gallery.

6 Wiktor Szklowski, *Jeszcze nie wszystko skończone...*, translated into Polish by Aleksandra Berkiet, Jolanta Skrunda, Warsaw: Wydawnictwo Akademickie Sedno, 2016, 331.

With time, I discovered that printers consider themselves a sort of secret order. Night guard. Unnoticed and underestimated defenders of the cosmic composition.

“We are here to serve,” they said.

“The typographer’s personality should not impose itself,” they preached.

“If a book is well-designed, no one will look for the footer with the designer’s name,” (but I think some of them hoped that someone would look into this footer).

The Academy gave me a few months of good education. I typeset a few short stories about *cronopios* and *famas*, I printed wedding invitations for friends. By pure chance, I belonged to the last generation which first came into contact with the metal font, and only then with the possibilities of computer typesetting.

9. Garamond font sizes available at the Dom Słowa Polskiego printing house around 1985: 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 20 24 28, 30, 36. 42, 48, 60, 72, 90 points

The term “font size”⁷ suggests something discontinuous. A ledge, a stage. It recalls the image of stairs. In addition, these stairs end quite abruptly. Even in the 1980s, there were so few available sizes that each had its own name (and the names sounded like a list of heroes of the revolutionary movement: brilliant, diamond, pearl, and so on). It was not until the computer gave us the breakthrough opportunity could we write text with fonts sized 17.394 points. In the digital world, available letters grew by a thousandth of a millimeter.

All odd and even numbers were waiting in the virtual type cases. Integers or numbers followed with tails of decimals. It was possible to imagine a continuous line connecting all font sizes — from zero to infinity.

Another thing is that using a font size of 17.394 points was still in bad taste. Faith has been preserved in the magical properties of numbers. The conviction that they should form a sequence, form a shell and climb the spiral path towards perfect harmony.

Even today, when we expand the appropriate menu, the typesetting application suggests sizes from the classical sequence: 8, 9, 10, 12.

In fact, it is not about numerology. Technology that provides more and more possibilities must also simplify making choices. Expand the palette — and immediately narrow it down so that we will not be helpless, like a supermarket customer confronted with fifty types of cheese or mineral water.

10. Available varieties of the *Lato* typeface. From left: Hairline, Thin, Light, Regular, Italic, Medium, Semibold, Bold, Heavy, Black

In the printing house of the Academy of Fine Arts, you could find several typefaces.

⁷ Font size – *stopień pisma* (Pol.). *Stopień* means both a degree and a step [trans.]

Typically, each typeface came in three varieties. This was the basic social unit: daddy — bold, mum — italic, regular — son or daughter. Sometimes an uncle or a distant cousin would come round. This small selection had to be enough.

Many years later, I asked type designer Łukasz Dziedzic why modern fonts have so many variants (the artist then created families of ninety or more varieties). He gave a real typesetter's answer: "I worked in German weeklies ... And in the paper press it is so that the title can have certain width. Otherwise, scuffles arise to shorten this title. I wanted a tool to have six different letter widths in the same style and use it calmly.... I do not want to make so many fonts to f— up the world.... I give a toolbox which is as big as possible...."⁸

And then he added: "I want the font to be fluid ... so that everyone can choose at any point what he needs...." And he presented a vision of what he described as the "font wave" — fonts, in which the weight of letters changes smoothly. With one stroke of the pointer, you can go through all phases — from the wire skeleton to the sumo wrestler. The font wave is getting closer. It spreads in many dimensions. Not on a plane, but in space.

11. Chaotic mosaic of various photographs. Typewriter, fabric from the ethnographic museum in Belgrade, tape with the inscription "Crime Scene," vase, Lincoln car, padlock, illustrative picture (pile of newspapers), view of St. Peter's Square, tug of war during harvest festivities, revolutionary, engraving showing a bee

This strange set of photos is on the hard drive of my computer. Some are here by accident. For others, I had to look patiently. I do not remember the origin of some.

Many years ago, when Stalky's colleagues were prowling the school's printing office, the main problem in printing was how to combine text and illustrations. For a long time the woodblock print prevailed over competitive reproduction techniques (lithography, photography), just because wooden matrices could be fit into the typesetting frame. The situation changed after the invention of offset printing. However, even then, image and text processing remained separate. Combining these processes, mixing letters and images in one pot — this is the most amazing aspect of DTP, digital typography.

We still use the term desktop (or working desktop) as if we were working in a medieval scriptorium. However, our desktop is connected to stock-picture agencies. The Internet floods us with new images. Past and contemporary, moving and static images. Paid and free, protected by copyright and available in the public domain. Needed and redundant.

⁸ Łukasz Dziedzic, "Fala fontu," interviewed by Marcin Wicha, *Art & Business*, 11/2015, 92.

Digitalization is in progress. We gain access to archival photographs and reproductions. To new frames from security cameras, smartphones and satellites. Resources and catalogs are rapidly expanding and becoming more compact. Empty spaces are filled with images. The whole world has become a toolbox.

There are two strategies to plunder these unlimited resources. I took their names from television programs.

12. A group of elegant people in the interior. Table, chandelier, paintings, carved frames, walls of burgundy

The Antique Roadshow has been a BBC hit broadcast for over forty years. Television is coming to town. They bring art historians, museologists, and experts from auction houses. There is a doll specialist among them (a gray-haired gentleman in corduroy trousers). There is an expert on wax fruits. There are experts in porcelain, glass, and cutlery. The whole event resembles a garden market. Experts set up stalls around which residents crowd. They bring their treasures and wait for the verdict. That is — the value.

It is possible that a worn-out teddy bear will turn out to be the Holy Grail for collectors of plush toys. An Art Nouveau vase will finance holidays, old engravings will pay for the education of children.

Friendly Englishmen in Sunday clothes tell the stories of objects. An African spear. Perhaps it is unique. The old man served in the colonies and maybe he took the weapon out of the cooling back of a Zulu chief. “And how much do you think, such a weapon might be worth?” The expert teases the owner.

“Try, give a value.” The camera captures the owner’s dreamy look.

“We will come back after the commercial break.”

Nothing doing, unfortunately. This is just an ordinary souvenir for tourists, bought in the port just before departure. So you will go to work again on Monday. Someone else has drawn the winning ticket (a toy car in factory packaging, a Chinese cup).

13. A group of inelegant people against a container

We will not see old ladies carrying Victorian porcelain on the *Storage Wars*. No one will ask about the fate of your great-grandfather during the Indian Rebellion. No family stories. No sentiment. The characters drive a van and buy secondhand stuff. At the same time, they show no more empathy than debt collectors or pawnshop owners. This series focuses on objects without family ties. Orphaned and unwanted things. In each episode we see how competitive gangs of foragers bid on the contents of storage lockers in arrears. They bid in the dark, hoping that under the tarpaulin canvas they will find a boat engine or a working jukebox.

The only more depressing program is *Baggage Battles*. Here, the participants compete for unclaimed air baggage — suitcases that have lost

their owners. What are they hiding? A camera or dirty underwear? This is the last phase of the alienation of objects.

14. "Thank you for your attention" A guy in an apron with a celluloid visor on his forehead. A good host, a drawer guard, a meticulous supervisor of metal fonts.

A typesetter knew his workshop like the back of his hand. The printing house was an orderly area. Damaged, used material went into a special box, where it awaited melting. The box was called 'hell,' and this name gives an idea of the importance that printers attached to their trade performed between chaos and cosmos.

At the printing house, we developed the conviction that the role of design is to introduce order in the world. Dismantling and putting together again. Typesetting in a clear and organized manner. Design entered the printing house. Together with design, chaos started.

Too many fonts. Too many typefaces, sizes, formats. Used images, patterns, styles, instead of disappearing, pile up on digital dumps. They float in the cloud. They fall with rain and go back into circulation.

The designer does not introduce order anymore. He does not impose his version of order. He became a forager in a television entertainment program. It all started with that burglary. Perhaps it would be better if the doors to the printing office had been better locked.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Dziedzic, Ł., *Fala fontu*, interview with M. Wicha, *Art & Business*, nr 11/2015.
- Kipling, R., *Stalky & Co.*, London: Macmillan and Co., 1899. [Polish translation, *Stalky i spółka*, trans. J. Birkenmajer, Warsaw 1978].
- Szklowski, W., *Jeszcze nie wszystko skończone...*, trans. A. Berkiet, J. Skruna, Warsaw: Wydawnictwo Akademickie Sedno, 2016.

Form follows fiction

**Johnny Friberg,
Karl-Johan Ekeröth**

Background

The first time I came into contact with Milka Belia Havel I was still a student. I was invited to present a project at a conference about architectural visualization. I had worked with the virtual reality technique, which was seen as the future in the optimistic and technology-friendly '90s. I sat in a warm and quirky auditorium in Athens for three days and listened to confident speakers. On the morning of the third day, a Greek scientist stepped up on the stage and presented a work on how to utilize metaphysical art and philosophy in design and architectural projects. She talked about De Chirico and Schopenhauer and how design could consciously reach beyond sensory experience. My boredom was replaced by deep fascination when I understood that what she wanted to convey in every way was the opposite of what I had been taught in school. The researcher talked about design as a carrier of meaning and as artistic practice. Towards the end of the presentation, she showed a picture of a reconstructed chair of a Czech entomologist and artist named Milka Havel — reconstructed from loose references and shown at an exhibition in Berlin in 1928. The artifact was a kind of meditation contraption on which you could sit and listen to the chaotic buzzing of thousands of bees. Time-wise it was early 17th century (the baroque era) but the form of expression was more from the 1900's. This was strange and captivating. I decided that I should try to uncover more about this, as the speaker said, forgotten genius from the past. It turned out she has a lot to tell about our time. Many years later, a number of colleagues and I decided to seek funding for a project that would raise Milka Havel from the depths of history and present her to a new audience.

Milka Havel was born in Prague in 1571. She was the only child of a famous carpenter and early on showed great talent for both artistic and scientific work. Eventually, she became part of Emperor Rudolf II's court during one of Europe's most fascinating periods. Rudolf II gathered extremely interesting people in Prague (e.g., Tycho Brahe, Johannes Kepler, and John Dee, to name just a few).

Havel used her artistic background to visualize and create experimental designs aimed at searching for the meaning of life. She studied insects and especially the sounds they made as she was convinced that, by decoding the hidden patterns in chaos, it would be possible to find the face of God.

The truth

Or not! This is how we presented the background of our exhibition which took place in the autumn and winter of 2017. But the thing is, it was all fiction. Milka Havel never existed and the exhibition and

the accompanying book was a visualized narrative created in order to discuss and highlight certain questions.

We wanted to focus on issues like ownership of history and highlight some consequences of the excess of information in our times. The idea behind the deliberate deception of our audience was to investigate how an actual aesthetic experience and the value of that experience would change depending on what kind of information was provided. Is it possible to direct the aesthetic experience to enable multiple stories and understandings?

The genesis of the project was exhibitions presenting historical persons as types and the mythologizing and fictionalization that are thereby created. Of particular importance to the project is Jorge Luis Borges and the play between fact and fiction expressed in his literary works. The project's starting point is fictionalization as a driving force in design work. Such a starting point holds the critique of a supposedly rational idea of the design process as problem-solving. The project aims at enhancing fiction and fictionalization as tools for developing, transforming, and visualizing design. Artistically, the project relates to a tradition that stretches from contemporary designers, artists, and projects such as Dunne & Raby, Maywa Denki, Musée Patamécanique, Walid Raad's the Atlas Group, the Museum of Jurassic Technology, Bonk Business Inc., and the Hokes Archives back to their historic predecessors like Jaques Carelman's *Catalog D'objets Introuvables*. Projects and practitioners who, in different ways, take their nourishment from the tension between fact and fiction, between discourse and non-discourse, between an artistic approach and a more curatorial approach.

The face of God

We formed a core group of seven people and started to map out the project which we called "form follows fiction." The project was to end in an ambitious exhibition and a book. We invented the persona, researched the historical context, and started to develop a plan for how to present and discuss it. In October 2017, we opened the exhibition *The Face of God* at an art and design museum in southern Sweden. We had worked for two years developing all the designs, constructing the artifacts, writing biographies and essays, drawing and painting, and networking to put together a group of writers who would contribute to the book which was to complement the exhibition. In total, over 30 people were engaged in various tasks ranging from essay writing to glass blowing. It ended in an ambitious exhibition which lasted for almost four months and succeeded in fueling diverse opinions and a lot of discussions about fact and fiction.

The name "The Face of God" referred to the (fictional) story describing the scientific and artistic work of our persona, Milka Havel. Her search for hidden patterns in chaos through amplified insect sounds was the basis of our fabricated artifacts and for the biography we

wrote. Her obsession formed a fantastic platform which we could creatively use to construct devices for decoding a hidden language in chaos which, in turn, would reveal the face of God.

What we wanted to achieve

The aim of the project was to design and direct an experience which would focus on fictionalization, truth, and myths in history. We wanted to create a platform to discuss these matters. By perceiving our exhibition as a spatial novel, we sought to enable different interpretations and understandings depending upon the visitor's own experience and background. We wanted to include the visitor's own knowledge and presumptions in a common participatory storytelling. The project investigates the relationship between art and science, fiction and facts, history and the present time, and texts and artifacts. It became clear to us, in the end, that different visitors actually experienced the exhibition in different ways. In a world suffering from information overload, we sought to question the notion of historical truth, assuming that all written history contains fictional elements or a presented narrative often told from a perspective of power. The exhibition correlates with contemporary discussions of fake news and the critique of sources.

Lastly, on a meta level we wanted to investigate fiction as a tool for artistic work and combine practical design work with storytelling and research. The result did enable many different discussions ranging from women's forgotten position in history to the importance of craftsmanship in design, just to mention a few. We put a lot of effort into making our story as credible as possible. However, as we adopted the directed experience approach, the actual exhibition included a number of clues leading visitors and changing their perspective. They were to start from believing everything and then gradually, as they experienced the exhibition, start to distrust or suspect that it was fiction and, finally, understand. That did not work at all. Everyone believed everything.

The exhibition and the book

To engage the visitors to our exhibition, we presented our story in three parts:

1. Reconstructions
2. "Authentic artifacts"
3. Contemporary art inspired by Milka Havel

The major part of the exhibition comprised the reconstructions of Milka Havel's various inventions and artifacts. We put a lot of energy into developing the objects to make them appear realistic and, more importantly, to raise questions and engage visitors in thinking about their use and purpose. To reach that level of engagement from the audience, the craftsmanship and fabrication of these objects had to be close to flawless. It had to be unquestionable that we had put every bit of our skills into making these objects, to enhance the story

of Milka Havel. We suggested that we had built the reconstructions with the help of old paintings, letters, and fragments as the basis of the designs and drawings. But to put an additional layer of information on the story, we also implied that we had re-interpreted the objects into some sort of minimalist baroque expression — somewhat a contradiction in terms, but that was the expression we were after. In the exhibition and the narrative we created, this meant that we had redesigned our persona's designs, but in reality it meant that we had redesigned our own made-up designs.

Almost every part of the exhibition was custom-made to fit our story — everything, from furniture, upholstery, cabinets, to every visible little bolt, nut and fitting. We even gave a beekeeper instructions on how to build the frames on which the honey bees would build their honeycomb structures to fit our story. The only thing we didn't need to craft ourselves were some of the glass bells. Those were provided by IKEA.

The second part of the exhibition consisted of what we choose to call authentic artifacts. In the exhibition these artifacts were displayed in closed glass cabinets and seemed to be the objects connected to the scientific and artistic work of Milka Havel, from her home, her old studios, and places where she worked. The reason to confine them into these cabinets was to show that these objects were of a much higher value than the rest of the reconstructed objects, which was in fact the complete opposite. In reality, these were cheap objects found on eBay and other internet auction sites, which appeared more or less strange and ambiguous. They just looked old.

As mentioned above, we also used paintings and letters as the supposed basis for our design. The paintings displayed at the exhibition were reproductions of real baroque paintings with certain alterations. We added the objects shown in the exhibition to the paintings. Together with an expert in forgery, we created two of Milka Havel's allegedly preserved sketchbooks. They were presented as genuine exhibits and became objects of great interest for many visitors but, of course, they had also been drawn by us.

The last part of the exhibition consisted of works by three Swedish artists who were said to have been greatly inspired in their artistic practice by the work of Milka Havel: jewelry artist Märta Mattsson, designer Thomas Laurin, and fine artist Eva Dahlin. What their artistic work has in common is that they all have worked with insects in some way. That their artistic practice has been inspired by Milka Havel, on the other hand, was, of course, total nonsense, but their participation in the exhibition really helped build the myth of the woman who never existed.

The book that was released at the same time as the opening of the exhibition was there to add complexity to the image of our artistic entomologist. Famous writers and scientists contributed essays covering different aspects of Milka Havel's life and work. A psychologist wrote about her childhood, a biologist about pre-evolutionary systematics,

and a literature professor about the influence and impact of her work on contemporary art. The book also doubled as a catalogue in which we presented all the artifacts from the exhibition and showed all the references which we used to construct them. Finally, the book was there to add credibility to the narrative as some of the authors are well-known in Sweden. We perceived the book and the exhibition as two sides of the same coin. They were complementary, of course, but also deliberately contradictory in some respects. One essay was critical of the importance of Milka Havel and questioned why she was an object of such a large exhibition; another essay questioned the very existence of our persona. This was part of our goal to raise doubt and confusion and create a changing experience for the visitors/readers. The exhibition included many texts and images, most of which were used for contextualization, but also to show the “references” we relied on when reconstructing the artifacts. The references ranged from old letters and sketch-fragments to historical paintings into which we photoshopped our objects.

As previously mentioned, we wanted to work as the directors of an experience in which the fictional narrative is gradually revealed. Regardless of our ambitions, almost no one got it. Everyone, including the press, believed everything. One review even talked about a cultural sensation. Journalists started to write about our persona and praised the exhibition without doing any research at all. One article stated that there was no information whatsoever on the internet about Milka Havel and opined that this was typical for how female artists and scientists have been treated historically.

The exhibition was considered a great success. The museum staff were very pleased and said that they had never had an exhibition that so many visitors wanted to talk to them about. The museum, the visitors, the design community, and the sponsors were pleased. So, all good then? Well, one category of people were not so happy — the journalists. So, eventually a scandal arose. A couple of offended journalists mobilized the press in a vendetta against us and the museum. In one week, there were more than 15 articles published in various newspapers raging against us, calling us liars and elitists, questioning everything but their own lack of research and assessment of sources. The head of culture in that part of Sweden entered the debate by posting a long article in a newspaper defending both the exhibition and our ambition. So, to some degree, it lived its own life in the media. We tried to engage with the media and to steer the discussion into other aspects (such as design as artistic practice or historical exhibitions as a genre with their inevitable fictional aspects) but, unfortunately, with little success as the only discussion in the press was circling around whether an artist or museum is allowed to deceive their visitors. Finally, to lighten this somewhat, we could mention one journalist who wrote a fantastic review in which she talked about “the exhibition of the century” and then, when after

a couple of weeks she realized that it was fiction, wrote that “this made it even better.”

Overall, we were happy with the outcome of our project. But we want to change the context the next time, so we plan to present the exhibition at the Natural History Museum in Gothenburg in the spring of 2019 — a fantastic spot with all their staff entomologists and their insect collections. We expect this to provide a different platform that hopefully will trigger other discussions as the expectations of visitors are different at a natural history museum compared to an art gallery. During the same time, a museum in a small town in Sweden would like to show parts of the exhibition and build up activities around the evaluation of sources for local primary schools. The aim is to trigger discussions about being critical of information and to highlight some problems connected with information overload.

**Design excess and the
demon of perversion
(against nature, against
economics)**

Janusz Noniewicz

1.

Economic science arises from compatibility with nature — at least from compliance with a certain vision of nature which assumes that what nature produces, what it has at its disposal, and what it can give us (i.e., natural resources) is limited. Limited, finite and non-replicable. Thus, economics emerged (at least it defines itself thus at its very core) so that we could, with limited resources, satisfy unlimited human needs.

In a word, economics emerged as a reaction to deficiency; and excess is its antithesis. Because this deficiency is an inherent aspect of nature, excess also seems to be contrary to nature.

2.

Economics is not a science that teaches how to accumulate; economics is a science that teaches how to share. Share what is finite, make it enough for everyone. Share with each other. In economic terms, excess is a mistake. Economist Raj Patel begins his bestselling book *The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy* with the declaration: “The recession has not come from the lack of economic knowledge, but from too much of a particular kind, a surfeit of the spirit of capitalism.”¹

In economics — which over the last several decades has been trying to convince us that it is an exact science of mathematical character — references to “the spirit” must sound suspect. Either they result from misunderstanding the rigorously rational character of economics, or from a completely different understanding of it — as a narrative: a story based on a metaphor. This would bring economics closer to literature (though, not necessarily fiction).

3.

In the world of literature, we find at least two books about accumulating. That is not quite accurate: two stories about accumulating. Two narratives based on the metaphor of accumulating. In 1884, Joris-Karl Huysmans’s book *Against the Grain (À rebours)* was published in France, and a little over 100 years later, in 1989 (the year of the June elections in Poland and changes in the political structure of Europe), a novel by Bret Easton Ellis *American Psycho* was published in the United States.² Both novels caused scandals in their own time and in their countries. Both should now be on the reading list of every design student. And that is because in the discipline of design it is important not only what we do with things (how we use them), and

1 Raj Patel, *The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy*, London: Portobello Books Ltd., 2009, 3.

2 The author used the following editions: Joris-Karl Huysmans, *Na wspan*, trans. J. Rogozinski, Kraków: Wydawnictwo Zielona Sowa, 2003; Bret Easton Ellis, *American Psycho*, trans. J. Polak, Poznań: SAWW, 1994.

not only how we look at them (what we see in them), but also what we say and how we talk about them (what we call them).

4.

In both novels — which we have called tales of accumulating — things play a key role. They fill the world of each novel. They even overflow because they are accumulating in excess — by both characters and narrators. Characters accumulate things, narrators gather words. Both are victims of excess in some sense. Because either the world is engulfed in excess of things, or the story is engulfed in excess of words.

5.

Wait. How can a story be engulfed in excess words? After all, words are the natural element of a story. So, from the point of view of the story's economics, literature should suffer from a deficiency of words rather than an excess. Well, yes, but as with any economy, it is not about the vocabulary but about its distribution. In a story, the words should be divided between the characters, narrators, descriptions, events, the motifs which make up the plot, etc.³ However, in both novels mentioned above, words fall primarily on things. First, they refer to objects and, because of that, they flood the worlds of both novels with objects. They cover up the characters; they halt the action. What we think is a novel and what we expect from a novel disappear under a pile of words about objects. And their reality is buried beneath design.

6.

We know everything about the objects that fill the world of Huysmans's novel to the smallest detail. Each thing is treated individually by the narrator, because each is individual and unique — tailored, to use the language of contemporary PR. There are no ordinary objects in the world of this novel; they are all unique. Or said differently: they are ordinary objects, but they remain outside, outside the world of the main protagonist, the Duke Jean des Esseintes, for he accumulates objects in order to separate himself from the world. Cut off from it. Separate. He accumulates objects motivated by his dislike for the world. That is how he wants to create his own world, isolated from the natural. He wants to recreate it. He wants to create an artificial world in which the laws of design prevail over the laws of nature. They

3 Readers unfamiliar with the theoretical and literary terminology should refer to one of the literary theory textbooks. In Polish research in this field, one of the basic items on the reading list are the so-called „Triplets”, namely: M. Głowiński, A. Okopień-Stawieńska, and J. Stawiński, *Zarys teorii literatury* (Warsaw: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 1991). And for our considerations, the following chapters may prove particularly useful: *Narrator, bohater, fabuła — podstawowe elementy utworu literackiego* (narrator, protagonist, plot — the basic elements of a literary work), 319-334 and *Ważniejsze gatunki epickie, część B — Powieść* (Important epic genres, Part B — Novel), 363-379.

even supplant them. (The phrase “the world of design” refers here to what is invented, created, and what is in opposition to the natural world, that is, to what has been received, created).

Things/objects in the Huysmans story grow to be gargantuan — in both the aspects of appearance and of description. Actually, you could say that things replace events. It is a world turned into a gallery of designer peculiarities. Each item in the home of the main character has been specially invented, designed, decorated, and arranged. Tailor-made. So it is also described in detail. The uniqueness of things requires a detailed and specific language. The language of description must be as individual as the things it describes. Therefore, the narrator refers to the things/objects/ designer peculiarities in the protagonist’s house with attention and devotion.

The different and peculiar character of the world presented in this novel is that everything has been designed in it. And the eccentric appearance of individual items is much more important here than the functions they perform. The function of each object has been determined to satisfy the exquisite tastes and eccentric desires of the protagonist and not common, everyday needs. For the hero despises such needs. He is trying to break away from them, constructing his artificial world. He wants to defend himself against them with the sophisticated design of the things surrounding him.

7.

For each object, sophisticated design dominates over functionality. This is not only a literary phenomenon; it is a frequent temptation faced by designers when designing. Behind this is the belief that we can create the world anew. Functionality is, however, surrender to the rules, submission to them. Aesthetic ostentation is often a manifestation of creative design possibilities, evidence of creativity, thanks to which the creator imposes his own rules on the world. Everyone, I am convinced, can recall projects that ostentatiously broke with the laws of nature. Fetishizing design is often inseparable from competing with nature. And although we would like to reject the laws of nature and replace them with our own, unfortunately, all such experiments typically end up not so much replacing, as reversing them. What we can achieve in design is to put things upside down. Build a world *à rebour* — against the grain, against nature.

8.

Huysmans’s book, though full of extravagant ideas, is heading towards this: the reversal of the world order. Flipping it upside down. Turning it inside out. Arranging it topsy-turvy. That is all we can think of. Replace the natural with the artificial. Change the real for the illusory. Move the top to the bottom. This is the end (or top) of our creative possibilities. But this reversed order (as opposed to the reverse order of the medieval carnival) is not available to everyone. For in

this case, the reversal of order is not to make the world available to people. This time the reversal of order serves to emphasize elitism and uniqueness. And one of its basic functions is differentiation and separation. Building a difference between me and the rest.

Sophisticated design with its ostentatious character says, “I am not like you, nor one of you.” This demonstration of otherness leads to the emergence of almost fundamental differences. The functionality of objects surrounding the protagonist must be suspended because his body fulfills new, different, better functions as the body of a new, different, better man. And in a completely different (new, better) way. *Nawspak*, the title of the novel, may refer not only to the world turned upside down which the protagonist constructs in his home, but also to the way of feeding that he has had to use for some time — namely through rectal infusions. On the one hand, it is a kind of therapy for a ailing digestive tract, and on the other, a delightful mark of dissimilarity — proof of not being like others. The exchange of places for nutrition and excretion is a frequent fantasy in culture, a perverse image of transgression, a metaphor of the destructive effects of unbridled drives, something inhuman which is dormant in a human being. But this destructive and inhuman element would not be perverse unless it gave some peculiar pleasure

In Huysmans's novel there is another clear and expressive example of the world upside down, referring directly to design. An example that shows how design — or rather design excess raised to a power — comprises a sophisticated eccentricity in mixing up orders, in the eccentricity of desires. It is design motivated by aversion to everything that the natural and ordinary world offers. It is design that leads to death.

9.

In his book, Huysmans presents an example literally illustrating the above statement, showing how design can turn against nature and lead to death. How death can be caused by design excess: ornamentation, beautification, and eccentric concepts. Improving appearance leads directly to the loss of life, because life — which is a process — cannot be turned into an object.

Examining an Oriental rug, one day, in reflected light, and following the silver gleams which fell on its web of plum violet and alladin yellow, it suddenly occurred to him how much it would be improved if he could place on it some object whose deep color might enhance the vividness of its tints.

Possessed by this idea, he had been strolling aimlessly along the streets, when suddenly he found himself gazing at the very object of his wishes. There, in a shop window on the Palais Royal, lay a huge tortoise in a large basin. He had purchased it. Then he had sat a long time, with eyes half-shut, studying the effect.⁴

4 <http://www.gutenberg.org/les/12341/12341-h/12341-h.htm>.

The tortoise turned out to be too natural for Jean's aesthetic needs. Too natural means not decorative enough. So he decided to turn the turtle into a beautiful, moving object. For this purpose, he gave it to a lapidary, who was ordered to encrust the shell of the tortoise with rare precious stones, according to a pattern he designed. "The lapidary made a note of the places where the stones were to be inlaid." The protagonist instructed the jeweler:

- to glaze the shell of the tortoise with gold;
- to encrust it with precious stones according to a Japanese design representing a cluster of flowers emanating spindle-like, from a slender stalk.
- to set leaves with jewels: the chrysoberyls of asparagus green, the chrysolites of leek green, and the olivines of olive green;
- to contrast leaves with branches of almandines and violet-red, dry-shimmering violet blooms;
- to use blue turquoise cinder for flowers separated from the stalk;
- to compose petals of flowers entirely with Ceylon snap-dragons, cymophanes and blue chalcedony.
- to border the shell with minerals.⁵

In this way, the tortoise walking on the rug was to create a living pattern on it, animate the entire dead world of the rug with the impression of movement. It is easy to guess, however, that the tortoise did not survive this transformation from an animal into a trinket. "... [A]ccustomed to a sedentary existence, to a humble life spent underneath its poor shell, it had been unable to support the dazzling luxury imposed on it, ..." ⁶ — the narrator comments on the death of the tortoise under the jeweler's armor.

10.

The symbolic or allegorical character of this scene is so clear that it does not require interpretation. However, the perverse nature of such actions — in the context of our topic — requires at least a short commentary. At the same time, you can pose a question about the inevitable perversity of design which, when self-obsessed, becomes a means to satisfy eccentric desires and seek sophisticated sensations. The perverse nature of design lies in the fact that it becomes lust and satisfaction, all other functions — not only of objects, but also of life — are marginalized. And may even be excluded from any plan.

The Huysmans book can be read as a warning against the threatening designers with the King Midas syndrome, who, whatever they touch, change it through design. From time to time this is required of them by a capitalist game in the luxury goods market — a market segment which stems from and is maintained by excess. This transformation of the world by design is clearly visible in *American*

5 **ibid.**

6 **ibid.**

Psycho by Brex Easton Ellis, published in the late 1980s. These were the golden days of liberal capitalism, an era in which no one would ever think of doubting its principles which were considered to be compatible, if not identical, with natural rights.

11.

The result of such interpretation of natural law was the assumption that those who work on Wall Street have achieved a higher level of evolution of the species than those who beg on the streets.⁷ Brokers and beggars are two separate human species and there can be no talk of any community between them. The irreducible, unchanging, natural quality of the world for the former is excess, and for the latter, deficiency. These are two paths of evolution. Except that in the case of the former, evolution accelerated, and in the case of the latter, it stopped. This is how the protagonist and narrator of *American Psycho*, Patrick Bateman, sees the world.

12.

Patrick Bateman does not really see the world. Patrick Bateman sees brands. He perceives the world through brands. The peculiarity of Bret Easton Ellis's novel is that the narrator enumerates in detail the brands of every piece of clothing of every person he meets. In the novel that may mean that in the life of the protagonist there is no room for anything else. Events belonging to the sphere of reality in the narrative of the book are limited and repetitive. Every day after the morning routine, the protagonist goes to work by taxi, then goes into his office, greets his secretary, and makes phone calls to colleagues, with whom he determines in which fashionable restaurant to book a table for lunch (it is never *Dorsia*, a restaurant which is their dream, but unfortunately beyond their reach) and where they can go for a drink in the evening. These events are repeated daily. If anything else happens in the novel — and thus in the life of the protagonist — such as perverse sexual acts and cruel murders, this most likely takes place in the protagonist's imagination — at night, under the influence of films watched on video cassettes. The real daily rituals of the protagonist also include a visit to a video cassette rental store. In the evenings he often leaves the company a bit earlier than others for this purpose.

13.

The world that the protagonist perceives while performing his daily, repetitive rituals consists of brands. Brands fill his head. They replace adjectives; they fulfill the function of concepts. He describes and

7 This can be deduced from the way the protagonist addresses beggars. Bret Easton Ellis, *American Psycho*, trans. J. Polak, Poznań: SAWW, 1994, 144–145.

understands the world through brands. Just a glimpse at a person he meets is enough to know what brands his suit, tie, and shoes are. The protagonist-narrator does not deal with such trifles as the description of clothes. All he needs to do is identify the brand. Identifying the brand, he identifies the person. Neither looks nor actions are important. In his world, you are what you wear. Maybe that is why characters often confuse the names of people they know, taking each other for someone completely different (completely? different?). In the world depicted in the novel, the human body does not count, just as the appearance of objects does not matter. Identification is replaced by labeling. This is a world in which man does not exist as a person. There are also no products as objects. This is a world where non-persons surround themselves with non-objects, moreover buying them for non-money. This is a world in which neither work nor production exists. It is the end of the 1980s, the time of neo-liberal capitalism. In a moment, Francis Fukuyama will announce the end of history.⁸ And, thus, he will profess the existence of the only one unchanging non-reality. And a little later, university faculties of design will recognize brand design to be their main task.

14.

In the world of brands, objects disappear. What is being designed and what is being produced is the story. In this way, design is becoming closer to literature. The literary narrative, however, is still partly selfless. The design narrative, however, is only a service. Literature is sometimes directed to the reader, while the design narrative seeks only customers: “I do not want you to listen to it; I want you to buy it.” The relationship between man and design starts to resemble the relationship between Patrick and the films on video cassettes he rents. Analyzing more or less the same period in history, Naomi Klein shows in *No logo* that what we buy on the free market of neo-liberal capitalism is not shoes (Nike), nor coffee (Starbucks) — in a word: not objects and not products — but stories about a certain lifestyle.⁹ The consumption of this story makes us become a part of it. However, this is reverse consumption. Consumption *à rebours*. Consumption upside down. We let the story devour us when we buy its fetishes. As customers, we pay for what eats us. We fulfill our desires; we succumb to perversion.

8 In 1989, an essay by Francis Fukuyama was published entitled “The End of History?” which led to one of the most famous books today: *The End of History and the Last Man*. Then neo-conservative Fukuyama proclaims there that with the fall of communism, the historical process has, in a sense, ended and liberal democracy and the market economy are the culmination of the evolution of political systems. See: Francis Fukuyama, *Koniec historii i ostatni człowiek*, trans T. Biedroń, and M. Wichrowski, Krakow: Znak, 2017.

9 Naomi Klein, *No logo*, trans. M. Halaba, H. Jankowska, and K. Makaruk, Warsaw: Wydawnictwo Literackie MUZA SA, 2014.

15.

Does Patrick Bateman really have sex and kill? Or does he just do it as a character in the stories he bought when renting movies? Stories about himself, as he will never be. About one who has desires.

16.

There are desires and there are needs. Desires are individual, needs are common. We have the same needs, though different desires. Economics is about satisfying needs. Design is also about human needs and ways of satisfying them. Not only that, it can be used to satisfy needs. It may even be the way of satisfying them. Then, design means transforming goods into products. It can also mean satisfying desires. Then, it transforms dreams into reality. In the first case, design connects people. It says: what I need is also necessary for you. It makes us share. It builds ties. In the second case, design distinguishes me from others; it isolates. Based on the myth of satisfying desires and making dreams come true, modern capitalism convinces us that “we behave as individual entrepreneurs of our own happiness,”¹⁰ as economist Raj Patel, quoted at the beginning of this article, has written.

17.

However, in modern capitalism there is no such thing as private happiness. It exists only in the collective story that reaches us in the designed images. You do not invent your happiness. Your happiness is bought. But in order for it to be truly your own, it must not only be similar to the happiness of others, but it must also differ from it. It must be recognized as happiness by others — this is what brands are used for. And on the other hand, it must be identified as your own, it must be a kind of special edition — and this is what design is used for. It makes us stand out from among those who stand out. The trap set for design by contemporary capitalism is based on identifying it with so-called positional goods — that is, what shows our social status to us and our surroundings. Then the situation resembles both novels referred to here. Design, regardless of whether it is implemented as an elaborate form or as a luxury brand, is what distinguishes the man who can afford it, from the one that cannot — who has no money to buy it, to satisfy (designed) desires. For the protagonist in *American Psycho*, even the clothes of street beggars have their brands. However, they are accidental, poorly matched, treated chaotically. They are a caricature of the world ordered by design. According to the neo-capitalist theory of happiness, no one has designed the life of a beggar. It is the result of deficiency: a lack of

10 Raj Patel, *The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy*. London: Portobello Books Ltd, 2011, 39.

diligence, a lack of ambition, a lack of planning.¹¹ A lack of dreams and a lack of desires. Patrick Bateman is convinced that paupers are losers. Obviously, their needs must differ from the needs of Patrick Bateman. And no design will help. Hence, the logo on their dirty jeans looks absurd.

18.

Good design is one which enables people to exercise their rights. Satisfying needs is the implementation of human rights — the rights which are the same for each and every one of us.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Ellis, B., *American Psycho*. Translated by J. Polak. Poznań: SAWW, 1994.
- Fukuyama, F., *Koniec historii i ostatni człowiek*. Translated by T. Biedroń, and M. Wichrowski. Kraków: Znak, 2017.
- Głowiński, M., Okopień-Sławińska, A. and Sławinski, J., *Zarys teorii literatury*. Warsaw: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 1991.
- Huysmans, J.-K., *Na wspak*. Translated by J. Rogozinski. Kraków: Wydawnictwo Zielona Sowa, 2003.
- Klein, N., *No logo*. Translated by M. Halaba, H. Jankowska, and K. Makaruk. Warsaw: Wydawnictwo Literackie MUZA SA, 2014.
- Milewski, R. and Kwiatkowski, E., *Podstawy ekonomii*. Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2015.
- Patel, R., *The Value Of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy*. London: Portobello Books Ltd, 2011.

11 That is how the protagonist of *American Psycho* explains the reasons for their situation to beggars in his imaginary tirades [Pol. B. E. Ellis, *American Psycho*, trans. J. Polak, Poznań: SAWW, 1994, 144–145].

Excess as a dream

Józef A. Mrozek

“Unfortunate, you will get what you want.”

This saying is attributed to Plato. I was not able to confirm it, but I must admit that it is still valid.

The subject of this conference is excess. For many of us, this trivial concept sounds ominous today. Excess, however, can also be something natural, even if troublesome. For example, in some parts of the world there is the problem of excess rain or sun. Excess seismic activity or mosquitoes in other places. And in Polish, we suffer from an excess of consonants. In one interview, Wiesław Ochman, an opera singer, tenor, said that he envies Italy for the ease of performing such texts as, for example, “O sole mio, sta ‘nfronte a te!”. Whereas he must sing: „Baczość, Stefanie, przyrzekliśmy przecież żyć w bezzęnnym stanie!”

However, this is not the kind of excess that raises our concerns today, but rather that which we perceive as the result of our over-activity and the problem typical of the time of overproduction of almost everything, especially when it is associated with abundance, excess, and luxury. It is true that from the very beginning of human history, certain social groups have experienced an excess of goods and services, but for thousands of years these were only the privileges of the elite. Others, including those who lived in the last centuries in the industrialized Western civilization, were faced with excesses of hard work, duties, as well as oppression, poverty, and disease. And also with an excess of shortages.

These proportions changed only after the Second World War, initially in the United States, then in other Western countries. In the 1960s, in the developing consumer society of the US, 75 percent of families reached or exceeded the standard of living of the former middle class,¹ becoming the target group for production and services.

Interestingly, even then their lifestyle became the object of analysis and critical reflection by both researchers and journalists such as Robert Nisbet,² Vance Packard,³ and Victor Papanek,⁴ as well as artists, especially those associated with pop-art, such as Richard Hamilton, Andy Warhol, and designers from the Italian Radical Design movement. “The happiest generation,” as some have called it, had become an object of irony for them.

1 In this group, 14 percent achieved the income of the higher class, and 61 percent of the middle class. Such a high percentage of middle class remained in the US until 1971, after which it began to decline, and fell below 50 percent in 2015. <https://www.npr.org/2016/07/07/484941939/a-portrait-of-americas-middle-class-by-the-numbers>.

2 Robert Nisbet, “The Decline and Fall of Social Class,” *Pacific Sociological Review*, 1959, 2 (1), 11–28.

3 See: Vance Packard, *The Hidden Persuaders* (1957), *The Status Seekers* (1959), *The Waste Makers* (1960).

4 See: Victor Papanek, *Design for the Real World* (1971), *Design for Human Scale* (1971).

However, outstanding Polish artist Magdalena Abakanowicz believed that this trend of pop-art did not appear in Poland due to the lack of basic goods on the market, so they could not become an object of ridicule. And despite the fact that since 1971 the middle class in the US has shrunk, the pre-established consumer model has been perpetuated and even became a perfect model in those societies that, then and later, sought to increase their wealth. This also concerned socialist Poland.

I would like to dedicate this article to the experience of my generation, that is, the sixty- and seventy-year-olds who spent most of their lives in the Polish People's Republic and for whom scarcity was commonplace and excess was just a dream. For several dozen years we experienced the lack of many goods, not only those considered as luxury, such as villas, cars, and foreign trips, but also the most basic ones, such as small apartments, household goods, food, and even toilet paper. The visual messages of prosperity which came to Poland from the West looked like illustrations in fairy tales. Besides, they were often taken with childish naivety and with the conviction that everyone there lives like that. This was the world of dreams, in which excess was not associated with waste, but with freedom of choice, maybe the simplest, but often unattainable.

Paradoxically, my first childhood memories, however, are associated with excess. These were ubiquitous ruins, my immediate playground — much more interesting than a sandpit in a kindergarten or even a Jordan's garden. When they disappeared in the mid-1950s, I experienced it as a loss. Nothing could replace them. But adults had other problems then. An excess of control, censorship, restrictions, and major or minor repression, which was accompanied by shortages of supplies — a similar disparity we encountered some 30 years later during martial law.

In the 1950s, it was to some extent the result of an economic program aimed at investing in heavy industry, not the market. The range of goods available in shops was narrow. Although propaganda at that time presented it in its own way as satisfying basic needs, consumers perceived it differently. Only the political thaw at the turn of the 1950s and 1960s brought change, although the variety of the market offer presented in the media was not confirmed in stores, especially that the most attractive goods were not produced in excess and quickly disappeared from shelves.

At that time, the phrase “throw on the market” was coined, which referred to a one-off supply of sought-after products in stores, which were then distributed on a “first come, first served” basis. Nevertheless, the supply of most products did not meet the expectations of potential customers. For example, in 1968 per 100 households there were 50 radio receivers, 37 TV sets, 58 (rotary) washing machines, 20 refrigerators, 18 motorcycles, and 4 passenger cars.

But the most acute shortage, lasting throughout the period of the Polish People's Republic, was the lack of housing, which was felt especially by young people who were then starting their families. Usually not qualified for a communal flat, they had to wait several years for a co-operative flat, all the while paying monthly installments. And it was not only the result of the post-war damage felt mainly in large cities such as Warsaw, Wrocław, Gdańsk, and Szczecin.⁵

To a much greater extent this shortage was caused on the one hand by the post-war demographic boom, on the other by a program of intense industrialization initiated by the authorities in the second half of the 1940s. It caused the mass migration of people from villages to newly created industrial centers, where it was necessary to build housing estates for workers next to factories. It turned out to be an extremely difficult task and owning a flat remained an unfulfilled dream for many Poles not only to the end of the PRL, but also later.

The fast-growing population after the war had to be provided with an appropriate sales network. In 1951, the Central Department Store was opened in Warsaw, the first facility of its kind erected in the capital after the war. It was designed in the style of functionalism in 1947, two years before the total takeover of power in Poland by the Polish United Workers' Party. It was meant to be a symbol of the modern reconstruction of the destroyed city, but for the rulers it became a symbol of capitalist consumption, that is, of a decadent attitude contrary to the ideology of socialism.

Even after the opening of the Central Department Store, the party monthly *Nowe Drogi* criticized the glass walls as letting in too much light that blinded shoppers and the escalators as mechanical devices pulling them into the vortex of shopping. Attention was also paid to the lack of places to relax, where customers could think about the sensibility of their spending. The Universal Department Store *Praga* (1952) had similar drawbacks. It was only the Universal Department Store *Wola*, completed in 1956 in the style of socialist realism which did not dazzle shopping citizens with light.

In turn, the *Centrum* Department Stores, erected at the turn of the 1960s and 1970s, were to become symbols of the breach with the constraints of Stalinism and the transition to so-called real socialism in which supply and demand were to be balanced. This beautiful intention never succeeded, but for propaganda reasons the *Centrum* Department Stores became the main place in Warsaw for "throwing" attractive goods on the market, which was accompanied by long queues and crowds of shoppers.

5 Of course, the destruction of Warsaw in 1943–44 was treated by the Germans as punishment for two successive uprisings, and it was different from the destruction inflicted by the Red Army on the cities which they treated as belonging to the German Reich. Nevertheless, after 1945, they were a place of settlement by the Polish population, often displaced from the former Eastern Borderlands.

Against this background, the *Hoffland* stand was an exceptional phenomenon. Hoffland was a project of designing and manufacturing clothing primarily for young people, initiated by designer Barbara Hoff. These clothes fit into the world of youth fashion, while having their own distinctive style. Wearing them was not “lame,” even in the snobbish circles of the so-called banana youth, and some of them became “objects of desire,” just like those brought from the West. Besides, Hoffland also had long queues, although Barbara Hoff was very careful that the clothing she designed was produced in large series and sold at moderate prices.

A security valve for the authorities became the so-called non-socialized sector, also known as the “private initiative.” Craftsmen operating in this sector were called “privateers,” and vegetable and fruit producers “truck-farmers.” Usually, they also dealt with the sale of their products. In 1954, the description of this sector appeared in Leopold Tyrmand’s novel *The Bad*. It was presented there as a caricature of capitalism, which in fact it was.

To my generation, however, it gave some illusion of normality through its ability to meet certain needs: I bought there my first fashionable shoes (so-called *bitelsówki*), optical glasses that did not expose me to ridicule from my colleagues at school, and sound postcards with music by The Beatles and The Rolling Stones. However, there were also significant drawbacks: it was possible to order an elegant tailor-made suit from a renowned tailor or hand-made shoes, but not jeans — every teenager’s dream.

Jeans imported from the West could be found in the Warsaw Praga bazaar called *Clothes*. Clothing, underwear, cigarettes, coffee, and chewing gum were sold there, which came to Poland in parcels sent by families living abroad. I spent there almost my entire salary earned during the so-called workers’ training at the Warsaw Steelworks. But at *Clothes* it was also possible to buy so-called hard currency from street money-changers, the trade of which was banned, especially the most desirable American dollars. It was real money for which you could get everything from Scotch whiskey to a flat. In the 1970s, one US dollar cost about PLN 100, that is, an average salary could buy USD 20-25, which made the American currency one of the most sought-after goods and I do not recall anyone complaining about possessing it in excessive amounts.

You could also buy western products for dollars, pounds, francs, or marks at the state-owned chain stores *Pewex* and *Baltona*. *Baltona* was intended primarily for the families of sailors who received part of the remuneration in hard currency and could legally dispose of it. *Pewex* was open to a larger group of customers and the authorities usually turned a blind eye to where they got foreign money from because eventually it flowed into the state coffers. Anyway, officially you could pay in *Pewex* with special coupons, so-called “PKO bank bills” for which you had to exchange your foreign currency. But in

the early 1970s the rules changed and you could even set up a personal account in hard currency.

However, the goods bought in Pewex served not only for the direct use of the buyers. They were also a component of building the social position of their owners or users, as they confirmed their access to goods unavailable or difficult to get for others. For example, such status symbols included foreign liquor, such as whiskey, cognac, and gin, except that bottles and labels were more important than the taste. Research conducted in the 1970s by Sylwia Dobrowolska at the Institute of Industrial Design into the manner of furnishing and decorating flats in newly commissioned blocks of flats shows that in many of these flats the prestigious function of the former glass cabinet was taken over by the glazed part of so-called wall units, where empty bottles of expensive alcohol brands and beer cans were placed. A similarly snobbish role was played by Western clothes, electronics (especially cassette players, Walkmans and calculators), cosmetics, etc.

Limited access to Western currency was just one example of social inequality that Socialism promised to abolish but never did. Throughout its duration, there were differences in access not only to luxury, but also to basic goods. Even in the 1950s, certain privileges appeared here. They concerned three groups that could afford the level and lifestyle of the elite in this seemingly egalitarian society. The first comprised those connected with the private sector, in which revenues were much higher than average, allowing the purchase of goods on the black market. The second and more important group was formed of privileged party functionaries who, apart from higher-than-average wages, also had access to special stores with a better assortment, officially referred to as *konsumy*. They were commonly referred to as “shops behind yellow curtains.” There were products not available on the open market. To be able to buy them, you had to have a special ID card. The third group was made up of artists working in film, theater, and music, especially rock music.

These seemingly distinct social groups created a generation in which the so-called “banana youth” emerged. This term began to be used in the party press in the 1960s, and it referred to teenagers and twenty-year-olds who were ostentatiously squandering money and enjoying the so-called “western” lifestyle, mixing extravagance with the slogans of the then fashionable counter-culture. The symbol of this extravagance was the banana, then the dream of every young mother, but also the most expensive and rarest fruit on the market. Children of the privileged social classes were supposedly fed them. Typical representatives of the banana youth were Andrzej Jaroszewicz, son of the then PRL prime minister, rally driver, and owner of exclusive cars, called “The Red Prince,” and singer Maryla Rodowicz, who drove a Porsche dream-car in the 1970s.

In 1968, the term “banana youth” became a political category used by party propaganda to discredit students who took part in protests

against the authorities. They were presented as spoiled children of rich parents, spending time in night clubs, with relatives abroad who sent them exotic fruits. But the anti-student statements of the authorities also had a different purpose: to show the intelligentsia in a depraved environment, looking down on others, and detached from the “working masses.” This is how the shortage of bananas in stores became one of the factors antagonizing society.

Paradoxically, the lack of many goods on the market was accompanied by advertising, above all in popular magazines, such as *Przekrój*, *Przyjaciółka*, *Moda i Życie*, and *Ty i Ja*. It encouraged, for example, buying margarine instead of butter and poultry or fish instead of meat with which there were constant problems on the market. It also promoted what the industry was able to manufacture, including some elements of home equipment, fabrics, ceramics, glass, and cars during the “Gierek decade.” The presence of advertising created the appearance of normality, because it suggested the widespread availability of these goods — after all, shortages are never promoted. In this way, it was part of the official propaganda that created the image of Poland (and other socialist countries) as a zone in which energy and raw materials were not wasted on producing gadgets for the rich, but were responding to social demand.

Admittedly, advertising was not officially considered an important market factor, but rather as providing information about available products. Often it presented dreams come true, even if it was only an opportunity to fulfill them, because for some ordered and prepaid goods you had to wait months, unless you paid for them in hard currency. Motorization is an example. Certainly, four types of motorcycles, one scooter, and three types of passenger cars as a market offer are hard to consider in the category of “excess.” In addition, many household items were not available. Long queues formed for them, in which waiting lists were often drawn up. For some products, such as automatic washing machines, you had to queue for 2-3 days. Most often, whole families took such hours of “duty” in turns, but sometimes so-called “queuers” [*stacze*] substituted for customers for appropriate remuneration. Order was maintained by spontaneously formed “queue committees.”

In the 1960s and 1970s, on the other hand, people were encouraged to buy TV sets, which became an important means of transmitting information and propaganda monopolized by the authorities. At that time, Polish Television broadcast two channels — one was called “Channel One” and the other “Channel Two.” Both conveyed similar content, while Channel Two was more culture-oriented and sometimes presented films from the West, which were not shown in cinemas. In December 1981 Poles learned about the introduction of martial law via television. For the authorities, an important advantage of the television broadcast was the lack of access of Polish viewers to the broadcast of western TV stations, while on the radio one could listen to

Radio Free Europe, Voice of America, and Radio Luxembourg. They were drowned out, but usually not very effectively.

Another dream of Poles during Communist times was a passport. Without it, you could not travel to the West. There had never been a question of excess in this context. Passports were the property of the Polish People's Republic. We were only their users and after each trip we had to return them to the appropriate office. Besides, most of us had to consider the refusal of permission to leave. I think I was lucky because I only received such a refusal twice, in 1975 and in 1978 — and the 1970s were the most liberal period in this respect. The passport could be obtained not only on the basis of an invitation from family or friends abroad, but also by showing that you had the proper amount of foreign currency in your own bank account. Before leaving, you were allowed to buy USD 10 at the official low rate — and that was half a salary!

These trips were often of a commercial nature, in line with the then economic strategy of the Polish authorities. Many people, especially young people, went to the West to work. Earned money was often invested later in Poland — in apartments and their equipping, in cars, household goods, or deposited in bank accounts. All this supported the economy. In some countries, Polish students received work permits for the holiday period without any problems, so they worked legally and paid taxes there. Returning to Poland they brought what was there in excess, and what was lacking here — electronics, pop-music CDs, fashionable clothes, but also coffee, chocolate, cigarettes and — above all — savings. Some of these products entered the gray or black market. But it was also at that time that used cars started to be imported from the West, which then suffered from an excess of them. Their low prices abroad finally allowed Poles to make their dreams come true and buy their own vehicle, which at the time was another symbol of social status.

However, the most serious of the many shortages on the Polish market, whose consequences ultimately led to the collapse of the socialist system in Poland, were restrictions on access to food, especially meat products. There were attempts to solve this problem in several different ways. In the post-war years 1945-53, ration cards were introduced; they reappeared in 1976 (“sugar cards”) and were finally withdrawn only in 1989. In the meantime, the “meatless day” was introduced, on which meat and meat products were not sold. This also applied to the food served in restaurants. For a long period this day was Monday, then Wednesday. Another way of fighting the excessive — as the authorities believed — demand for meat were price increases, as much as 100 percent. This finally led to successive social protests in 1956, 1970, and 1976.

The demands of strikers in Gdańsk in 1980 included two points referring to full access to food (including the introduction of ration cards for meat). This problem turned out to be the basic, but also the most

significant, field of conflict between society and the authorities. Food production, which today is one of the symbols of excess, was seen as an area of unmet desires until the end of the Polish People's Republic. A friend, an elderly lady visiting her sister in Brussels, asked her: "Rena, why are you buying only 15 dekagrams of ham when you can buy a whole kilo?"

On the other hand, the goods which were never lacking during the entire period of the PPR were books. Indeed, they could give a sense of excess and widespread availability. The editions were impressive, not only in the case of popular literature, like detective stories and romance novels, but also in the classics, poetry, scientific and philosophical books, and art albums. A collection of short stories by Stefan Zweig *24 godziny z życia kobiety* in 1973 was published by the PWR publishing house in an edition of 60,000 copies. Its bookshelf price was 10 zlotys, while a package of butter (250 g) cost 17.50 zlotys at that time. Two thick volumes of Hegel's *Aesthetics* (PWN, 1964, 3,000 copies) cost 55 zlotys, the equivalent of three packages of butter. But, as it turned out, Hegel's book was published in excess and it was still easy to buy a few years later, while Zweig's stories disappeared from the bookstores fairly quickly.

However, if we talk about an excess of books, we must mention censorship. Ultimately, it was the authorities who decided whether we could read Zweig or Orwell or Solzhenitsyn. In the years 1944-1990 censorship was ubiquitous and without official permission no information could be presented, even something seemingly harmless like notification of the opening of an exhibition, whether in a state museum or a small gallery — not to mention the publication of books, magazines, and articles. Or movies in cinemas. Or broadcasting the texts of songs on the radio. Or exhibiting your own paintings in galleries. Though everyone knew about it, censorship operated quietly. Deletions were to remain unnoticeable. It was not until the late 1980s that this interference began to be recorded in published texts.

Censorship was widely condemned by Polish society not only because of limiting access to current information, but also to ideas, scientific research, culture, art, and journalism. It was the officials who decided which problems we should know about and to what extent. Those that they considered dangerous to the ruling party's program were silenced or removed. The reaction to the presence of censorship, however, was the activity of the opposition, including "underground" publishing houses, which published banned books as well as magazines and leaflets during martial law.

Martial law was introduced in Poland by the decree of the Military Council of National Salvation on December 13, 1981. It was the result of the authorities' failure to cope with the situation that arose after the Solidarity movement was established. Martial law lasted formally until July 22, 1983, but it had a diminishing effect throughout the entire decade of the 1980s. Disappointment with both the standard of

living and the lack of civic freedoms led to mass trips and seeking better living conditions abroad. The universal availability of not only goods and services, but also information, culture, and — last but not least — personal freedom — was certainly not perceived by these emigrants as excess — perhaps rather as a fulfillment of the dream of a decent life. Even if it sometimes turned out to be fiction.

However, for such opinion to change, it was necessary to experience excess first-hand. This happened only in the 1990s when a market economy was introduced in Poland. Its symbol was the *Jarmark Europa* [Europe Fair], initially located at *Stadion Dziesięciolecia* [the 10th-Anniversary Stadium], and then in front of the Palace of Science and Culture, where all types of goods were traded — from Turkish rugs, through German washing powders, to Russian caviar and Vietnamese spring rolls. Was it supposed to look like this? The costs of transformation were high, though not anticipated by the majority of the population. The most important side effect turned out to be unemployment, reaching over 16 percent in 1993. It greatly affected the workers who in the years of the People's Republic of Poland protested against the socialist authorities. I well remember seeing one of them on TV saying: "We did not fight for it. We wanted sausages in stores, not 50 kinds of sausages." Excess ceased to be a dream in Poland.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Nisbet, R., "The Decline and Fall of Social Class", "Pacific Sociological Review" 1959, 2 (1), s. 11-28.
- Packard, V., *The Hidden Persuaders*, New York: Pocket Books, 1975.
- Packard, V., *The Status Seekers*, New York: D. McKay Co., 1959.
- Packard, V., *The Waste Makers*, New York: IG Publishing, 2011.
- Papanek, V., *Design for Human Scale*, New York: Van Nostrand Reinhold Co., 1983.
- Papanek, V., *Design for the Real World*, New York: Pantheon Books, 1972.

Secondary things, or the stories from blankets

Piotr Mikołajczak

When in the second half of the 1980s I went by train on a 300-kilometer expedition to the Różycki bazaar in Warsaw, I felt like a teenage explorer — an adventurer. The purpose of the expedition was a Polish portable cassette player „Kajtek,” just put into production by ZRK Unifra. There was still a shortage of goods in stores, and technical innovations and electronic equipment were particularly sought-after. So it was not easy to hunt “Kajtek” in an electronic store.

I knew that it could be bought at a bazaar, and if so, I chose the biggest one I could hear of. I was not disappointed. In addition to the coveted “Kajtek” in red plastic casing, among a multitude of market stalls, I saw loads of new and highly desired goods at that time: cassette players, vinyl records, cassettes, books (sic!), encyclopedias, electronic watches and stonewashed jeans.

Since then bazaars, street fairs, flea markets, have remained in my consciousness as the land of plenty — as much suspicious as tempting and mysterious, bustling, sparkling with simple, strong emotions. Over the past 30 years bazaars have changed, becoming a grotesque illustration of the transformation: from scarcity to excess. They are still full of objects, but the demand for them has changed, as well as the goods themselves.

Scarcity stimulated crating excessive, often false ideas of things, and fueled the desire to possess them. The modern excess of objects, their easy availability and mass character strip them of the element of temptation, but also shorten their lifespan. Quality goods are widely available in stores, salons and shopping malls. New items sold in bazaars resemble those from „everything-for-two-zlotys” stores selling low-quality Chinese products. You can call them “phantoms of things,” substitute, short-term appearances; they are like a delusion, with a stubborn pretense of quality, shape and function.

I do not go to bazaars anymore to get a coveted thing which cannot be found anywhere else. However, I still go there and experience strong emotions — this time as an observer and seeker of meanings, a designer of things.

In bazaars, markets and flea markets, I am interested in things “with a past”, traumatized, which have been disposed of because they lost practical, economic, status-related and cultural importance. I am interested in things that have lost their relationship with users and have become mere objects, commodities, often just helping to balance the seller’s budget.

I am particularly interested in these unpretentious, somewhat messy collections of ordinary things from a recent past, exhibited on sidewalks. I skip the displays of „collectors,” collectors of antiques, with assortment of beautiful and expensive objects, which mainly tell the story of their material value, but they lack the power to catalyze memories and emotions of their users who are still alive.

For a dozen or so years I have been conducting bazaar observations of things which are on the verge of being rejected and I capture them

in photographs. Landscapes composed of objects arranged on the sidewalk, on fabrics, blankets, or nowadays — more often on sheets of foil — have the power of analogies, metaphors and symbols. “Blankets”, because that is how I refer to these compositions in short, create the frames of the material reality of the recent past. They tell us about the popular culture of trivial things, and maybe only about the material margins of our surroundings. In the photographs depicting “blankets” I record the history of how desires and demand for things devalue, the disappearance of trends and fashions, the history of possessing and discarding things. These landscapes of form and function, framed by blankets, are modern *vanitas*, a commentary on durability and excess of objects.

Blankets house objects with different stories. Sometimes they surprise each other with meanings, complement each other, create stories. You can find devotional items and brutal eroticism lying side by side. Childhood memories and no longer needed electronics bought a few years ago. Worn-out drills and hit movies from a VHS cassette rental. We may say that these are natural compositions, naive compositions, folk compositions.

Sellers who arrange these still lives often use original methods to attract the attention of viewers. They use brightly colored blankets, build a hierarchy of offered objects — from the largest to the smallest, or from the most expensive to the cheapest. Sometimes they put them together deliberately for contrast, they create rhythmical patterns. At other times, they stage genre scenes or gaudy jokes.

Sometimes it is a careless deconstruction, in which buyers also participate by moving objects, taking them in their hands and putting them back. From the diversity of things, we pick stories which are interesting to us, or they pick us. Each of us notices them according to our own criteria.

However, there are categories of objects which appeal to many. For example, the things which are associated with the past and have sentimental value; their forms evoke memories from the time when we had a given object or wanted to have it. We recreate in our mind the settings, people, emotions, sceneries in which it appeared. This category includes toys, books, comic books, records, instruments, or once valuable electronic devices.

Another group comprises practical objects — those which may come in handy, or those which we really need. These are practical construction tools, plugs, cables, chargers, electronic equipment that we once thought could be useful, or maybe we need it for spare parts for our broken copy.

Another reason which makes us look at „blankets” are collection frenzies. For various reasons we create collections, we want to complement, close the whole, give meaning, control the collection, save things. Here you can find once commonly collected postcards, coins, medals, postage stamps, chewing gum wrapping, but also more sophisticated

collectibles, such as watches, cameras, old toys or recently fashionable souvenirs from the People's Republic of Poland.

A separate category are “bargains”, i.e., items which someone wants to get rid of for little money, perhaps not knowing their real value. Expert knowledge makes us feel like hunters, or as if we have just found the missing link in the evolution, when we can get for pennies an object of much higher value.

There are, of course, many more reasons to bend over blankets. We choose things on the basis of their features, the offers made to us, and according to our predispositions, cultural background, competence, perception capacity, needs, desires, values, sentimental feelings, leitmotives.¹

Things end up on blankets because they are no longer needed, they have been abandoned, sold for pennies, maybe stolen, and finally replaced by newer, better, faster and more beautiful ones. Blanket compositions consist of orphaned things that have lost their intimate relationships with users and once again have become only objects, a commodity.

Objects, or more precisely — products, are created as a result of the implementation of design and production process, which is a response to a specific problem or need. However, it is only us, the users, who transform the crated products into things by giving them meanings during use, and even before it, when we want things and project on them our expectations concerning their possession.

We say that they are clever, attractive, trustworthy, we equip them with human qualities; they arouse memories in us, we get attached to them, we rejoice over them, we would be vulnerable without them and we could do much less. We identify ourselves and we show our attitude to the world through things. Without these meanings, without the connection between objects and users, goods become only carriers of simple utility or aesthetic values. We need each other. Objects need us to become things, and we need them to be more human.

There are many definitions of what “things” are, but here I would like to limit myself to only one of them. Remo Bodei in the book *The Life of Things* writes about the origins of the term „thing” and that none of the expressions: *pragma*, *res*, *causa*, or *die Sache* refers only to objects, but each refers to logic, reasoning, *praxis* and human relations.²

Thus, “thing” is a term much wider than “object” (*oggetto*, *objectum*, *Gegenstand*). The objects refers to something concrete, physical and tangible. The thing is rather a combination of correlations in which we are included. Let us assume then that “things” are objects that are

1 See: Marek Krajewski „*Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*” in: *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Olsztyn: Colloquia Humaniorum, 2008, 137-138.

2 See: Remo Bodei, *The Life of Things*, [pol. *O życiu rzeczy*, Łódź: Przypis, 2016, 34].

in relations with the user, endowed with his emotions and related to the history of his life.

The sales system, driven by marketing and advertising, encourages short-term contact with objects. Sometimes we are even obliged to quickly change phones, cameras, cameras, computers, cars and other devices with which we interact closely. We are encouraged not to get used to things. Excess of objects weakens relationships between things and users. Perhaps we live in times of an excess of objects and a shortage of things: in the situation when design lack of time and predisposition in objects to become things.

Usually, a single object has the potential to become many different things. It offers a range of subtle applications, functions, meanings, of which only a few will be chosen by a particular user. So the same object can be different things, depending on what relationship it enters into with the user, what the user sees in the object, what makes him reach for it.

Coming back to blankets, to things which have become objects once again, with the history of encounters with users which is secretly inscribed in them, let us consider many offers made by objects. Let us take an old-fashioned mobile phone, the one with an antenna, say, some Nokia, Ericsson or Bosch.

This device can be a sentimental memory of the first mobile phone that we have had, and it will be placed on a shelf or in a drawer, so that from time to time we can come back to the good old times. Perhaps, its form still gives the impression of a solidly constructed device with shapely proportions, and the lines forming its shape can be inspirational. The same phone for a younger user will be a hipster gadget, with which, surprisingly, you can still make calls and write text messages, while demonstrating a diversion from omnipotent, but also suspicious smartphones. Someone else can appreciate the small size of the mobile which makes it easily fit in any pocket, the possibility to easily exchange the battery which „holds” for a very long time. For yet another person, such a mobile will be a spare parts donor for the phone which is still in use. I also heard a man practicing martial arts say, that such a phone with an antenna would be a great self-defense tool. then, this acquaintance of mine made the right gesture, demonstrating how to hit the opponent in a sensitive spot with this antenna.

The same is true in terms of the lifespan of things. The same object over several decades of its existence — in the context of crating different relationships with the owner — may become several things to one person. It depends on our biography, intellectual and emotional development, education, and, hence, the hierarchy of goals and emotional needs.

Perhaps, therefore, the excess of objects deprives us of the possibility of building long-term relationships with things; perhaps, it affects the weakening of our sense of identity, stability and certainty. Perhaps, currently mass-produced objects by planned obsolescence, do not give

a chance to develop relationships that can connect the thing and its user, do not allow emotions to survive, do not give time for reflection. However, there are still things that make it possible. These include various personal, “primitive” little things, such as: a good quality pocket knife, a lighter or other objects which require contact with the owner’s hand, the functions of which have not yet been taken over by smartphone applications.

Individual objects make their promises; when gathered in groups and arranged on blankets they create melancholy landscapes which force us to reflect on the needs of people, the production of things, their actuality and quantity. Maybe this is their function? In addition to a little extra money that the seller will earn, and the fact that sometimes some treasure will be found among them, they are to stimulate people to think about things in a different way. People give things practical, emotional meanings, they associate them with memories. In the density of these meanings, the interest in the origin of things and the inspirations that led to their form is often overlooked.

It happens that designers, acting in the realities of the profession and having clear guidelines from the marketing or manufacturers, do not spend time building the meanings of things, their symbolism; they do not reflect on how things will affect the sensitivity and identity of users. It may be worthwhile to take a walk among blankets, among the excess of objects, and think about it. Among the seemingly insignificant things, you can find many meanings and learn about our relationships with things more than from the latest trendbooks.

In addition to aesthetic and compositional qualities, in my photographs I capture landscapes of past things, trivial, imperceptible, yet filling the spaces between people, creating the material background of the culture of things.

For over a dozen years of observation and documenting “blanket” composition, I have not found too many “Kajtek” cassette players. One of them was broken, and the asking price for the second was absurdly high. I think their owners have a similarly sentimental attitude to their copies, or maybe they were not produced in excess. Apart from the taste of memories and special circumstances of obtaining this “Polish Walkman,” „Kajtek” did not deserve any special attention. It was powered by four AA batteries, which it drained very quickly; the sound quality left much to be desired; compared to the Japanese equivalent, the device was poor — no radio, no equalizer, no auto-reverse, winding cassettes in one direction only, casing of low quality plastic. And yet, it is in one of the boxes which I like to unpack, take it out and switch black buttons on and off from time to time. I have the impression that objects from the present times — times of excess — may not live to meet with such attention.

However, I am ready to verify this impression when I read *Kartki z dziennika* by Stefan Chwin, a writer from Gdańsk. He writes:

”What is so strange about the fact that there are days when, in my mind’s eye, I see the flea market on Długie Pobrzeże — what it will look like in a hundred or two hundred years. On the stalls, a Panasonic stereo radio with a pierced loudspeaker, a white empty plastic bottle of Palmolive shampoo, a Gillette safety razor with three rusty blades, a well-preserved gold Żywiec beer can, a tinder-dry Fa soap bar, a portable Philips TV with the screen like a blind eye, Snickers bar wrapping, women’s snakeskin shoes with square heels, a watch by Omega which does not exist since 2035, a Sony metal alarm clock with a frozen hand. And all these things that surround us today, all these things without beauty, yet not touched by the dark wing of time, immersed in the glittering present, things over which today our eye slips without emotion, in this Persian flea market someone takes in his hands and looks at with tenderness and even admiration, considering in his mind the price he is willing to pay to get possession of them.”³

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Bodei, R., *The Life of Things*, trans. M. Baca, New York: Fordham University Press, 2015 [ed. pol., *O życiu rzeczy*, tłum. A. Bielak, Łódź: Przypis, 2016].
Chwin, S., *Kartki z dziennika*, Gdańsk: Wydawnictwo „Tytuł”, 2004.
Krajewski, M., *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, w: *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Olsztyn: Colloquia Humaniorum, 2008.

3 Stefan Chwin, *Kartki z dziennika*, Gdańsk: Wydawnictwo „Tytuł”, 2004.

13m² — minimalism of needs

Szymon Hanczar

“A man is rich in proportion to the number of things which he can afford to let alone.”

Henry David Thoreau

In 2008, for the first time in the history of our planet, the number of people living in cities exceeded the number of rural residents. This means that the world has entered the era of urbanization. In Poland, 60.2 percent of the population now lives in cities,¹ and it is expected that by 2050 this figure will reach 70 percent. The changes taking place have an impact on all spheres of life, and thus pose a great challenge to urban planners, architects, designers, and sociologists. Although numerous studies show that many cities are becoming depopulated, this movement is directed not to villages but to larger urban centers developing with increased strength. As we know from economics, demand affects price increases.

Prices in big cities are high and they will be even higher, while the space for building development is shrinking. This is the reason for the increased popularity of mini-apartments, which offer all the comforts of living in a tiny space at a relatively low price. Micro-housing projects have only recently been created in many Polish cities, but they are very popular abroad. I came across this type of architectural project for the first time in Germany in the late '90s. Now I know that what aroused my great interest at that time was not a novelty in many large urban areas around the world.

In 2008 — the same year in which the population of cities exceeded the population of villages — I launched the project 13m, which I managed to finalize a year later. For my design intervention, I chose a small space in a pre-war tenement house in the Nadodrze district of Wrocław, which had enjoyed popularity for several years. The apartment of 220 x 320 x 620 cm, the height of which was greater than the width, had all the necessary systems for the installation of a residential unit. The greatest advantage was its height, which made a mezzanine possible. Below, there was a bathroom, a wardrobe, and an extremely small kitchenette, and above, a bedroom area of more than 4 m².

Locating the sleeping space on a different level from the other functional areas separated the bedroom from them. The apartment had all the functionality of an ordinary apartment but in a much smaller space. There is a complete bathroom with a shower, a wardrobe with a washing machine fitted in, a small kitchenette, and basic furniture. All this guarantees the user the fulfillment of basic functions such as hygiene, overnight stay, preparation of simple meals, and storage of personal belongings. As the space in the apartment was small, it was more like a hotel room than a home. In 2009, at about the same time I was finishing my work on 13m, Anna Mularczyk-Meyer's blog (prostyblog.com) was created.

1 As of December 2016, data of the Central Statistical Office.

Its author deals with broadly defined minimalism — that is, limiting the possession of objects. She has published two books on minimalism. Other people who profess life asceticism are Orest Tabaka from Poland and the American Leo Babauta. Both are orthodox in terms of limiting their possessions, they own only several dozen items, including things like clothing, keys, and a telephone. This extreme lifestyle approach is all the more surprising in that it affects people from the wealthier parts of the world where consumerism is strong, but they still find many followers. Though it is very difficult, I try not to accumulate objects in excess and I find that the task of paring down to just a few dozen items requires primarily mental preparation. I prefer, I explain to myself, to find healthy moderation in minimalism.

My interest in living in a small space was the result not so much of a conscious reduction of objects as the need to have my own living space, whatever that might be. This need was determined by a sequence of housing travail, typical of people graduating from university in poor financial condition and, therefore, unable to afford their own housing. For a few years I stayed at my friends' houses, which was more like authorized squatting — sleeping on a leather sofa and storing personal belongings in bags — than a real flat giving a sense of comfort and rest from everyday duties. Staying at somebody else's apartment is a test of mutual relations. It also made me aware of the basic needs that should be satisfied in a living space.

What is most interesting, the metric area did not play a key role at this moment, in accordance with the maxim that “a bird in the hand is better than two in the bush.” I also noticed that I had several boxes that accompanied me through several relocations, which I did not look into at all. I did not even know what was inside them. I probably could have got rid of them and not have felt a loss. Minimalism found me. I never parted with a bag with a small number of clothes and a vanity case that I always had in my car. The sense of security and privacy the car gave me is the worst memory of this period. This was my Home, where I could decide myself who to share this space with at all times, with control over everything.

I wanted to transfer this feeling to a real interior living space. That is how I started looking for a small unit. I did not think it necessary that the space be of at least medium size. However, as you know, the more you have, the more you want. I lived for a year and a half in 13 m². The small area of the apartment perfectly disciplines the owner, weans you from the uncontrolled acquisition and gathering of objects. It teaches you to verify what is valuable, what is actually useful, and what will be just a ball and chain. For me, such problematic objects turned out to be books, as it is difficult to abstain from acquiring them, and there is no question of throwing them away. I honestly believe, however, according to the ideology of the above-mentioned minimalists, that the limitation of objects is not only the cleansing of the surroundings and interior, but also of life.

Fewer objects mean less worries, fewer duties, more time. It reminds me of being on the road, with a small suitcase in your hand without many everyday duties.

However, I would be careful in over-estimating micro-flats. This is not the perfect solution and definitely not for everyone. The decision to live in such a limited space should be made consciously and also as a temporary solution, not a goal. This solution is certainly attractive and recommendable for people who spend most of the day away from home, treating it as overnight shelter. As part of the project, I conducted numerous conversations with people living in such spaces and they confirmed my experience that it was great for a time, as an ad hoc solution, as an urban shelter.

One occupant, when asked if such a space compels self-discipline, replied: "When I was alone, it forced me to organize and I felt OK. However, when two people appeared, it was impossible. We were choking at this moment. I think such an apartment, at least in my case, is rather for a bachelor, for a single person." Another tenant decided to live in a small area with his partner, from whom he finally parted. Many months later he commented: "At the beginning it was ok, it was fun, but after some time there was a shortage of space for us... We had our quarrels and we both wanted to have our own piece of space, and this apartment did not have it. We were always forced to look at each other. Later, it started to overwhelm us mentally." Small space polarizes the relations between users in a direction not always in line with their expectations.

You can have enough even of yourself in a small space. A young woman summarized her memories with an apartment of 13 m² in this way: "It was definitely something that reminds me of the word 'intimate.' When there is more space, you can sometimes get away even from yourself, but here sometimes I could stumble over myself, especially when I had a worse time."

Interviews conducted with people living in small-scale spaces, as well as collecting research materials, confirmed my assumption regarding who could benefit from living in such spaces and who would not. Small apartments should be primarily of interest to single people, for whom the flat can be storage space and a hostel. Living in a limited space forces you to be self-disciplined. The applied design solutions should facilitate the maintenance of order in the apartment by their functionality. One of the residents compared 13 m² to a submarine on which everything has its place and all free space is used effectively. Both he and the others stated that they were convinced to live in thirteen square meters by the unit's aesthetics and functionality. This is proof that they were able to sacrifice so-called comfortable space for functional solutions that have influenced the comfort of use, living, and life. Thus, not only the need for shelter is important, but even more important, the aesthetically functional qualities of the space.

Interest in mini-apartments or mini-studios is not diminishing. Particularly in Poland over the last five years, many development investments have been made based on small residential solutions. For users, this creates opportunities for their own accommodation for less money. However, it involves many compromises, including living alone, spending more time away from home but, above all, abstaining from excess objects. The development of technology in the last two decades proves that we are able to satisfy more and more of our needs on a personal computer or even a telephone. Digitized data is stored in clouds to have easier access to that information from anywhere. The development of the sharing economy frees us from the necessity of owning products, at the same time offering the comfort of access to the latest or various goods. So, in what direction will mini-housing develop?

Translated by Barbara Leszczyńska

**More or less
How does minimalism
change industrial
production?**

Agata Nowotny

Excess

It is not necessary to convince anyone that we live in a world of excess and overproduction. The experience of excess is the everyday experience of people in Western civilization and developed countries. You do not need scientific research or social campaigns to say that we have just too many things. And as a consequence, there is a real problem with their organization, maintenance, storage, and transfer, both on a global scale (state policies) and at the individual level. In other words, states, organizations, corporations, as well as each of us are forced every day to optimize space, change behavior (limit the consumption and production of material goods), and look for alternatives to the old ways of producing and collecting waste.

The individual level is undoubtedly interesting and multithreaded: today we are witnessing the emergence of not only new behavior, but also unprecedented health conditions and mental disorders related to the compulsion to buy things, the inability to throw away the old, and helplessness with the flood of material goods. In response, therapies, tools, and guidebooks are created for people suffering from these civilization-related diseases. Books are created in the style of those published by Japanese author Marie Kondo¹ telling readers how to make and keep order among the things they have at home, how not to clutter up their apartment, and how to select and get rid of things. There are also many programs encouraging consumer abstinence, limiting consumption, and taking control over the matter.

As a result, on the wave of new needs and a certain change in the consumer paradigm, new trends are emerging, such as consumer minimalism. One of the iconic figures of this movement is Joshua Millburn, who in 2009 with Rayan Nicodemus, his friend and now a partner in the Minimalists project, decided to organize the things that vexed him.² In 21 days, he got rid of the things that took up space and overwhelmed him. What began as a common friendly life adventure is today a thriving duo traveling around the United States with advice and inspiration on how to declutter not just homes, but lives. Because, as the minimalists claim, things take up space not only physically but mentally, giving only an illusion of happiness or freedom, and in fact taking up the space of what is important.

In Poland for several years, there has been increased public interest in the subject of minimalism and lifestyle, consisting in the conscious reduction of consumption. In 2014, Marta Sapała published a book under the significant title. *Mniej. Intymny portret zakupy Polaków*

1 Marie Kondo, *Magia sprzątanía. Japońska sztuka porządkowania i organizacji*, Warsaw: Wydawnictwo MUZA SA, 2017.

2 See: www.theminimalists.com. You can learn more about the pair of minimalists from the documentary *Minimalism. A Documentary About Important Things* directed by Matt D'Avella (2016) and from the book by J. Wallman *Rzeczozmęczenie. Jak żyć pełniej posiadając mniej* translated by K. Dudzik, Kraków: Wydawnictwo Isignis, 2017.

(*Less. The intimate shopping portrait of Poles*),³ a reporter's record of a one-year experiment in limiting consumption to the necessary minimum. Sapala's book is valuable as it focuses on Polish reality; minimalism in Poland looks somewhat different than in Western Europe or in the United States. During the many years of political transformation, we were willing as a society to interpret excess as something valuable. After years of shortages and deprivation leaving us without access to many goods — often quite basic, like toilet paper and some food products — having a wide range of stores brought positive feelings, it was something attractive and desirable.

However, what interests me most is the global dimension of consumer changes related to the need to limit consumption, as well as the effects observable in market mechanisms.

Research shows that 99 percent of the things we buy are thrown away within six months.⁴ From an individual perspective, it follows that we have too many things and that we do not need the things we have. They have other than practical functions. From a global perspective, most production is not only unnecessary, but harmful.

Other studies have shown that an average car is not used 95 percent of the time.⁵ Research on the use of cars in the United States — the country which probably has the highest rate of cars per capita — showed that 25 percent of residents owning two garages have no space to park their cars.⁶ The garages are filled with things that do not fit in their houses. This is happening in the society with the highest mobility in the world — Americans move on average 11 times in their lives.⁷ It is known, however, that relocations encourage the organization and segregation of belongings and the discarding of unnecessary items. Nevertheless, Americans are still drowning in things. That is why every tenth American has to rent space to store their possessions. In the United States, therefore, storage services thrive.

3 **Marta Sapala, *Mniej. Intymny portret zakupowy Polaków*, Warszawa: Grupa Wydawnicza Relacja, 2014.**

4 **Data based on statistics published at <http://www.theworldcounts.com/>.**

5 **Although car use studies are conducted in different countries and regions of the world, they have invariably shown for many years that the period when a car is parked (unused) varies between 92 and 96 percent of the time of ownership. Research in this field was carried out both in the United States (see the studies of Prof. Donald Shoupa, UCLA, CA), in Great Britain and in the European Union. It is clear from them that the least rational system of using cars is the private transport model.**

6 **From a study by the US Department of Energy quoted by Joshua Becker, the author of the bestseller *The More of Less*, on his website www.becomingminimalist.com. He publishes there advice on not only how to deal with excess things and declutter, but even how to change consumption habits and learn how to learn de-owning.**

7 **Gallup research from 2013 shows that 24 percent of Americans have moved in the last 5 years.**

Similar experiences with a surfeit of things are shown by British research. Research conducted by a British toy manufacturer suggests that average English 10-year-olds have 238 toys, but they play with no more than twelve per day.⁸ What happens to the other 226? They lie or stand unused, forgotten, unnecessary. They take up space, collect dust, and then become rubbish. Energy, time, and money have been used for their production, which bears a specific environmental cost, measured in the so-called ecological footprint. Do average parents think about this when buying another toy? No. And they will not consider this until there are effective strategies to encourage and facilitate the change in deep-seated habits. We need new patterns of fun as a society.

Manufacturers do not yet routinely think about the need to encourage or create new habits. Therefore, in this text I focus on showing some examples of business strategies pointing in new directions, testing new market mechanisms aimed at reducing the production of material goods while maintaining profitability and viability.

What would happen if...

So how can a company sell less and not more products? How can a manufacturer who produces less and not more things be able to survive on the market? What would happen if consumers stopped buying things? If we focus on the verb — buying activities — we can ask how consumers can secure possession of things other than by buying them, or how they can use things without owning them. Going further along this line of thinking, let us ask what would happen if we looked for alternatives to the noun used in the question — namely, what can replace those very things bought today so eagerly by many consumers and is this really possible. If not things, what could people buy or pay for? For services allowing the use of objects and devices, for solutions, for experiences?

The world of simple material products is becoming a thing of the past, and the market increasingly requires a change in business models to consider services rather than the mere production of material objects.

The question that appears in the subtitle: “What would happen if ...?” is not simply a rhetorical device. It is inspiration for the tools and the methods that conceptualize speculative design. Although it does not rely on existing worlds or does not directly predict the future or trends, it raises questions that stimulate imagination and speculation. By asking these types of questions, we can search for unusual answers and imagine possible scenarios for the future. Let us see how this can be tested in practice.

8 Research carried out for the toy manufacturer Dream Town, quoted by Joshua Becker: <https://www.becomingminimalist.com/clutter-stats/>.

How do materials change products? The material revolution and the bottom-up shaping of the product

What would happen if things did not break and you did not have to repair or dispose of them, replacing them with new ones?

If we are used to thinking about products as things that first arise as a specific vision and are then built from a suitable material that fits this vision, it is time to reverse this way of thinking.

We are now witnessing a material revolution. If you cannot see this with the naked eye, the reason is that it is a grassroots revolution. It is a time of experimentation with materials and searching for real applications in the world of objects. In other words: increasingly new products are created as the implementation and embodiment of some new material, rather than the material being created in order to realize the vision of an object.

Our world is beginning to resemble one large laboratory. Interdisciplinary research conducted in many places around the world, but especially in development centers such as in the Netherlands or at MIT in the US, is accelerating the development of new products, which in turn blurs the difference between what is a product and what is a service.

An example is bio-concrete invented by Dutch scientist Hendrik Marius Jonkers.⁹ Due to the bacteria that live in this concrete, it has the ability to self-repair. Concrete is a cheap and widely used material but, when it cracks, the cavities are difficult to fill. A material that has properties identical to concrete and looks similar but is capable of self-repair, not only saves the resources, time, and money that repair would require. Above all, it turns upside down the current system of production, construction, and potential repairs. Today, this material is still in the implementation and testing phase, but the construction industry should start wondering how it will be affected by its commercialization.

A similar example is the self-repairing glass that was accidentally invented by a University of Tokyo student.¹⁰ High temperatures are not necessary — it is enough to just hold the cracked material in your hand to fix it. Today, iPhone glass repair in Poland costs more than 700 PLN at an authorized Apple brand store. It does not take much imagination to know that this type of invention can revolutionize the smartphone and electronic device markets and impose completely different services and business models on manufacturers.

In addition to the ability to self-regenerate, new materials and the objects created from them can also grow — just like plants. More and

9 See: [www.http://biobeton.info/](http://biobeton.info/).

10 The inventor is the University of Tokyo student Yu Yanagisawa, who under the supervision of Prof. Takuzo Aida was looking for a formula for a new type of glue. He accidentally invented a substance that has self-healing properties. The results were published in Science: <http://science.sciencemag.org/content/early/2017/12/13/science.aam7588.full0>, date of access 14/12/2017.

more experiments in growing materials (such as fungi, bacterial cultures, algae, etc.) lead us to rethink business models. Let us take a chair for which you have to use material (generating waste), energy and money. Then you have to transport it to the store and then to the final customer. Reishi mycelium, a still experimental material from which the seat of the stool designed by Marek Głogowski was grown, completely changes the character of things. The stool — quite typical in appearance — becomes a completely different object in the social circulation of things, if we can literally grow it ourselves at home. The nature of the product changes — we buy a recipe and raw materials, not a finished product. The role of designers changes: they become creators of a system and a use, not just of the final object. The traditional role of the manufacturer changes or even disappears. Finally, the level of pollution generated by the traditional production of furniture decreases: there is no waste from production, the material is 100-percent natural and decomposable.

Although growing furniture and clothes are still in the experimental phase, the underlying idea and the requisite creative infrastructure are becoming increasingly real, bringing us closer to a radical change in the paradigm of the capitalist market.

The revolution taking place before our eyes can be seen more clearly in the example of 3D printing, which also blurs the boundaries between the traditional understanding of products, materials, technologies, and services. Are the instructions for making a 3D printer and tips on the right filaments to use more a service or a product? What is the role of the manufacturer in the situation where the equipment to create a product, at least in theory, anyone can build themselves?

What can be sold instead of products? New consumer needs and the strategies of manufacturers

In addition to the materials and technologies that are turning upside down the current system and the division into manufacturers, designers and consumers, the next bottom-up factor changing the production landscape is consumer behavior — people willing to pay for ... well — for what? For having things, or their use or experience associated with them?

What we are willing to pay for as consumers is more and more often experience and use, and less and less frequently possession. This is influenced by environmental awareness but also by very prosaic factors associated with the mode of living, increasingly mobile and changeable. Along with a change in environment and the stage of life, our needs change. It is no wonder that consumer convenience suggests that the point is to use things, and not necessarily have exclusive rights to them. Many manufacturers already know this and are efficiently responding to the new needs. Let us look at selected strategies.

Car production is one of the most traditional markets, so it would seem to be a perfect example of a traditional product. It is material,

tangible, manufactured in a factory, purchased, and used. What would happen, however, if the car manufacturer, who in the traditional model earns revenue from their sale, did not sell cars? What can he offer in return?

Examples are provided by leading brands such as Mercedes and BMW, but also by new players in the automotive market such as Google Car. Mercedes is selling fewer and fewer cars. It is a fact. At the same time, it has not lost its leading position. How is this possible? Well, it is dynamically experimenting with new business models. An increasing share of profits is coming not so much from the sale of products but from services. One of them, well rooted in the company's model, is Car2Go, a car rental service by the hour.

The company started experiments with this service in Ulm in 2008. After the test phase, it gradually broadened its scope until last year it became the largest car-sharing network (i.e., providing cars on a social basis). What does this mean and how is it different from a typical car rental company? You can access the car rental service through an application, rather than an office. Everything is done online. Users are charged using a pay-per-use model, that is, on a per-minute basis, although hourly and daily tariffs are also possible. The whole undertaking is not about the car as a product, but about the service. Being aware of this, Mercedes is strongly focusing on the development of services and the study of what is called urban mobility, and not the narrowly understood car market. How people move around the city and what they need is a much broader issue than the production of cars, understood as a specific set of parts that allow movement.

This is also understood by the BMW Group, whose competitive service until recently has been BMW Drive. It works very much like Car2go. Surprisingly, instead of fighting for first place in the car-sharing market, both leaders (Daimler and BMW) are planning to merge car-sharing networks into one company in 2018. They realize that they are not the biggest competitor for one another; that is instead Uber and other technological companies, providing users with services and experience more than products.

It seems that Daimler understood very well that to stay in the market it must invest in services. This is also evident in other activities. Recently, new spaces under the Mercedes Me brand have been emerging in European metropolises and around the world. It is a combination of a showroom (car dealer), a shop, and a cafe or restaurant. You can go there for a business meeting, work, or ask for car-related advice. The hybrid space reinforces the image of the brand, providing users with not so much products, as an excellent experience. Similarly, the Mercedes Station operated in Warsaw for several seasons as a place for meetings, performances, discussions, a café, and at the same time an outdoor brand showroom. It is no secret that in creating such places Mercedes is inspired by the precursor of the retail revolution — Apple. From the launch of its first salon in 2001, Apple

has said that it is not about selling, but branding. That is why their sellers are not called sales assistants, but product geniuses — their task is not to sell (they are not even tracked for it), but to provide information, advise customers, and uncover the secrets of technology for customers in such a way as to arouse positive associations and curiosity in them. Apple rightly assumes that interested, well-served people, will sell themselves. Hence the accent on product geniuses, not sellers. Interestingly, Mercedes calls its customer service employees concierges, not sellers. Their task is similar — to encourage, to arouse interest, not necessarily to sell.

Another example from the automotive market is Waymo, the Google Car manufacturer. Surprisingly, this is not a car brand but a technology company. It claims its mission is to ensure safety in self-driving cars, not the production or sale of the vehicles. Waymo, in cooperation with Google, is responsible for the self-driving car, the so-called Google Car. From May 2018, every Phoenix, Arizona, resident will have the opportunity to take a test drive in this car. The question of whether Google Car is a product or service remains open.

Examples from the automotive market show how complicated is now the separation into manufacturers and service providers, and that the market is moving towards increasingly intangible solutions, focusing on the customer's experience.

Experimenting with new models of service and sales may, however, end in failure. A company that produces soap dispensers sought to change its operating model and developed a strategy with advice from McKinsey consultants. The idea was simple: instead of selling what they manufactured, they wanted to keep on refilling the soap dispensers they would give away for free. In order for the system to work efficiently, it was necessary to install sensors in the dispensers that recorded consumption and informed in advance about the need to refill. The entire system was to be automated and operated based on real consumption and soap demand (a so-called consumption-based model). During the tests, it turned out that adding sensors and maintaining technology would be too expensive and unprofitable. This shows that more and more production companies see the need to change their business model, but it is still not clear to them what new models based on actual consumption should look like.

How the model should look depends, of course, on what you trade and what you sell. The last example worth discussing here is a product that is a sign of our times — the light-emitting diode (LED). It is not a light bulb because, as the name suggests, a light bulb is an incandescent light source. In contrast, the LED is an electronic device. It can be both a sensor and a transmitter, which radically changes the system of using, selling, manufacturing, and designing it.

Since 2014, the city of Copenhagen in partnership with Cisco has been developing, among other ideas, a street-lighting laboratory (Danish Outdoor Lighting Lab, in short DOLL). The city's goal is to reduce

pollution by reducing the amount of traffic. Cisco provides technological solutions. How do street lamps enter into this? Thanks to the properties of LED light sources, which were installed on one street in the Danish capital, it was possible to connect them via the Internet to an application monitoring parking in the city. The system works simply: sensors installed in streetlights measure the intensity of traffic on the street. Thanks to a connection to the application for the urban parking system, they are able to identify a driver looking for a parking space and to send back information about the nearest available space via the application. Thanks to this, drivers do not drive in circles around the area, they can get to a free space immediately. The system enables a significant reduction in the level of exhaust emissions. Street lamps shine brightly and the only question that may still be asked concerns privacy limits in an Internet-connected city. In the so-called smart city, objects are no longer just innocent objects of urban architecture; they are part of what we call the Internet of Everything.

What instead of selling? Towards alternative models of using material goods and services

“We think our business and personal mobility will change more in the next five years than the last 50,”¹¹ declared Dann Ammann, president of General Motors.

I have described above how certain changes occur at the product-service interface, what the mechanisms of replacing products with services look like, and what challenges await traditional manufacturers. I showed selected examples of how innovative enterprises respond to new, often grassroots, challenges by creating and seeking new business strategies. It seems clear that the effect of these activities is often the limitation of traditional production and the development of intangible solutions in which the customer's experience and the quality of the service are most important.

If we know what new models can replace products and what form the changes may take, let's look at the end, which may be an alternative to well-known, classic sales models.

The new understanding of products, the new properties of the materials from which they arise, the new modes of using them, and the new services guide us towards alternative consumption patterns. Many of them result in a reduction in production and can contribute to reducing the excesses that now surround us, which is the subject of this conference.

Among the noteworthy trends and phenomena are certainly business strategies and models based on payments for the use of a service or product (the principle of use on demand), not ownership. These

11 <https://www.reuters.com/article/us-gm-lyft-investment-idUSKBN0UI1A820160104>.

include all kinds of fees for a minute, hour, day of using a service or unit fees for each use of a given product. Such models are used by the car-sharing platforms described above, but also industries and manufacturers of other tangible goods.

An interesting and much wider phenomenon is what is sometimes called the circular economy or sharing or collaborative consumption.¹² Increasingly often, when designing models for the use of goods or services, it is worth assuming that they will be used not only by individuals, but also by social groups. More and more models assume the sharing of tangible goods by people who only share the fact that they have installed an application.

What conclusions can be drawn by designers? It is certain that their role is changing and with it the scope of competences and the areas of activity. However, a large change is also taking place at the level of values — this is a paradigm shift. The simple, classic capitalist model which is based on producing as much as possible, then selling it for profit, is disappearing. Other values are coming into play. One of them is sustainable development. The task of designers is not so much to design more fully functional objects, but to design things or services that are needed; improving not only the experience or the quality of life of an individual person, but that of the entire community.

One of the most interesting and recent answers to the prevailing excess is the concept and slogan coined by Dr. Jonathan Chapman, calling for emotionally durable design.¹³ Most things are thrown away by us because they break, do not work, or they lose their value. An empathetic perspective that allows the emotional aspect to be considered in a project — attachment to the object — can help reduce the high rotation of things that become so worthless that they transform, literally and figuratively, into rubbish. And since we are talking about rubbish, it is worth mentioning that one of the forecasted professions of the future will be a rubbish designer. This shows that you can deal with excess in a number of ways — counteracting it, minimizing its effects, looking for alternatives, or creatively dealing with its effects. Probably the future scenario will combine these strategies.

Translated by Barbara Leszczyńska

12 In 2014, the term “the sharing economy” was introduced in the Oxford English Dictionary. A good introduction to the subject is the book by Rachel Botsman and Roo Rogers: *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*, New York: HarperCollins, 2010.

13 Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences & Empathy*, Abington, UK: Routledge (Earthscan) , 2005.

Bibliography:

- Chapman, J., *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences & Empathy*. Abington, UK: Routledge (Earthscan), 2005.
- Botsman, R., and R. Rogers, *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*. New York: HarperCollins, 2010.
- Sapała, M., *Mniej. Intymny portret zakupowy Polaków*. Warsaw: Grupa Wydawnicza Relacja, 2014.
- Wallman, J., *Stuffocation. Living More with Less*. London: Penguin Books, 2013
[Polish translation: *Rzeczozmęczenie. Jak żyć pełniej posiadając mniej*. Translated by K. Dudzik. Kraków: Wydawnictwo Isignis, 2017].
- <https://www.becomingminimalist.com/clutter-stats/>
- <https://www.reuters.com/article/us-gm-lyft-investment-idUSKBN0U11A820160104>
- <http://science.sciencemag.org/content/early/2017/12/13/science.aam7588.full>
- www.theminimalists.com

The Shoetopia project — re-evaluating the power relations in production systems

**Zuzanna Gronowicz,
Barbara Motylińska**

This year's Fair Design conference was an opportunity to present our bachelor's degree project "Shoetopia" — a conceptual system for manufacturing urban shoes, which confronts the problem of the unbalanced footwear industry. One of the main goals we set ourselves in it was the fight against excess and waste.

Among other ideas in the project, we refer to the concept of the consumer as a prosumer and try to "smuggle in" higher values, added values, and the concept of the circular economy. The process is described below, as well as our assumptions, solutions, and their applications in a broader context.

Diploma as a manifesto

One of the specific features of student projects is the freedom to choose a subject, an independent search for problems. A degree thesis is the seal of entering the real world of design, somehow defining the candidate as an aspiring designer. Therefore, in addition to our abilities, we wanted to demonstrate the values that are important to us, to present our aspirations and summarize our thoughts. At the same time, excising the unwritten rights to independence from market requirements of student work, we decided to treat this project as a symbolic step outside the safe zone and proven solutions.

Excess

The world is sinking in rubbish. Every day we see news about whales filled with tons of plastic bags and beaches on which the sand is invisible beneath colorful plastic quilts. And we are throwing away more and more quickly — in less than ten years the pace of waste production will double. Such forecasts provoke all the more strongly the imagination as they refer to a near, even tangible future. They also inspire more frequent and more or less dystopian depictions in pop culture. All this encourages the diffusion of awareness that together we must take responsibility for the environment which we are preparing for ourselves and for future generations. As a society and as designers, we can no longer ignore such issues as the carbon footprint of products and waste management. We cannot push them beyond the horizon of our everyday concerns.

The footwear industry seemed to us a great subject to work in due to its scale and complexity, as well as the fact that shoes are an indispensable element of our everyday life. More than 20 billion pairs are produced annually in the world. One shoe can consist of up to thirty different materials, mostly difficult or unsuitable for composting, while the production process of one pair consumes up to 25,000 liters of water. These data not only provoke the imagination, but also help to identify problem areas.

Issues

The issue of environmental impact is multi-layered. In order to address it comprehensively, we first broke it down:

- **Excess:** The phenomenon of overproduction, combined with uneconomical repair, results in frequent replacement and disposal of footwear.
- **Waste:** Most materials from which shoes are currently made are non-degradable petroleum derivatives. Discarded, they remain in the environment for up to a thousand years.
- **Ethics:** Locating production in poor countries (mainly Asia, Africa, and South America) increases worker exploitation.
- **Distribution:** Multi-stage transport — from distant production sites to sales agents and finally to the consumer — significantly increases the carbon footprint of products.

Solution / approach

Our overriding objective was to propose a more ecological footwear production model. We started with an analysis and reorganization of the individual stages of a shoe's lifecycle — from production to disposal. We focused our attention especially on the transport stage, which is often overlooked when the problem is considered from an ecological perspective. That is how, according to the motto “design globally, fabricate locally,” the idea was born to distribute shoes in an intangible form — as a file.

The search for technology that would combine all these issues led us to FDM (fused deposition modelling) 3D printing. We decided that it would give us the opportunity to standardize the material while controlling the properties of the individual structures of the shoe. We also believed that, despite the boom in RepRap (replicating rapid prototype) construction and its ubiquitous availability, the ideas for practical application of this technology as a production method are absent.

Consumer-prosumer?

Thanks to the Internet, free access to knowledge, skills, and technologies is becoming widely available. Fab labs (fabrication laboratories) and makerspaces are being created, giving easy access to modern tools. A huge role in our learning 3D printing, building our own machine and parametric design was played by online communities of technology enthusiasts, selflessly sharing their knowledge and providing advice.

To a certain extent it opened our eyes to the possibility of grassroots movements and inspired us to move towards a more open and inclusive design. Hence the idea of providing users with the possibility of creating their own shoes or at least participating in this process.

We believe that such interaction could build a relationship with the product and, consequently, increase respect for its value.

Added values

But what about those for whom the relationship between a colored shoe and melting glaciers or dying species is too remote to motivate engagement? How can the whole concept include added values — direct benefits for consumers — to tempt them to become prosumers?

The idea of co-production is not new. Furthermore, almost all of us have likely participated in it at least once in our lives, for example, by assembling furniture from IKEA. Such sales models generate a reduction in costs and a lower final price, which is a serious weapon in market competition. At the same time, wanting to maximize the potential of the employed technology, we focused on the potential for personalization, resulting from the uniqueness of production. Applying parametric design, a method of mass customization, we set ourselves the task of improving our shoe in terms of functionality, focusing on its health properties.

An increasingly common human need is also the conscious creation of our individual image through the selection of apparel. That is why we decided to build a wizard that allows for personalization of the appearance and properties of the shoe.

And last but not least, we considered the element of fun. In addition to the colorful and interactive interface of the wizard, we decided to construct the shoe itself in such a way that it could be assembled by the user. It does not require specialist knowledge in the field of shoemaking. And the elements are not permanently connected, so they can be replaced, offering additional functionality (variable color configurations) and prolonged life span.

The *Shoetopia* system

In effect, the resulting design has the form of a parametric model which is integrated with a foot measurement application. An additional option is the Internet wizard for styling your shoe. The elements are combined “push-in” without gluing or sewing, thanks to which the assembly does not require specialist knowledge or equipment. Ultimately, users can create the shoes themselves or find a local contractor by means of the application.

The sole, filled with an openwork structure, can be adapted, for example, for the weight of the wearer or their way of walking, reducing the risk of foot problems and postural conditions. On the other hand, the upper, created by the method of 3D printing on the fabric, is characterized by good breathability properties and the ability to absorb sweat. The materials tested in the prototypes were a starch-based biodegradable filament and cotton. The final form of each pair

of shoes is therefore a fusion of properties resulting from the functionality, optimization for printing, the shape of the foot, and the preferences of the wearer.

Summary

We are aware that such an idealistic approach is slightly utopian, which we even reference in the name. It was intended to show the possibility of a different power relation in production systems. However, we wanted to refine it to such an extent that we could say “yes, it is possible.” However, the publicity and positive reception which the project received went beyond our wildest expectations. The number of people sending us very personal and enthusiastic messages from all over the world, expressing willingness to participate or suggesting further ideas, shows the potential of this type of initiative.

Shoetopia was created in 2017 as a bachelor’s degree project in the Faculty of Design of the Academy of Fine Arts in Warsaw, in the studio of Daniel Zieliński.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

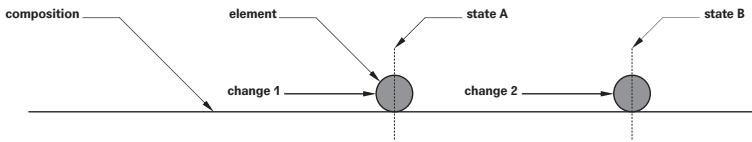
- Hoornweg, D., and Bhada-Tata, P., *What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management*, Washington, DC: World Bank Group, 2012. <http://documents.worldbank.org/curated/en/302341468126264791/pdf/68135-REVISED-What-a-Waste-2012-Final-updated.pdf>
- Pieper, A., *Globalny przemysł obuwniczy w zarysie*. Kraków/Warsaw: Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie, 2015. https://ekonsument.pl/materialy/publ_608_globalny_przemysl_obuwniczy_w_zarysie_net.pdf.
- Gottfridsson, M. and Zhang Y., *Environmental impacts of shoe consumption. Combining product flow analysis with an LCA model for Sweden*. Master’s thesis in Industrial Ecology, Chalmers University of Technology, Göteborg 2015, s.20-23. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/218968/218968.pdf>.
- Andersen, O. et al. “CO2 emissions from the transport of China’s exported goods.” *Energy Policy* 38, no.10 (2010): 5790-5798. <http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2010.05.030>.

Positive feedback

Daniel Zieliński

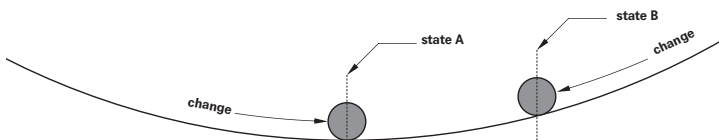
At the outset, I would like to point out that whatever has been written in this text — which is short and maintained in a simplified style — should be treated as subjective reflections, not so much of a theoretician, but a design practitioner. A practitioner also has the right (and even the duty) to reflect sometimes on more general matters, and the results of this reflection should be presented, if only in a limited time and space, in the hope of finding those willing to take up the discourse and jointly consider the matter. Counting on this, I present a thesis that excess (understood as broadly as the conference title should be understood) is a side effect of civilization based on accelerating development. I suggest starting to think about the status of excess from the rudimentary mechanism that provokes the mentioned accelerating development, namely the feedback mechanism.

According to the simplest and shortest definition, feedback is the effect of the final (output) state of an element on its reference (input) state in a variable system. In a non-conjugated system, a change in the state of an element does not cause any regular consequence. Such a system can be visualized with a flat horizontal surface on which a sphere is placed. Shifting it to any place will not cause any reaction in the system.



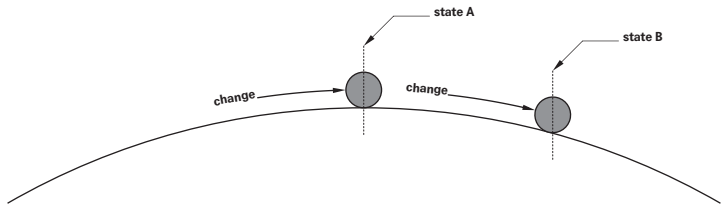
In a conjugated system, there will be a reaction. The feedback theory distinguishes its two basic types:

- Negative feedback, in which a change in an element's state causes a reduction of this change and the return to equilibrium. The negatively conjugated system can be visualized by means of a sphere placed in the center of a concave bowl. Such a sphere, moved in any direction, will aim (as a result of gravity) to return to the place of the original center. Negative feedback is thus reductive and strives for a safe permanent balance.

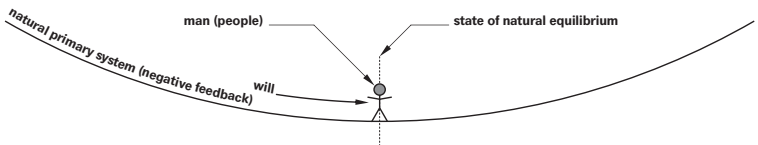


- Positive feedback, in which a change in the state of an element increases the build-up of this change and, consequently, causes the element to drop out of the system. This type of feedback is also easily visualized with the help of a sphere in the center of a bowl, not concave, however, but convex. Even if it is possible to set the sphere in the middle, in a state of perfect balance, then any disturbance of this state will trigger an accelerated movement

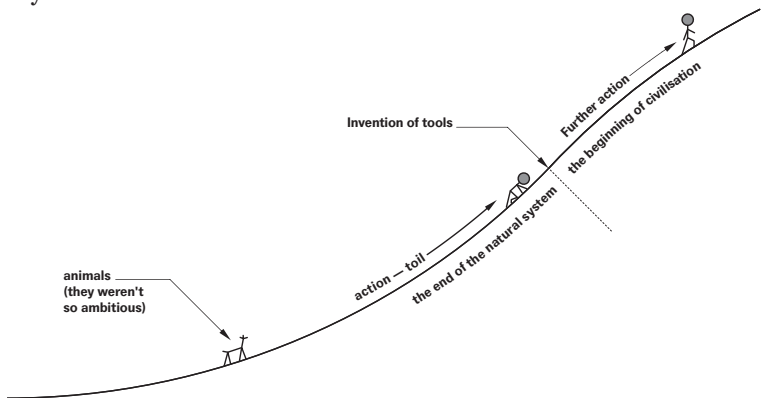
pushing it out of the center. Positive feedback is, therefore, inductive and equilibrium can only be unstable in such a system.



Trying to describe a civilization through the prism of feedback, let us start with the definition of the features of the natural primary system in which man (like other elements of nature) lived in a specific harmony with the environment and undertook only such activities that this environment allowed him. Such a system, according to the preliminary diagnosis, probably functioned on the principle of negative feedback. Therefore, it would be possible to visualize it — in keeping with the above-mentioned illustrations — as follows:

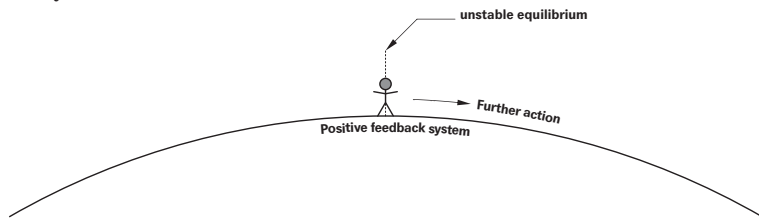


Why was this system disturbed? Well, man (for questionable reasons, perhaps for convenience or perhaps for another inexplicable need) probably felt the need to go beyond the natural system. So, he took actions that (according to the need he felt) disturbed his existence in the equilibrium of the system. The stronger was his will and the more resolute the actions he took, the more nature resisted him due to the negative feedback aspect of the system. However, since man did not cease his efforts despite many defeats, which archeology proves, he managed at some (historically unclear) moment to make a truly groundbreaking discovery which seems trivial today — he invented tools.

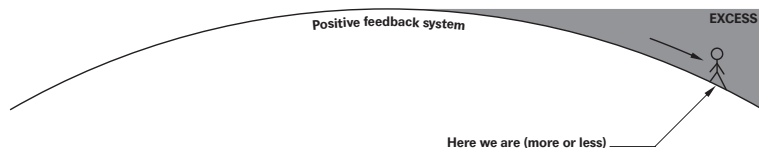


Using them, man could now modify the system or the environment in such a way that it slowly began to lose the characteristics of the

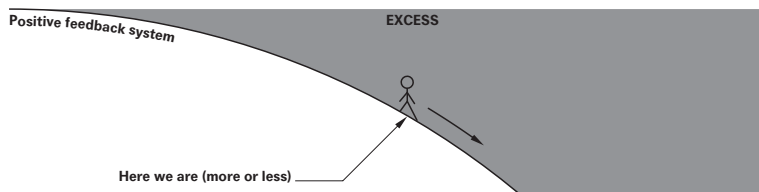
negative feedback. The invention of tools, therefore, initiated a slow change of the self-regulating natural system into an unstable artificial system, that is civilization. Not immediately, however, did the modified system reveal all the features of positive feedback. For a long time, though with less and less effort, man struggled to form his surroundings into the form most comfortable for him. The culmination of the unstable equilibrium between his needs and the possibility of their fulfillment was reached imperceptibly; some speculate that it happened around the middle of the nineteenth century. As a result of the inertia which is natural for each process, man went beyond this system, probably not even noticing that from that moment he stopped formulating the system of the surrounding world, because this world began to push him more and more in the previously defined direction.



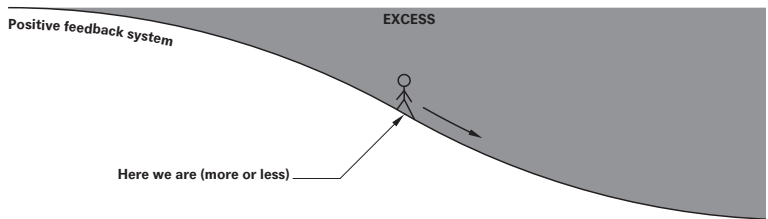
From that moment on, it seems that civilization began to support man more than he would need, while generating more and more supplies of excess, a product that he was no longer able to put to use. At the same time, it pushed him ever more dynamically towards the undiscovered (and, therefore, dangerous) border of his system.



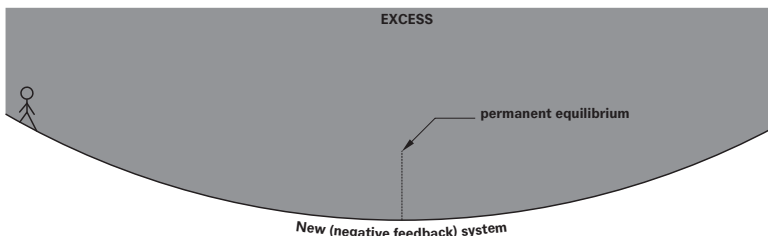
Now we come to the present day, and at the same time to the heart of our (subjective and simplified, as I have mentioned) considerations. Here is a man who is no longer struggling with the system of the world but is pushed by it more and more. Plunged into an elusive sense of comfort, prosperity, and seemingly harmless excess, man begins to speed faster and faster towards the border which is determined not so much by the physical end of the system, but the end determined by the possibilities of conscious control. Here, if we ask the inevitable question — What next? — we can use the foregoing formula of visualization and draft two, or even three, possible scenarios.



The first scenario is a continuation of the march towards an inevitable disaster. This is an attractive scenario, but it is also trivial and unlikely. Admittedly, the civilizational system pulls man more and more strongly (faster, more dynamically), although the direction of this pulling is only roughly (and accidentally, partially) defined, but the possibilities of forming the world are ever greater for man. He can react more powerfully (faster, more dynamically) to what the world — which is still being formed — is offering to him in the shorter and longer terms. The scenario of an inevitable disaster should, therefore, be rejected. Man has natural instinct as well. He sees what is coming and is too clever to fall so thoughtlessly (though impressively) into the abyss of the boundary of the system he has created (or the boundary of his control possibilities). So, if not a disaster, then what?

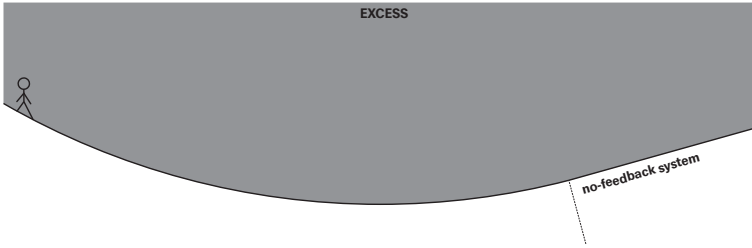


The second scenario is a modification of the system. Since man has and constantly develops the skills of forming the world, instead of sinking into excess, falling into the abyss of the boundary of a positive feedback system, he can easily transform this world. Decelerate what is too fast, use what is in excess, optimize, calibrate, and arrange in such a way that the newly formed world becomes a negative feedback system. At first glance, this is a tempting perspective. It would contain the seeds of a new system, comfortable and, most importantly, self-regulating. It would be a negative feedback system — i.e., the second scenario, the first version.

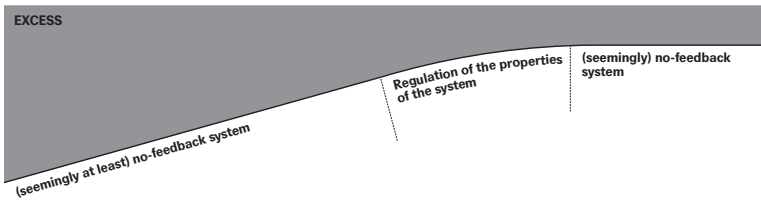


Seemingly, this system looks perfect. Having reached the point of permanent equilibrium, man would wallow in the excess of the previously developed values, without needing to continue working — neither hard, nor lightly. In this system, the world of the civilization formed by him would probably function autonomously, optimizing what is still flawed, reproducing what is accidentally destroyed, creating what has not been created yet. In a word — paradise. But is this not boring? I think so. Such a system would not be suitable for humans in this respect. We probably would not last long in it. Sooner or later,

in the quest to discover or create something new (just as in the case of the original, natural, negative feedback system), he would leave this paradise — which was assumed even in the known holy scriptures — and, thus, create a new (seemingly) no-feedback system — i.e., second scenario, the second version.



Such a system is still an unproven hypothesis. It assumes balancing between positive and negative feedback based on a precisely unknown mechanism. It allows you to follow any defined (fixed or variable) direction and at any defined (also constant or variable) pace. Although this system has not been used so far, it seems possible in view of the historically proven ability to transform the nature of its feedback. To explain more vividly, since man has been able to transform the character of his surroundings from the negative to the positive feedback, in the course of this transformation it had to go through neutral even for a while — non-feedback system. Since he is able to transform this system more and more quickly and efficiently with his ever better tools, he (in theory, at least) should be able to maintain even a labile state of its equilibrium. He should also be able to manage ad hoc the nature of the system, so as to be as free as possible to control both the pace and the direction of development of our civilization. Although, as mentioned above, the detailed mechanisms of managing the features of the seemingly, at least, non-feedback system are not fully (or even partially) known, the graph of the management process itself — to use the previous convention — could look like this:



I admit that I do not know if this graph is accurate. I also do not know if the above convention of description and illustration of the case is relevant. Everyone can settle and develop it for their own purposes and on their own responsibility if they have reached the end of this text. Honestly, I am counting on it, because the matter seems to me quite important.

Excess in medication and health

Tadeusz Płusa

Drug abuse is becoming an important medical and social problem, especially in populations of older patients. There is an overuse of over-the-counter medicines, the so-called OTCs, by young people to “improve their mood,” and by the older generation to “improve their quality of life”.¹ Poland is not the only country facing this problem. Numerous analyses and studies indicate that the abuse of medicines and so-called dietary supplements is being recorded in most countries around the world.²

Taking multiple medicines at once

The situation in which a patient is taking multiple medications at the same time is called polypharmacy, polytherapy, or poly-pharmacotherapy. Due to interactions between drugs, and between drugs and food, adverse effects may occur, sometimes very dangerous to health and life. Therefore, the main question arises whether the use of every drug is necessary and, if so, in what order and in what dose and form.³ Since we treat the whole human body, medicines should also be prescribed after a comprehensive analysis. The reasons for the irrational use of medicine are complex, but they depend mainly on the pharmacological knowledge of doctors and on the flow of information between individual specialists.

The overuse of OTC drugs is a plague, both in the United States and in Europe. This applies especially to ibuprofen, aspirin, and naproxen. According to *Pharmacoepidemiology & Drug Safety*, a study conducted on 1,835 subjects showed that up to 15 percent of them were taking these medicines in too high doses. The observed effects of this treatment in the form of gastrointestinal bleeding and myocardial ischemia may have been directly related to polypharmacy and interactions with other drugs.⁴ Until recently, these medicines were available only with a doctor’s prescription. Would it not be appropriate to return to this?

It is known that the administration of more than six drugs makes it impossible to determine their interactions with each other, especially if they are broad-spectrum medicines.⁵ Offering free drugs under

- 1 Wolf, M.S., J. King, K. Jacobson, et al. “Risk of unintentional overdose with non-prescription acetaminophen products.” *Journal of General Internal Medicine* 27, (2012): 1587-1593.
- 2 Martins, S.S., L. Sampson, M. Cerda, et al. “Worldwide prevalence and trends in unintentional drug overdose: a systemic review of the literature.” *American Journal of Public Health* 105, no. 11 (2015): e29-e49. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2015.302843>.
- 3 Laszlo, G. and L. Kullmann. “Observations on real drug need of hospitals.” *Orvosi Hetilap* 135, no. 38 (1994): 2095-2098.
- 4 Pai, M.P., K.M. Momary, and K.A. Rodvold. “Antibiotic drug interactions.” *Medical Clinics of North America* 90, no. 6 (2006):1223-1255. <https://doi.org/10.1016/j.mcna.2006.06.008>.
- 5 Bolhuis, M.S., P.N. Panday, A.D. Pranger, et al. “Pharmacokinetic drug interactions of antimicrobial drugs: a systematic review on oxazolidinones, rifamycines, macrolides, fluoroquinolones, and beta-lactams.” *Pharmaceutics* 3, no.4 (2011): 865-913.

the “75+” program is not conducive to limiting polypharmacy. In ten countries within the European Union including Poland, the prevention of irrational polypharmacy in older people was initiated under the SIMPATHY Project (Stimulating Innovation Management of Polypharmacy and Adherence in the Elderly).⁶ At the same time, it is proposed that the pharmacist be the designated coordinator of the ongoing drug therapy.⁷ Similar solutions have already been introduced in Germany, France, and Italy.

Pharmacotherapy in elderly patients

It has been shown that on the one hand doctors show a tendency to over-prescribe medicines and, on the other hand, patients themselves are too willing to self-medicate. It is well known that elderly patients take a large number of medicines that are prescribed by both family doctors and specialists. Often, when recommending additional drugs, the effects of currently used medicines are not taken into account, which can certainly influence the interaction between drugs, changing the final effect of the therapy.⁸

Antibiotics. Indications for their use are mainly respiratory and urinary tract infections, as well as preventive measures in perioperative procedures. The range of each group and their pharmacological characteristics are known, including the dose of the drug, its duration, and the resulting frequency of administration.⁹ The effectiveness of an antibiotic therapy is directly related to adherence to the instructions for the drug's use. In everyday life, however, the situation is different. Significantly ill patients (i.e. those suffering from dyspnoea, cough, fever, and a range of other symptoms that prevent daily activities) take medication regularly, often even in excess: instead of twice a day, the patient takes it four times a day to recover more quickly. However, when the health condition improves, patients reduce doses or even discontinue the drugs, “because the

- 6 Stewart, D., A. Mair, M. Wilson, et al. “Guidance to manage inappropriate polypharmacy in older people: systematic review and future developments.” *Expert Opinions on Drug Safety* 16, no. 2 (2017): 203-213. <https://doi.org/10.1080/14740338.2017.1265503>.
- 7 Yakimova, Y. “Pharmacists’ knowledge of the safety antibiotics for systemic use”. *International Journal of Risk and Safety in Medicine* 27, supplement 1 (2015): S11-S12. <https://doi.org/10.3233/JRS-150670>.
- 8 König, J., F. Müller, and M.F. Fromm. “Transporters and drug-drug interactions: important determinants of drug disposition and effects.” *Pharmacology Reviews* 65, no. 3, (July 2013): 944-966. <https://doi.org/10.1124/pr.113.007518>. See also: Shoshi, A., T. Hoppe, and R. Hofestat. “GraphSAW: A web-based system for graphical analysis of drug interactions and side effects using pharmaceutical and molecular data.” *BMC Medical Informatics and Decision Makers*, (2015): 1-16. <https://doi.org/10.1186/s12911-015-0139-5>.
- 9 Hryniewicz, W., P. Albrecht, and A. Radzikowski. “Rekomendacje postępowania w pozaszpitalnych zakażeniach układu oddechowego.” *Narodowy Program Ochrony Antybiotyków*. (2016).

drug has side effects.” This generates antibiotic resistance and the possibility of relapse.

Anticoagulants. The use of this group of drugs is subject to a special therapeutic regime which imposes the time of administration (fasting), with no other drugs being taken for at least one hour, and with no consumption of tea, coffee, or milk. This is due to the fact that anticoagulants very easily interact with both other medicines and foods. For the treatment to be effective, periodic controls of coagulation markers are necessary.¹⁰ Unfortunately, in practice, anticoagulative treatment often occurs completely differently. Unattended elderly patients take drugs when they remember and at doses far beyond those set by the doctor (instead of $\frac{3}{4}$ of a pill — three times a day, four pills). Then alarming symptoms appear: nosebleeds, genital tract and urinary tract bleeding, and the markers exceed the acceptable limits. It is a risk to life because bleeding into body cavities is concealed and the patient’s condition deteriorates.

Treatment of diabetes. Patients with diabetes usually require oral medications (type II diabetes), but when oral preparations are ineffective and the demand for insulin is high, the hormone must be administered. The principle of the treatment of diabetic patients is keeping the blood glucose level within safe limits. A fall in blood glucose below 60 mg is the most dangerous, as it leads to brain damage and further consequences in the central nervous system. On the other hand, inappropriate treatment may lead to a significant increase in blood glucose, which in extreme cases leads to coma, a direct threat to life.¹¹

In medical practice, patients are often encountered whose blood glucose levels fluctuate significantly throughout the day. Obviously, according to the patient, it is the doctor’s fault because he recommended one and not another treatment. However, patients forget that in the treatment of diabetes it is necessary to maintain a strict diet, completely devoid of, among other things, soft drinks and sweets. These are important limitations, but without their implementation effective treatment of diabetes is impossible.

Hypnotics and sedatives. At the beginning of the twentieth century, barbiturates, which are addictive, were introduced as sedatives and sleeping pills. The small gap between therapeutic and toxic doses even caused deaths when they were overdosed. The so-called benzodiazepines introduced later were much safer. In the United States, they are prescribed in several dozen million pills a year for 7.4-17.6 percent of the population. In Europe, Poland is the leader in the abuse of benzodiazepines, which concerns especially young people.¹²

10 Pruszczyk, P., M. Gurzyński, and M. Kostrubec. *Żylna choroba zakrzepowo-zatorowa*. Warsaw: Medical Tribune, 2012.

11 Ziegler, R. and A. Neu. “Diabetes in childhood and adolescents.” *Deutsches Ärzteblatt International* 115, no. 9 (2018):146-156.

12 Potocka-Banaś, B., S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska, et al., →

It should be emphasized that the use of sedatives and hypnotics may cause serious disorders, including lack of mobility and exposure to falls, slowing down, blurred speech, as well as cognitive impairment, such as progressive dementia, with mood swings (irritability and crying). Over time, personality traits and the assessment of reality may change with indifference to previously important matters.¹³ It is estimated that about 10-20 percent of alcohol addicts take benzodiazepine derivatives to relieve alcoholic withdrawal symptoms such as anxiety, insomnia, and hand tremors. In some addicts, euphoric effects appear.¹⁴

Over-the-counter medications (otc)

OTC drugs, which are increasingly introduced into use, are acquired in pharmacies, shops, petrol stations, and other retail outlets. The scope of these drugs is very wide — from headaches, colds, allergic reactions, to chest pains.¹⁵ Taking them without consulting a doctor or pharmacist may lead to a number of mistakes.¹⁶ First of all, the self-diagnosis may be wrong. Therefore, taking OTC medicines seen on TV commercials may prove tragic. This applies, for example, to ischemic heart disease, in which the failure to take professional action threatens the patient's life. Secondly, the dosage is important, its duration, and knowledge of its composition.

Without this understanding, unexpected side effects may occur. For example, cold drugs containing ephedrine may lead to over-agitation, hand tremors, and increased cardiac activity if the recommended dose is exceeded. Thirdly, lack of knowledge about the interactions between OTC drugs and other medicines can lead to serious complications. One such development is the possibility of hemorrhage in patients taking ibuprofen and long-term anticoagulant treatment. The worst part is that most patients taking OTC preparations do not consult a doctor. Instead, patients consult each other giving “word-of-mouth” prescriptions. An additional element that creates a spiral of wrong decisions is very persuasive television and radio advertising. Sometimes, it even recommends a drug by saying “so that the chest does not hurt,” or “the runny nose lasts for two days less,” or “it eliminates muscle cramps” (ouch!), etc. The negative effects of the inability to verify these claims are difficult to imagine.

“Nadużywanie popularnych leków dostępnych bez recepty nowym trendem wśród młodzieży”. *Annales Academiae Medicae Stetinensis* 59, no. 1 (2013): 114-119.

13 Motyka, M. and J.T. Marcinkowski. “Nowe metody odurzania się. Cz. I. Leki dostępne bez recepty wykorzystywane w celach narkotycznych.” *Problemy Higieny i Epidemiologii* 95, no.3 (2014): 504-511.

14 Potocka-Banaś, B., S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska, et al., op. cit.

15 Anderson, J.G. “Demographic factors affecting health services utilization: a causal model.” *Medical Care* 11, no.2 (1973):104-120.

16 Huges, C.M., J.C. McElnay, and G.F. Fleming. “Benefits and risks of self medication.” *Drug Safety* 24, no. 14 (2001):1027-1037.

The most frequently abused OTC drugs are cough and cold medications, followed by hypnotic and analgesic drugs [Table 1].¹⁷

Table 1. List of the most abused medicines

Type	Examples of OTC drugs
Antitussives	Acodin, Thiocodin, Supremin, Flegamina,
Cold remedies	Aspiryna, Actifed, Efferalgan, Nurofen, Gripex, Theraflu
Analgesics	Apap, Acenol, Dexac, Ibum, Nurofen, Panadol, Paracetamol
Headache pain relief	Etopiryna, “tablets with a cross”
Hypnotics	Kalms, Persen, Valused, Valedrin
Laxatives	Alax, Boldaloin, Ulgix Laxi

Over six percent of Poles take painkillers prophylactically before the onset of pain, and 40 percent whenever pain occurs. It is known that pain can be caused by hypoxia or by insufficient fluid intake during the day. It should be realized that pain is only a symptom — that is, a signal that indicates an ongoing change in a tissue or organ. Is it reasonable to ignore such an important signal (e.g., about a developing tumor)?

Headache is given as the main symptom by 0.7–1.7% of the population. It can be conditioned by a number of functional and structural (organ) changes.¹⁸ For this reason, apart from their side effects, the abuse of painkillers can be dangerous.¹⁹ In Sweden, a study conducted in 44,300 women showed that 3.2 percent complained of chronic headache, of which 56 percent abused analgesics, which was associated with low education and low income.²⁰

One of the most commonly used OTC drugs with analgesic and antipyretic effect is paracetamol. Available statistics indicate that it belongs to the most frequently overdosed medicines in children, causing severe liver damage.²¹ In adults, paracetamol replaced the “headache

- 17 Cooper, R.J. “‘I can’t be an addict. I am’ Over-the-counter medicine abuse: a qualitative study.” *BMJ Open* 3, no. 6 (2013). <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002913>. See also: Sangsiry, S.S., A.H. Bhansali, S.S Bapat, et al. “Abuse of over-the-counter medicines: a pharmacist’s perspective.” *Integrated Pharmacy Research and Practice* 6, (2017): 1–6. <https://doi.org/10.2147/IPRP.S103494>.
- 18 Evers, S. and M. Marziniak. “Clinical features, pathophysiology, and treatment of medication-overuse headache.” *Lancet Neurology* 9, no. 4 (2010): 391–401. [https://doi.org/10.1016/S1474-4422\(10\)70008-9](https://doi.org/10.1016/S1474-4422(10)70008-9).
- 19 Katsarava, Z. and M. Obermann. “Medication-overuse headache.” *Current Opinion in Neurology* 26, no. 3 (2013): 276–281. <https://doi.org/10.1097/WCO.0b013e328360d596>.
- 20 Jonsson, P., T. Hedenrud, and M. Linde. “Epidemiology of medication overuse headache in the general Swedish population.” *Cephalalgia* 31, no. 9 (2011):1015–22.
- 21 Hinz-Brylew, N. and P. Rajewski. “Ostre zatrucie paracetamolem – opis trzech przypadków.” *Forum Medycyny Rodzinny* 5. (2011): 429–433.

tablets with a cross” that were withdrawn from sale because they contained a toxic compound — phenacetin. In the case of overdose, severe intoxication and damage to kidneys, bone marrow, hearing, and balance occurred, while prolonged use caused drug dependence and demonstrated carcinogenic activity.²²

Dietary supplements

There are more than 10,000 different types of dietary supplements available in Poland, which often contain the same ingredients as medicines, only in different proportions. Most patients do not distinguish drugs from dietary supplements; the boundary between them is actually arbitrary and unclear. An example may be vitamin C, which is a drug, but is just a supplement when sold in a five-times higher dose. Similarly, potassium is a widely available dietary supplement when sold in packs of 100 tablets, while a pack of 50 tablets can only be obtained with a prescription.

Decisions to buy dietary supplements are greatly influenced by the huge sums spent on TV and radio commercials. If a company spends two billion zlotys, it can provide many reasons to buy the advertised product. Instead, this should be determined by the level of customer awareness, which is unfortunately very low and prone to the influence of advertisers.

In Poland, there are about 15,000 pharmacies and 360,000 stores which have the right to sell OTC medicines. Sellers advise clients on which product to buy; the 450,000 people who work in stores are their health advisors. However, according to law, a professor of pharmacy cannot sell a calcium preparation in a pharmacy after having a five years break in professional work experience, and a pharmaceutical technician without a two-year internship is not authorized to give vitamin C to a patient. Meanwhile, everything can be sold at the supermarket checkout.

The truth is that a supplement is often a concealed drug which can be quickly put on the market without unnecessary procedures for the manufacturer. The cost of introducing an active substance involves a series of costly registration tests, in accordance with generally accepted rules and regulations. However, a supplement does not require this and can bring the expected financial result at a low cost. All that is needed is convincing advertising. At pharmacies, only 12 percent of patients ask the pharmacist about the choice of analgesics. Even if they get the information they need, it may be ignored

See also: Kominek, K., A. Pawłowska-Kamieniak, A. Mroczkowska-Juchniewicz, et al. “Intentional and accidental paracetamol poisoning in childhood – a retrospective analysis.” *Postępy Higieny i Medycyny Doświadczalnej* 69, (2015): 452–456.

22 Ladroue, V., L. Dujourdy, F. Besacier, et al. “IRMS to study a common cocaine cutting agent: phenacetin.” *Drug Test and Analysis* 9, no. 3 (March 2017): 479–484. <https://doi.org/10.1002/dta.2137>.

under the influence of advertising. In the United States, in October 2015, 23,000 patients were rushed to emergency units due to serious side effects from taking supplements.

Supplements are indicated in the case of the obvious and documented deficiency of, for example, vitamin D₃ in the autumn and winter periods.²³ This is rarely taken into account when certain symptoms of organic disorders appear, such as tremor of the feet, and patients reach for magnesium supplements, about which they learned in advertisements. Meanwhile, a specific symptom can be caused by changes in the nervous system and administering a supplement in this case may blur the disease pattern and delay its diagnosis.

Otc medicines taken by young people

Widespread and legal access to OTC drugs with a narcotic effect changes behavior and entertainment patterns in teen groups. Medicines with short-term action are mainly selected for this purpose.²⁴ Active substances of synthetic and natural origin include preparations containing ephedrine derivatives that cause psychotic states and, after prolonged use, addiction. In turn, codeine, a derivative of morphine, is available in antitussive preparations, such as Thiocodin. Overdose may cause visual and auditory hallucinations. In contrast, antihistamines (e.g., Aviomarin) may cause drowsiness and weakness in case of overdose.²⁵

OTC drugs, often composed of several active pharmacological compounds, can cause serious complications, especially when recommended doses are exceeded. In 2005, abuse of OTC drugs containing epinephrine was a major problem in the United States. When taken in large doses, this compound led to a significant acceleration of cardiac function, increased blood pressure, and stimulation and tremor in the peripheral muscles, along with nausea and vomiting.²⁶

Cost of treatment with otc drugs

PharmaExpert data show that Poles spent over 11.5 billion PLN in 2014 on OTC drugs. In turn, in 2016, they spent 12 billion PLN on non-prescription drugs, of which 3.5 billion PLN were dietary supplements, 670 million PLN were analgesics, and 350 million PLN were

23 Golzarand, M., B.W. Hollis, P. Mirmiran, et al. "Vitamin D supplementation and body fat mass: a systematic review and meta-analysis." *European Journal of Clinical Nutrition* 72, no.10 (Oct. 2018): 1345-1357. <https://doi.org/10.1038/s41430-018-0132-z>. Epub Mar 21, 2018.

24 Motyka, M. and J.T. Marcinkowski. "Nowe metody odurzania się. Cz. I. Leki dostępne bez recepty wykorzystywane w celach narkotycznych." *Problemy Higieny i Epidemiologii* 95, no.3 (2014): 504-511.

25 Potocka-Banaś, B., S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska, et al. "Nadużywanie popularnych leków dostępnych bez recepty nowym trendem wśród młodzieży". *Annales Academiae Medicae Stetinensis* 59, no. 1 (2013): 114-119.

26 Reingardiene, D. "The consequence of epinephrine overdose." *Medicina (Kaunas)* 42, no.7 (2006): 606-609.

anti-depressants. It is estimated that in 2020, 5 billion PLN will be spent on supplements.²⁷ Such frequent purchase of OTC drugs raises many concerns regarding the rationale of taking them and the danger of side effects which later require expensive specialist help and often hospital treatment.

The latest data from Kantar Media indicate that pharmaceutical companies spent 4.3 billion PLN in 2015 on advertising OTC drugs in Poland. The largest portion of this revenue went to television (2.82 billion PLN) and radio stations (1.12 billion PLN), while the press received 0.36 billion PLN. Data from Nielsen Audience Measurement indicate that Nurofen, Theraflu, Otrivin, Pyralgina, Ibuprom, Polocard, Voltaren, Metafen, Gripex, and Desmoxan are the most often advertised.

Collective hysteria and delight

In Poland, we have recently observed a phenomenon which can be called “collective hysteria,” targeted at the fight against smog. One of its manifestations is the demand for new drugs and filters intended to protect citizens from the influence of harmful environmental agents. The recently revealed truth about air pollution has been known for many years. Participating in the first pollution monitoring in Poland at the main intersections in Warsaw in the 1990s, I indicated a high variability of pollution depending on the intensity of traffic. These data were published and submitted to the relevant authorities but they did not arouse much interest, nor did they provoke either hysteria or obsession with health threats.

A parallel can be made here to the introduction of genetically modified food (GMOs) — intended to solve the problem of hunger in the world. This did not happen because the new technology disturbed the balance in existing ecosystems and caused soil depletion. When we add to this the threats such as obesity (modified soy contains seven times more estrogens than unmodified), allergic reactions (e.g., to peanuts), toxic effects, and avitaminoses,²⁸ it will be obvious that collective delight with GMO should give way to common sense.

Summary

The presented fragmentary data indicate that stricter supervision is necessary in regard to taking drugs and supplements. This supervision should include their effect and influence on the quality of life. Overuse of widely available OTC drugs and supplements can lead to serious consequences, including health and life risks. For this reason, it is necessary to actively address such problems as education in this area and regulation of media advertising campaigns.

Translated by Barbara Leszczyńska

27 III Kongres Wyzwań Zdrowotnych. Katowice. 9 March 9, 2017.

28 Ziegler, R. and A. Neu. “Diabetes in childhood and adolescents.” *Deutsches Ärzteblatt International* 115, no. 9 (2018):146–156.

Bibliography:

- Anderson, J.G. "Demographic factors affecting health services utilization: a causal model." *Medical Care* 11, no.2 (1973):104-120.
- Bolhuis, M.S., P.N. Panday, A.D. Pranger, et al. "Pharmacokinetic drug interactions of antimicrobial drugs: a systematic review on oxazolidinones, rifamycines, macrolides, fluoroquinolones, and beta-lactams." *Pharmaceutics* 3, no.4 (2011): 865-913.
- Cooper, R.J. " 'I can't be an addict. I am' Over-the-counter medicine abuse: a qualitative study." *BMJ Open* 3, no. 6 (2013). <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002913>.
- Evers, S. and M. Marziniak. "Clinical features, pathophysiology, and treatment of medication-overuse headache." *Lancet Neurology* 9, no. 4 (2010): 391-401. [https://doi.org/10.1016/S1474-4422\(10\)70008-9](https://doi.org/10.1016/S1474-4422(10)70008-9).
- Golzarand, M., B.W. Hollis, P. Mirmiran, et al. "Vitamin D supplementation and body fat mass: a systematic review and meta-analysis." *European Journal of Clinical Nutrition* 72, no.10 (Oct. 2018): 1345-1357. <https://doi.org/10.1038/s41430-018-0132-z>. Epub Mar 21, 2018.
- Hinz-Brylew, N. and P. Rajewski. "Ostre zatrucie paracetamolem – opis trzech przypadków." *Forum Medycyny Rodzinnej* 5. (2011): 429-433.
- Hryniewicz, W., P. Albrecht, and A. Radzikowski. "Rekomendacje postępowania w pozaszpitalnych zakażeniach układu oddechowego." *Narodowy Program Ochrony Antybiotyków*. (2016).
- Huges, C.M., J.C. McElnay, and G.F. Fleming. "Benefits and risks of self medication." *Drug Safety* 24, no. 14 (2001):1027-1037.
- Jonsson, P., T. Hedenrud, and M. Linde. "Epidemiology of medication overuse headache in the general Swedish population." *Cephalalgia* 31, no. 9 (2011):1015-22.
- Katsarava, Z. and M. Obermann. "Medication-overuse headache". *Current Opinion in Neurology* 26, no. 3 (2013): 276-281. <https://doi.org/10.1097/WCO.0b013e328360d596>.
- Kominek, K., A. Pawłowska-Kamieniak, A. Mroczkowska-Juchniewicz, et al. "Intentional and accidental paracetamol poisoning in childhood – a retrospective analysis." *Postępy Higieny i Medycyny Doświadczalnej* 69, (2015): 452-456.
- III Kongres Wyzwań Zdrowotnych. Katowice. 9 March 9, 2017.
- König, J., F. Müller, and M.F. Fromm. "Transporters and drug-drug interactions: important determinants of drug disposition and effects." *Pharmacology Reviews* 65, no. 3, (July 2013): 944-966. <https://doi.org/10.1124/pr.113.007518>.
- Ladroue, V., L. Dujourdy, F. Besacier, et al. "IRMS to study a common cocaine cutting agent: phenacetin." *Drug Test and Analysis* 9, no. 3 (March 2017): 479-484. <https://doi.org/10.1002/dta.2137>.
- Laszlo, G. and L. Kullmann. "Observations on real drug need of hospitals." *Orvosi Hetilap* 135, no. 38 (1994): 2095-2098.
- Martins, S.S., L. Sampson, M. Cerda, et al. "Worldwide prevalence and trends in unintentional drug overdose: a systemic review of the literature." *American Journal of Public Health* 105, no. 11 (2015): e29-e49. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2015.302843>.
- Motyka, M. and J.T. Marcinkowski. "Nowe metody odurzania się. Cz. I. Leki dostępne bez recepty wykorzystywane w celach narkotycznych." *Problemy Higieny i Epidemiologii* 95, no.3 (2014): 504-511.
- Pai, M.P., K.M. Momary, and K.A. Rodvold. "Antibiotic drug interactions." *Medical Clinics of North America* 90, no. 6 (2006):1223-1255. <https://doi.org/10.1016/j.mcna.2006.06.008>.
- Plusa, T. *Współczesne zagrożenie patogenami biologicznymi*. Warsaw: Medpress, 2015.
- Potocka-Banaś, B., S. Majdanik, K. Korwin-Piotrowska, et al. "Nadużywanie popularnych leków dostępnych bez recepty nowym trendem wśród młodzieży". *Annales Academiae Medicae Stetinensis* 59, no. 1 (2013): 114-119.

- Pruszczyk, P., M. Gurzyński, and M. Kostrubec. *Żylna choroba zakrzepowozatorowa*. Warsaw: Medical Tribune, 2012.
- Reingardiene, D. "The consequence of epinephrine overdose." *Medicina (Kaunas)* 42, no.7 (2006): 606–609.
- Sansgiry, S.S., A.H. Bhansali, S.S Bapat, et al. "Abuse of over-the-counter medicines: a pharmacist's perspective." *Integrated Pharmacy Research and Practice* 6, (2017): 1–6. <https://doi.org/10.2147/IPRP.S103494>.
- Shoshi, A., T. Hoppe, and R. Hofestat. "GraphsAW: A web-based system for graphical analysis of drug interactions and side effects using pharmaceutical and molecular data." *BMC Medical Informatics and Decision Makers*, (2015): 1–16. <https://doi.org/10.1186/s12911-015-0139-5>.
- Stewart, D., A. Mair, M. Wilson, et al. "Guidance to manage inappropriate polypharmacy in older people: systematic review and future developments." *Expert Opinions on Drug Safety* 16, no. 2 (2017): 203–213. <https://doi.org/10.1080/14740338.2017.1265503>.
- Wolf, M.S., J. King, K. Jacobson, et al. "Risk of unintentional overdose with non-prescription acetaminophen products." *Journal of General Internal Medicine* 27, (2012): 1587–1593.
- Yakimova, Y. "Pharmacists' knowledge of the safety antibiotics for systemic use". *International Journal of Risk and Safety in Medicine* 27, supplement 1 (2015): S11–S12. <https://doi.org/10.3233/JRS-150670>.
- Ziegler, R. and A. Neu. "Diabetes in childhood and adolescents." *Deutsches Ärzteblatt International* 115, no. 9 (2018):146–156.

Excess packaging excess in packages

Maciej Konopka

Excess has often served in art, architecture, and design as a very effective means of expression, permanently inscribed in culture and shaping the aesthetic consciousness of society for years. Examples include Baroque, Rococo, Empire, and the nineteenth-century eclecticism and Secession. Perhaps European art bears a certain resemblance to Japanese art, where for centuries two trends have intertwined: the harsh, military, “masculine” and the delicate, sublime, poetic, “feminine.” In Europe, depending on ideological trends, there alternated periods of asceticism and debauchery, withdrawal and over-expressiveness, moderation and exaggeration. Periods when excess dominated have been met with reaction.

The first clear trace of such controversy was the Iconoclast Movement, spreading throughout Byzantium in the 8th and 9th centuries. The Reformation was also a reaction to excess, as it rejected the expression of Mannerism. It resulted in ascetic interiors of churches, from Reformed Evangelical to the Quakers. Twentieth-century modernism originated from similar sources. Its main ideological and aesthetic vectors were defined on the one hand by the post-revolutionary Russian vanguard, and on the other by the Dutch De Stijl and the International Bauhaus. If we forget about the differences between them for a moment, we notice that their common feature was the rejection of bourgeois *fin de siècle* excess. Focusing for a moment only on formal solutions, we can clearly see that today’s minimalism, in fact “neo-minimalism” (which is so different from the minimalism of the 1970s), is a late child of modernism. It is a reaction not only to the excess of things and consumption, but also to overexpression, and sometimes even the triumph of form over substance in earlier artistic movements, such as pop art, New Figuration, and Neue Wilde.

Nowadays, various orders and attitudes mix and coexist in the same reality, often in the same project. This is no different in packaging design, where it is worth noting the above-mentioned aesthetic dichotomy of excess and asceticism. Parallel to the dominant minimalism, which is understandable but also tiring in its repetitiveness, a different trend — maximalism — exists, and is doing fine. This consciously used excess of adornment, ornament, and message aims to delight, charm, and seduce the audience with splendor, richness, and attention to detail. In regard to packaging treated as messages or tools in the dialogue with recipients, excess and exaggeration are still valid forms of expression, giving designers great opportunities.

Unfortunately, for the majority of us today, packaging is not only an aesthetic but a social and civilizational problem. Excessive packaging, especially plastic packaging, is a child of consumerism. An island of trash the size of Spain in the ocean consisting largely of fragments of packaging, the emanation of rampant consumption, is its almost iconic fruit. The business and nonchalance of the packaging industry are, of course, responsible for the problem of environmental pollution, and the general opinion so far is that they have been

“on the dark side of the force,” on the side of EXCESS. In this context, disappearing packaging which is reduced to a minimum becomes the ideal, the goal, and the dream — like a thin paper string, the only bio-compostable remainder of pretzels. Unfortunately, not every product can be “a pretzel” and the problem must be looked at from a wider perspective. So, is something being done about this matter?

The good news is that we can observe a real, ongoing, and multi-layered fight against excess plastic, a quiet revolution in the spirit of sustainable development. Quiet, because as you know, packaging is a “quiet seller.” Almost every week there is a new solution to replace plastic and other petroleum-derived materials with something new, fully and easily biodegradable, or at least recyclable.

The majority of large corporations and large packaging manufacturers, who each year introduce millions of tons of plastic, are switching to the so-called circular economy. Its main instrument is LCA, which is the assessment of the carbon footprint that a given product exerts on the environment during its whole life cycle. It is performed according to the following criteria:

- a) how and how much does it impact the environment in regard to materials used, energy, emissions, and waste,
- b) what is this impact,
- c) what are the possibilities of reducing it.

This is followed by laws which impose responsibility on manufacturers for the carbon footprint of a product from manufacture through disposal. Especially in the EU. It is now that they are coming into effect. They require governments to introduce appropriate regulations in the short term. Many companies are taking the initiative by analyzing ways to change the design of packaging or materials to be more sustainable. To show the scale of changes, I will give you some examples:

- 1) TCC (The Coca Cola Company). The latest, fully recyclable Plant-Bottle is 100 percent made of bioactive PET resin containing ethylene glycol. To appreciate the scope of this operation, it is worth noting that since 2009 TCC has distributed more than 35 billion bottles in 40 countries, using an older version containing only 30 percent of bio-based ethylene glycol (MEG) and 70 percent other, non-biocompostable components.
- 2) Carlsberg’s Green Fiber Bottle project is equally large-scale, in which ecoXpac (a company specializing in packaging development), the Danish University of Technology, and the Innovation Fund also participate. The Carlsberg concern sells 36 billion bottles of beer a year. Over the next three years, it intends to develop a new type of wood-fiber packaging. It would be the first 100-percent biodegradable bottle in history. It will also be 100-percent recyclable.
- 3) Ikea and Dell have eliminated Styrofoam and polystyrene from their packaging. Ecovative packaging components made of mushrooms are created by passing the mycelium through compost.

The mycelium forms an organic, fast growing material from which it is easy to form packaging of various shapes. The material is then dried to halt mycelium growth.

- 4) Starbucks, the world's largest coffeeshop chain, has announced a competition for entrepreneurs, the Next Gen Cup Challenge, for the invention of an industrial solution for the utilization or re-use of cups (with a prize pool of 10 billion USD). Starbucks has already introduced a new, reusable cup, users of which are entitled to a discount, but this is a partial and temporary solution.
- 5) McDonalds — with only 10 percent of its 37,000 restaurants recycling rubbish and only half of its packaging made from organic materials — promises that by 2025 all packaging will come from renewable, recycled, or certified materials.
- 6) Similarly Nestle, which as part of a “zero-waste” initiative declared that by 2020 it will eliminate the transfer of waste to landfill and for incineration without energy recovery. Since 2015, a reduction of 22,558 tons of packaging has been achieved with a savings of 30 million CHF. Already today, all waste generated at Nestle's facilities in Poland is transferred for recovery: recycling, composting, biogasation, regeneration or used as an alternative fuel.
- 7) Tetrapak, a large producer of cardboard packaging mainly for liquids, has produced together with the Brazilian chemical company Braskem, 99-percent biodegradable Tetra Rex cardboard packaging. The cap and packaging layers are composed of biopolymers made from sugar cane and paper.
- 8) Walmart, the American hypermarket giant, optimized the size of its corrugated cardboard packaging. It has reduced the number of cartons by 8.1 million since 2015, saving 6.3 million pounds of corrugated board, preventing the emission of 7,800 metric tons of greenhouse gases, and reducing costs by 15.3 million USD. Subsequently, 85 million pairs of shoes were presented on hangers, thus reducing the number of cardboard boxes. As a result, shop floor space was more efficiently used, over 20,000 metric tons of greenhouse gases were eliminated, and 9 million USD were saved.

The above examples do not mean that the situation is under control.

However, the changes that have been made or are planned to be implemented soon by the largest and most responsible producers will be significant. And it is happening in packaging.

The circular economy, also known as the closed circle economy, is an attempt to solve the problem systemically, with the application of EU regulations. Its aim is to make manufacturers responsible for their carbon footprints. The fundamental idea is to eliminate as much municipal waste as possible through recycling. Waste must be collected selectively and in good quality — that is, clean and well segregated. Let us look at how it has been done so far.

The United States recycles 60 percent of its waste. By 2020, the level of waste recovery across the EU should be 50 percent, but Cyprus, Croatia, Greece, Latvia, and Malta continue to dispose of more than 75 percent of their municipal waste. In 2014, Austria, Belgium, Denmark, Germany, the Netherlands, and Sweden sent virtually no municipal waste to landfills. In Poland, in 2017, only 26 percent of waste was recycled, and 5.4 million tons, more than 50 percent, was disposed of. The cost of processing and managing one ton of waste ranges from 600 to 900 PLN. As you can see, we still have a long way to go.

“If we want things to stay as they are, things will have to change.”¹

Why is the circular economy supported by the private sector and large corporations? In addition to the ideological aspects which cannot be ruled out, this is pure business. According to McKinsey’s calculations, the circular economy can generate an annual profit of 1.8 trillion EUR by 2030. This will, of course, translate into economic growth, which will increase greenhouse gas emissions. So, the motto of *The Leopard* by Lampedusa can be interpreted differently; the concept of the circular economy is based on the conviction that waste recovery will enable the reduction of CO₂ emissions without having to change our behavior, which in turn will maintain the current level of consumption. It also explains the reasons for the engagement of big business in the circular economy.

Therefore, the lack of enthusiasm for this concept in scientific circles is hardly surprising. It is even considered utopian, because it assumes that it is possible to separate GDP growth from the increase in energy consumption. This has not yet been possible for humanity.

Karolina Safarzyńska, PhD from the Department of Political Economy of the University of Warsaw in “Krytyka Polityczna” wrote:

Scientists are worried that the circular economy can generate a rebound effect. In short, it means that policies aimed at limiting the use of materials can be counter-productive and ... increase their consumption.

The rebound effect was first described in 1865 by William Jevons, who noted that increasing energy efficiency instead of reducing coal consumption had led to its use in new sectors, as a result of which its consumption increased. If we can produce iron using less coal, then the profits of companies will grow, so that they will be able to produce more iron at a lower price, thus generating new demand. The rebound effect is also observed in transport, where the improvement of fuel combustion efficiency often does not translate into a reduction in its consumption, but instead generates new kilometers driven.

Therefore, there is serious concern that the space, materials, money, and energy saved will be immediately put in use. The question arises as to what environmental impact it will have.

1 Karolina Safarzyńska, *Gospodarka cyrkularna cudów nie działa*, „Krytyka Polityczna”, Marzec 2018: <http://krytykapolityczna.pl/gospodarka/gospodarka-cyrkularna/>

What is the role and responsibility of the packaging designer in this situation? Regardless of skeptical opinions about the circular economy, perhaps the most important aspect of the designer's work in response to the growing demand from increasingly larger business entities is the ecological effect of the packaging. It depends on the size, material selection, and all aspects of recycling. The answers to the following questions are fundamental in this context. Is the packaging easy to recycle? Does it come from a sustainable source? Is it biodegradable? Is the material a by-product? Is it reusable? Is it possible to use edible material which reduces environmental damage to zero?

An opportunity and a challenge for our time is providing business and industry solutions which enable further activity or even development and, at the same time, comply with applicable laws in minimizing the carbon footprint, while reducing the cost of utilization, including the necessary resources used for it. It is worth looking at specific existing solutions that show, as through a lens, the tendencies and directions of packaging design in the spirit of sustainable development.

Recycling

In the management of raw materials, recovery means reprocessing waste into products, materials, or substances used for the original purpose or other purposes. An interesting idea for using the plastic polluting the oceans is a project by the Method company. This manufacturer of soaps and cosmetics for hands, dishwashing detergents, etc., ensures that all packaging is made of a minimum of 50 percent plastic recovered from the oceans, and the rest from bio-compostable materials. This is for now a drop in the ocean, but it shows the direction that others will follow.

This is confirmed by one of many student projects titled "Organic Valley" in which milk packaging was made 100 percent of cardboard created from recycled materials, with soy-based inks used for printing the logos, labels, and colored pages. A similar, implemented example is the Provenance brand, each item of which has its own history and was once something else, which is clearly stated on the packaging. This also applies to the Preserve brand, whose brush sticks are made of recycled material and, instead of disposable packaging, there is a box that can be repeatedly used (e.g., when traveling). This is a simple example of packaging with an extended period of use.

Reuse

In 2011 Puma joined forces with designer Yves Béhar of Fuseproject to create a more sustainable solution than a traditional shoebox. This idea, aimed at reducing the consumption of plastic bags and cardboard boxes, in which the structure is part of the product design was much ahead of its time. Similar projects (i.e., based on a "second life"

for products) were presented by many companies, including Panasonic (packaging for light bulbs transformed into a lampshade) and Lee/Wrangler (a bag turned into a game). A “second life” is obviously not a solution for every company, but we can also see here commitment and efforts to protect the environment by large players operating on a mass scale.

Reduction

In this context, the ideal is to eliminate packaging, reducing it to the minimum. The radical version is represented by delicatessen products without packaging, which, however, have not successfully penetrated the mainstream even in progressive and pro-ecological Berlin, remaining more a symbol or a development vector than a real change. Many products are hardly suited for such reductions. For example, it is difficult to imagine such changes at a cement or tile warehouse, and many other products without packaging. However, there are projects that make this real change possible.

For example, Twenty, conceived as a sustainable alternative to liquid household supplies, such as dishwashing liquids, shampoos, etc., converted condensed detergents into anhydrous capsules. Their creator, Mirjam De Bruijn from the Design Academy Eindhoven, observed that since they consist mainly of water, manufacturers transport around the world mainly water with the addition of detergents packed in plastic bottles. The name of the brand — Twenty — is a reference to 20 percent active substances versus 80 percent water, which users can add themselves — for example, when doing laundry. Also designs of packaging for headphones, batteries, light bulbs, and many other small electronics are examples of reduction which on the individual scale seem to be insignificant, but considering the aggregated millions of halogen bulbs sold in polypropylene blisters, for example, billions in savings and significant reductions in CO₂ emissions can be achieved, as in the case of Walmart.

Biomaterials

Particularly interesting are biodegradable plastics from renewable sources, especially biopolymers (i.e., polymers occurring naturally in living organisms) produced from them or comprising their key ingredient. The main advantages of biopolymers are a life cycle that is compatible with the natural circulation of materials and an origin from natural renewable resources. For this reason, biopolymers are an alternative to fossil fuels, reducing their consumption and the amount of waste in landfills and incineration plants, and thus also diminishing the carbon footprint. They are also cost-competitive while their characteristics and applications are similar to fossil fuels. There is so much going on in the search for material solutions that it is impossible to mention and discuss everything. Here are some examples:

- 1) *vacuum-formed paper pulp*. In April 2018, it was announced that Scottish scientist James Longcroft invented a thermoformable disposable bottle which can decompose in three weeks. The CH2OOSE bottle was made 100 percent from vacuum-formed paper pulp which coats a watertight casing of a suitable shape. The watertight casing is made of a composite material which Longcroft developed himself using technology that he will not reveal until patents are secured.
- 2) *paper, cardboard, clay*. The idea for a new line of cosmetics from nourishing and hair-conditioning seeds has made L’Oreal turn to ecological packaging manufacturer Ecologic to design a new environmentally friendly cardboard bottle. Made of recycled paper and cardboard, the Phytonutrients Seed bottle is waterproof thanks to the use of clay, which means it can be used in the shower.
- 3) *ground coffee*. The Australian Huskee start-up uses ground coffee to create mugs and saucers. They are surprisingly durable, can survive for years, and are resistant to cracks and splinters. They can even be put in the dishwasher, so they can be used for home and commercial purposes.
- 4) *production waste*. Plastic six-pack rings are one of the most common causes of marine animal deaths. Saltwater Brewery uses waste from the brewing process, such as barley and wheat residue to produce edible six-pack rings. They are completely biodegradable and safe for human and animal consumption. This is a great example of a little initiative significantly changing a traditional product and making use of materials that until now have just been thrown away.
- 5) *chips — “wood-plastic”*. The Finnish company Sulapac is also looking into ways to reduce the amount of plastic used in packaging. Its fully biodegradable solution uses wood chips to create a material that works like plastic. It can be mass produced, colored, and injection molded, allowing designers to shape it in many ways. Until now, this material has been used to pack jewelry, cosmetics, and bath products. It is an example of an ecological material in which designers can find the same flexibility as in the case of traditional plastics.

To this selective review of materials and their design possibilities, I would like to add a few examples “from our backyard” — the work of students and graduates of the Packaging and Brand Design Studio at the Faculty of Design of the Academy of Fine Arts in Warsaw:

- 6) *biopolymers, papier mache*. Packaging for the Fitbox diet, 99 percent biodegradable (only the rivets are made of steel) with the experimental biopolymer material hand-made by student Wera Banaś, was created as a semester project in the Packaging and Brand Design Studio. Her experiments were honored with one of

the seven main prizes (free participation in the studio program) at the Parsons School of Design in New York.

- 7) *hemp*. Tow, or hemp fibers, is an interesting, easily available, and very durable material which for centuries has been used in various forms as a construction base for ropes and cords. Magdalena Jerzak's design of a very long-lasting, biodegradable and biocompostable shopping bag made of hemp fiber with a special binder is an excellent alternative to disposable plastic bags. It is an example of a cheap, easy to grow, and ecological material.
- 8) *hay* "Happy Eggs" egg packaging is a series of containers made of pressed hay and shaped in a prepared form. Labels are planned to be made of recycled paper, printed in one color with water-based paints. It is the semester project of Maja Szczypek².

I have chosen only a few examples, but the number of new or re-discovered materials, such as cellophane or hemp, and their combination replacing petroleum-based plastics is much greater.

- 9) *Edibility*. Finally, I would like to turn to edible packaging: mostly from seaweed, but also from the shells of crustaceans, ground nuts, bran, and algae. Most of them are start-ups, raising quite significant funds through crowdfunding, but there are already well-established and operating ventures like Loliware. In the latter case, the already fully functioning production of seaweed cups has been supplemented with straws made of the same material. Lolistraw products seem at first glance to be plastic straws, and the bonus for the eco-minded consumer is that they come in different flavors and can be eaten together with the drink or, of course, they can completely and quickly decompose in the trash. The problem, contrary to appearances, is not trivial. Americans use 500 million drinking straws per day, which is almost 200 billion a year.

The above examples provide a very brief overview of trends in the thinking and work of packaging designers in the era of fighting against excess, as an illustration of the wave of change. So, if the concept of the circular economy is considered too utopian, the possibilities of reducing excess plastic can also be found outside the field of packaging (for example, in machines converting recycled plastic into asphalt). This is already operational and it is happening in Europe. Of course, the day will come when all roads will be beautifully re-asphalted with recycled plastic, so that humanity can gain some time.

We can also put some hope in caterpillars discovered in Cambridge or bacteria discovered in Japan, or caterpillars using bacteria [sic!]. Unfortunately, they are still not voracious enough and act too slowly.

2 Today Maja Szczypek is an alumnus of the Faculty of Design at The Warsaw Academy of Fine Arts; her project was realized at the Studio of Packaging Design in 2012.

Under these circumstances, let us hope that before they deal with global plastic, at least most of the packaging will be fully edible or biodegradable.

“Although packaging design is a field deeply entangled in material and technological issues and, thus, closely related to the economy and social problems, it still has an important sphere of communication and emotion, sensory and aesthetic impressions that packaging can cause. From this point of view, excess, at least aesthetic excess, is not always a disadvantage, and moderation is not always an absolute advantage. Moderation has value as long as the “message” about saving or reduction of harm is consistent with the actual state of affairs and the process of packaging preparation. And it may turn out that, thanks to the revolution in packaging, we will still be able to see beautiful, rich, emotional, and refined, as well as fully biodegradable packaging which you do not want to throw away, and a bottle of rum will be made of sugar cane. And then less will really mean less.”

Translated by Barbara Leszczyńska

**Excess — how to convert
loss into profit.
Considerations based on
the author's own project
experience**

Magdalena Kasprzyca

Excess means loss. When we analyze this phenomenon in the context of what exceeds necessity and our means, we come to luxury, an unnecessary and useless product. For its creation, however, it is necessary to use energy, material and all of this, all the exerted effort, turns into a loss when we are dealing with excess — not to mention the fact that producing further unnecessary rubbish constitutes a great loss to the environment. This article analyzes the problem of excess material in the production process. This excess is almost inevitable and, when it constitutes a significant percentage, waste also becomes a loss from a business perspective.

My experience with this problem dates back to 2014 when I came to an institution organizing workshops for both designers and manufacturers. I had the opportunity there to get to know a manufacturer of upholstered furniture. As part of the workshop, we visited the factory where I saw the production process and its surroundings. It was then that I noticed beautiful, colorful piles of scraps of high quality material towering over the factory in various places, which turned out to be production waste. The scraps were of various sizes, from a few to several dozen centimeters, negligible waste in the context of furniture production. Nevertheless, I saw the potential in them. This is how the idea of “leather scraps” workshops was born for students of Wrocław’s E. Geppert Academy of Art and Design in cooperation with Dobroteka and the KLER brand.

I ran the workshop with Szymon Hanczar as part of the W2P project (which stands for workshops of two studios (*warsztaty dwóch pracowni*)). The main task for the students was to incorporate into their designs the leather scraps which were the waste of the upholstered furniture production process. The final products were to be given to the manufacturer sponsoring the workshops as gifts for strategic clients, trade fair gadgets, etc. The results were interesting. Unfortunately, a significant problem appeared at the stage of prototyping. It turned out that the scale became an obstacle — the manufacturer of upholstered furniture was not technologically prepared to make small objects. In the end, most prototypes had to be made using external resources. The manufacturer learned about his limitations and we confirmed that scraps can be used. Work is currently being carried out in this direction as part of another project.

The problem of excess was also the subject of a study for the Ragaba furniture brand, implemented as part of the Lower Silesian Industrial Design Network. As a result of a design audit carried out in the company, the main problem was defined as the waste of high quality material — solid wood — during the production of furniture components. These amounted to some 18,000 units per year which the manufacturer decided to use for the production of unpainted wooden animals for children, with paints and a brush attached to the toys. Unfortunately, the production of toys did not solve the problem and the company still had to store wood waste.

The decision was made to use it in furniture production. This task was commissioned by the company to the author of this text and Szymon Hanczar.

From the beginning we were involved in the process of creating the strategy for the brand, for which the furniture we designed would be the first product of this kind.¹ That is why we could jointly specify the characteristics of the designed objects. In the end, a dressing table system and a line of other tables were created. Coffee tables — easier to fabricate — were qualified for production first. We used wood waste to make table legs. It was possible to obtain a maximum of a 47-centimeter section for table legs from the available wood elements.

However, we intended the set to include a 60-centimeter-high table. We proposed solving this problem by equipping tables with double tops — the primary one and an additional one below, creating a “shelf” space underneath. In this way, the legs could be made in two parts — the upper part between the tops and the lower part between the top and the floor. As a result, we managed to overcome the limitations connected with the dimensions of the wood waste, while attaining the required height. The idea of double tops proved to be an attractive solution not only for structural but also functional and aesthetic reasons.

It was also used in the designs of other tables in this product line. The design was successfully put into production and the product was launched on the market in eight European countries. The project also proved significant as the commercial success of the product ultimately initiated the transformation of the business model of the investor’s company — from a subcontractor into a furniture manufacturer. The solution to the problem of waste management is another valuable result of the project.

My personal attitude to design as a way of solving problems, including dealing with the issue of excess, also played an important role. My approach to life and the world results from my upbringing. I remember the sight of my grandmother gratefully kissing bread before eating it and her foresighted planning of meals so as not to waste any of the products. It is natural for me to strive to minimize losses and maximize the possible use of resources. The projects on which I had the opportunity to encounter the issue of production waste made me realize that whether we consider it as a loss largely depends on our perspective of looking at the problem. I am convinced that with the use of appropriate resources, it can also be seen as profit.

Translated by Barbara Leszczyńska

1 The company manufactured mainly furniture components for other brands. Ragaba offered only unpainted wooden toys under its own brand.

The excess of clothes

Maria Szolc

The establishment of the Zara brand and the opening of its first high street store in 1975 was a breakthrough moment for the fashion world. Amancio Ortega introduced a new supply chain model. Until then, all clothing companies had relied on a similar production system, based on the launch of two (maximum three) collections per year — autumn-winter and spring-summer collections.

If a collection does not sell as expected, such a distribution model causes the unsold clothes to be held in stores and generates losses. Ortega created a huge design team charged with keeping up with changing trends and located production in the tightest area possible to limit and speed up transport. This allows Zara to introduce even several collections a year, minimize losses and significantly increase profits. Currently, Zara employs over 700 designers and the time that passes from initial sketches to the moment new clothes are available for buyers has been shortened to three weeks.¹ If Zara is considered only in the context of financial profit, it is a brilliant model but, from a broader perspective, many people pay a high price for it.

Other large companies have begun to imitate Zara's business activities. This has led to a situation where a lot of clothes are on the market, many of which are often of low quality. To increase profits, companies have transferred production to developing countries and save on materials. Often, these are fabrics permeated with toxic substances, sometimes in an amount that may disturb the endocrine system of the wearer. The production of such clothing is associated with dangerous working conditions for factory employees; it also significantly affects environmental pollution.²

While excess clothing creates excess waste, there is also the opportunity to develop new fabric production technologies based on recycling or using organic raw materials. H&M took a step toward improving this situation by establishing a foundation and organizing an annual competition aimed at identifying creators of new technologies in fabric recycling and in reducing the negative impact of the fashion industry on the environment.

Winning projects have included, for example, modifying marine algae in such a way that they become a natural and safe textile dye, or making original clothes from biodegradable mushroom roots.³ "The Holy Grail for sustainable fashion is to close the loop between wastes and resources. Use old materials again. Make new ones from the old ones and recycle the fibers,"⁴ said Marie-Claire Daveu in a Vogue interview.

Inspired by these words, I designed a collection based on the recovery of fabrics from worn-out clothes. I cut them into strips which I

1 www.inditex.com/how-we-do-business/, 15 June 2018.

2 www.ecowatch.com/Fast Fashion is the second dirtiest industry in the world, next to Big Oil, 15 June 2018.

3 <https://globalchangeaward.com/winners/>, 15 June 2018.

4 www.vogue.com/article/how-to-fix-fashions-sustainability-problem, 17 June 2018.

connected and then wound into skeins. Later, I crocheted dresses and a suit which were 100 percent based on recycling.⁵ The project will not become a mass production method, but it is a signal that highlights the problem of excess clothing and waste.

At this point, it is difficult to go back to “the times before excess clothing.” Increasingly short-lived products and lower prices make consumers buy more. My collection is an invitation to change this way of thinking and acting.

Translated by Barbara Leszczyńska

- 5 The Author’s collection was appreciated by the jury of the Fashion Designer Awards 2018 competition and qualified for the finals [eds].**

**Information overload
and the ability to learn.
A design of a set of
elements for learning
skills development**

Anna Szlachta

This project was developed as part of the course Functional Structures Design in the Department of Design Methodology (lecturers: Piotr Hojda (PhD), Stanisław Półtorak (PhD)) in the winter semester of the 2017/2018 academic year.

The generation entering the labor market today — generation Z, i.e. those born after 1990 (also known as generation C from the words *connect, communicate, change*, referring to the Internet, communication and readiness for change) — must face the changes taking place within the work model itself. Due to increasing life expectancy, extension of the retirement age, dynamically developing technologies in IT and artificial intelligence, and, thus, exponentially greater amounts of information, employers are increasingly expecting specific skills from young people.¹

Core work skills in the 21st century include creativity, critical thinking, analyzing information and using data, problem-solving, cognitive flexibility, and above all, lifelong learning, all of which should be developed during general education so that adults entering the labor market are fit for the new work model.² The modern public education system, however, does not meet these needs, as it is still based on the Prussian education model from the beginning of the 19th century, which focuses on memorization of encyclopedic knowledge in many fields. The system designed to educate generations of obedient citizens in the 19th century has spread throughout the world and is still commonly used today.³

This project was aimed at popularizing the development of learning skills through the optimal use of available methods based on the latest research in cognitive psychology. Generally, knowledge about such learning opportunities is contained in specialist scientific publications, which means it is exposed to just a small group of readers. Because of the limited familiarity with these methods, only a small percentage of people (including teachers) decide to use them while studying.

The most common learning method among children and young people is the repeated reading of a text, which, unfortunately, is not very effective. There are many teaching aids on the market, such as board games and internet applications, which help to consolidate knowledge. However, they always refer to a specific bundle of content, e.g. names of geographic regions, food chains in the animal kingdom, or specific foreign language vocabulary. There are definitely no universal solutions that can be used regardless of the type or level of the material being reviewed.

The aim of this project was to translate theoretical knowledge about learning methods into a product that is understandable and easy

1 **Natalia Hatałska, *Praca: scenariusze przyszłości*, Infuture Hatałska Foresight Institute, 2016.**

2 **Tony Wagner, *The Global Achievement Gap*, New York: Basic Books, 2010.**

3 **Piotr Mazur, *Zarys historii szkoły*, Lublin: Wydawnictwo Liber Duo, 2010.**

to use by every student. School curriculum was identified as the main field of application for this tool. Using a specific set of elements, the aim was also to demonstrate to students that the proposed learning methods do not require any specialist knowledge or significant time to organize the material. Furthermore, the selection of materials to implement the project was made with the goal of minimizing production costs (paper, cardboard, etc.). Developing learning skills even at the elementary school stage is extremely important as it helps shape the attitude of a person open to assimilating new content in adult life, analyzing it, comparing and referring it to a wider context.

The design consists of a wheel on which the user selects appropriate parameters: the method of studying, the study session time, and the number of people involved, as well as a set of 130 cards with pre-prepared tasks. The user chooses from thirteen different learning methods, all of which are based on the results of current research in the field of cognitive psychology conducted by institutes around the world.

The available methods include: checking knowledge through short self-tests, physical mapping of knowledge, setting a timeframe for reviews, immersion, several-stage questions (*how?*, *why?*), flash cards, mind maps, and graphic interpretation of the material, among others.⁴

There are 10 cards assigned to each method, marked in the color assigned to it: one card describes what the specific method comprises, then there are eight basic tasks, and one special task, which also teaches how to identify dependencies and cause-and-effect relationships between different parts of the material. The content of the tasks has been formulated universally, so that they can be used irrespective of the subject being studied. The set is targeted mainly at primary and secondary school students.

Use of the tools supports abilities to identify key information in a given batch of material, connect facts, edit texts autonomously to improve understanding, and determine interconnections between various issues. In principle, the set was designed in analogue format; however, it can also be digitalized (e.g. in the form of a mobile application). The project can be used by children for self-study or when they are learning with parents or peers, as well as by teachers during lessons or in pedagogical offices.

The step-by-step method of using the set is as follows. First, the student defines the scope of material which is to be studied, e.g. a chapter from the geography book *Great Geographic Discoveries*, a list of English words, or a chapter on the nervous system in a biology textbook. Next, on the core element of the set — the wheel — the student selects a parameter from each group and sets them on a common axis by turning individual wheels in any direction [→ page 414, fig. 1].

4 Radosław Kotarski, *Włam się do mózgu*, Warszawa: Altenberg, 2017.

The student can choose the following parameters:

1. What am I learning? (humanities, natural sciences, linguistic sciences, exact sciences)
2. Who am I learning with? (self-study, with a parent/guardian, with a friend/colleague, in a large group, e.g. in a classroom)
3. How much time do I want to spend studying? (10 min, 30 min, 60 min, 2 hours)

After selecting three parameters applicable to the situation, method fields appropriate to the given situation are exposed on the wheel. Next, the user selects groups of color-coded task cards from among the selected methods marked with the colors displayed on the wheel [→ **page 415, fig. 2**]. The next step is to select individual tasks from the indicated methods, e.g. “Choose five key pieces of information from the discussed material. Write three statements for each of the five that seem similar, but only one of which is true.” [→ **page 415, fig. 3**]. In subsequent sessions, the student should organize the material according to the formulated tasks and acquire knowledge using a different method [→ **page 415, fig. 4**].

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Hatalska, N., *Praca: scenariusze przyszłości*, Infuture Hatalska Foresight Institute, 2016.
- Kotarski, R., *Włam się do mózgu*, Warszawa: Altenberg, 2017.
- Mazur, P., *Zarys historii szkoły*, Lublin: Wydawnictwo Liber Duo, 2010.
- Wagner, T., *The Global Achievement Gap: Why Even Our Best Schools Don't Teach the New Survival Skills Our Children Need-And What We Can Do About It*, New York: Basic Books, 2010.

**Stopping the flood.
The media and special
images in the era
of fake news and the
democratization
of communication**

Paweł Starzec

Sociology has been confronted with photography from almost the very beginning of the two disciplines — both emerging at the same time. What is important, they each grew out of the same need to know the world in order to facilitate progress and the development of science. The beginnings of both these disciplines find their best representation in the activities of such figures as Lewis Hine and Jacob Riis, who referred to themselves as social researchers and directed the lenses of their cameras to manifestations of inequality and social stratification.¹

Over time, however, the convergence point of these two disciplines has become blurred; both the professionalization of positivist sociology and the development of a separate, artistic grammar of photographic language have served to separate them from one another. But photography has returned to the field of sociologists' interest as a social activity reflecting the contemporary practices of a picture-centric society — due to its increased availability and inscription into the ritual experience of individuals and communities on the one hand, and to its direct connection with the world of mass communication on the other.

The question arises as to the meaning of the image in the modern, hyper-visual world. As described by contemporary sociologists and anthropologists, the overload of images in contemporary communication — visual pollution² — is manifested from the gradual transfer of verbal communication and written texts to the transmission of the same information via images. Alongside the evolution of the press into modern media machines, bombarding the audience with messages via many channels at once, the image has gradually gained in importance.

Its appeal is based on the strong power to attract attention and the non-contextual properties of photography itself — its susceptibility to freely changing contexts and its ability to manipulate the image as the authentication of proclaimed theses, which coincides with the increasing ease of reproduction. Image overload is part of a wider process of information overload — information which is illustrated by these images.

Sociology is, therefore, trying to interpret images as elements of social life. The framework through which this interpretation can be performed is different and often internally contradictory, starting with the dilemma of the innocence of the eye, which either remains objective when the picture is taken by a researcher or charges subjectivity when the picture is taken by an ordinary mortal. Another approach involves interpreting images through the prism of Bruno

1 Naomi Rosenblum, *Historia fotografii światowej*, trans. Inaz Baturó Bielsko Biała: Wydawnictwo Baturó/Grafis Projekt, 2005.

2 Adriana Portella, *Visual Pollution: Advertising, Signage and Environmental Quality*, London: Routledge, 2016.

Latour's³ theory, treating them as quasi-subjects — non-human elements of social life but having the capacity of social interaction similar to humans.

Although the observation concerning agency and influence seems to be accurate, this approach does not take into account the mechanisms of the impact of the images themselves, their manner of distribution, or the processes enabling different recipients to understand the content they communicate in the same way. Finally, images can be considered as a communication element per se. The image as a communication element should be interpreted in relation to its context, but with the awareness of distinct processes of giving and understanding meaning that occur in relation to visual materials.

In this interpretation, while the meaning of an image arises from its context, depriving a given image of its original context will not make it completely indecipherable. In communicative interpretation, images do not function in a void as objects of research or quasi-actors of social life; they are socially subjected to processes of constant exchange and recontextualization that form their significance, meaning, and the social practices around them.

So, how are images communicated in the world of visual excess? How does their communication affect how we understand them? It is worth mentioning here two theories in the field of communication and media which will be an important framework in which to consider this issue. Unlike terms introduced by Walter Lippmann in sociology (e.g., stereotype) and the world in general (e.g., Cold War), his agenda-setting theory⁴ did not have such penetrating impact. In it, the media is an extremely important element in building universal consent to a socially accepted ranking of current world events according to significance.

Lippmann presents the media as a bridge between real events and what the general public considers important. The media form our vision of important phenomena, filtering the world and providing messages about it in an appropriate eye-catching form. According to Lippmann, because public opinion has a limited capacity for attention — in other words, decisions made in the media will shape not only the top of the pyramid of significance, but also the part that remains unnoted — as the public is only able to focus attention on some issues.

Understanding this mechanism, both public actors and the media themselves can shape the hierarchy of importance in such a way that matters that should remain unnoted are beyond the reach of most recipients. For example, politicians will push through unpopular laws in

3 Bruno Latour, "Przedmioty także posiadają sprawczość," *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki*, Ewa Domańska, ed. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 2010.

4 Walter Lippmann, *The World Outside And The Pictures In Our Heads*, <http://xroads.virginia.edu/~hyper/lippman/ch01.html>, June 11, 2018.

packages of acts because only some of them will be protested. What is the role of images in all this? The world of mass communication is governed by the concept known as *infotainment*.⁵ Introduced as a concept critical of the gradual dissemination of this process, the word means a fusion of information and entertainment, intended to secure mass reception of messages and engagement of those to whom the message is directed, using low contextual content placement methods.

Just as modern architecture is essentially mass-behavior engineering, and the science of human flow is the basic tool to maximize investor profits by constructing space so that the individual is doomed to the greatest possible exposure to advertising stimuli, the world of information is governed by *click-throughs*.

This term means the extent to which a mass audience has responded with engagement to the content being delivered, interacting with the sender. The image has become a much more important tool in the process than just an illustration. Thanks to the possibilities of dissemination, it is a very effective tool for exerting influence on individuals and, due to the impossibility of obtaining full information without the context of embedding, it is prone to manipulation. The reliability of journalists — more and more often replaced by participants in events — matters a lot less. In the world of infotainment, the speed of reaction is more important than the quality of information transmitted.

The well-known phrase of Marshall McLuhan, “the medium is the message,”⁶ also proves useful when applying his theory (first published in the 1960s) to later times. Although the imminent end of the Gutenberg Galaxy did not occur with the development of technology — as he preached in one of his other works — and the reception of information is still based on the sense of sight,⁷ images in mass communication are a perfect example to explain his assumptions about technology as an externalization of man.

The image is a message in itself; social interpretations of images as a confirmation of the reality of a given event allow the actors who create public opinion to manipulate the reception of real events through the way they are visualized in media communications. Going further, according to the online saying “pics or it did not happen,” images become an extension of reality and, over time, successfully take its place. In the provocatively entitled essay, *The Gulf War Did Not Take Place*, Jean Baudrillard proves that the reality of war loses in importance

5 David Demers, *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a Guide for Students, Scholars and Professionals* Spokane, WA: Marquette Books, 2005.

6 Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, Cambridge, MA: MIT Press, 1994,

7 Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Toronto: Univ. of Toronto Press, 2011.

thanks to the media representation of the conflict; as a result, due to the exhaustive coverage of the situation from the front, public opinion holds that the conflict occurred in isolation from its real course.⁸

Although Baudrillard argues that the war itself might have never happened, regardless, both sides were beneficiaries of the media uproar, thereby strengthening their positions. The biggest gain, however, falls to the media themselves, which reinforced their position as an indispensable element in the modern world as supervisors of the information highway. The perversity of history, however, resulted in the next war on the same territory occurring in a completely different media setting.

In terms of general awareness, the war in Iraq will not be recorded through carefully curated media coverage of monuments being ruined and precisely edited manifestations in the theater of war, but through amateur photographs taken as souvenirs by a group of soldiers stationed at the Abu Ghraib prison. Again, referring to McLuhan in the analysis of the significance of the medium itself in the formation of a message, it is necessary to consider what is the significance of the function of images in the change in the media themselves, connected to the democratization of communication and the demise of the traditional press.

The end of the 1990s brought a slow but spectacular changes in the field of mass communication. The emergence of Web 2.0 — the Internet no longer focused on experts and professionals, but a tool that allows the free expression of thoughts by ordinary users — will eventually turn out to be the beginning of the end of the world of print media. Democratic access to communication channels will overturn the old hierarchy of Lippmann's theory. It is no longer a handful of the chosen who are continuously making selections of relevant materials through the prism of their internal politics and subjective views, but rather we access with one click a muddle of different channels, often divergent or even, in extreme cases, contradictory, tailored to our individual needs.

An image communicated on social media at the speed of light and very easily going viral will be the basis of our processes for experiencing and assimilating the world. Visual overload is just a manifestation of content overload resulting from the spread of the subjective internet. However, in the world of complete and permanent access to everything, we become curators and editors, independently selecting communication channels according to our preferences. Trying to keep up with the changes, the media puts more emphasis on click-throughs, further developing infotainment, and we have come full circle. Observing the dynamics of the democratized world of mass communication, largely based on images that have evolved

8 Jean Baudrillard, *The Gulf War Did Not Take Place*, trans. Paul Patton, Bloomington: Indiana Univ. Press, 1995.

into content themselves, it is necessary to consider some of them that play a role that goes far beyond their original context.

What are the social functions of today's icons, culturally designated special images, whose function was to integrate the participants of identical cultures around a common set of values, a vision of history, and their own identity? As part of my research in this era of democratized communication, I call special images new icons and, depending on the cultural affiliation of their recipients, I refer to their sets as new *iconographies*.⁹ As both the terms *icon* and *iconography* have their own sociological connotations,¹⁰ it seems important to explain the reasoning behind the choice of this and not other terminology.

The new iconographies are an example of how the social reception of photographs changes — how a specific photo becomes so important that it becomes the focus of social impact and influences the understanding of a story by a given audience. The form of contemporary iconography as a set of images with a particular, supra-subjective way of influencing an audience based on culturally-rooted ways of intersubjective understanding and communication results from the ways in which classical iconographies behave when faced with the democratization of visual communication.

First of all, the new iconographies differ from the classical ones in regard to the processes that make up the mechanisms of their formation and social impact. The original iconographies depended on culture on the broad, macrosociological level. Their understanding resulted from the internalization of culture in its classical form, assuming unity of place and time, shared by participants of the same group — what Giddens¹¹ described as one of the inherent components of the world before the advent of the modern day.

Late modernity, with a split in the relationship between culture and the unity of place and time inseparably inscribed in its character, combined with the processes of democratization of communication, result in a change in the structure and scope of the impact of/on cultures. A more democratic community, without the necessity of territorial integration between its members, will be able to produce cultural texts and communications with a completely different level of abstraction. To a certain extent it could even be argued that the decoupling of communication and territoriality enabled by new communication actors in the form of multidirectional means

9 The theory of new iconography is at the core of my scientific work as part of doctoral studies at ISNS UW and the main topic of the doctoral dissertation, which I am currently preparing under the supervision of dr hab. Paweł Moźdzyski.

10 Gillian Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych*, Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.

11 Anthony Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2002.

of communication allowed cultures to break away from issues related to the reality of a given place and focus on the content directly related to the *identity* aspect of a specific group.

Since the group does not share space and time, its role as a community is no longer to defend individual participants against predators or other threats, so it must find other elements attracting potential participants, such as a coherent and appealing identity along with the resulting disposition regarding lifestyles and symbolic culture. When treating iconography as an element of a given culture, special attention should be paid to the evolution of the social impact of the iconographies incorporated in that culture, resulting from the changes in the functioning of the culture itself.

Recognizing icons as an inherent element of each culture, acting as an additional integrator and, at the same time, an empirically tangible emanation of the culture, special images may be analyzed as other symbolic manifestations of the specific culture. They strengthen the sense of unity within a given community and are a tool for distinguishing between us and others. The symbolic character of images additionally reinforces their segmenting nature and their function — the image, despite the best efforts of visibility researchers, photographers, and curators, is not a separate language, and understanding the meaning of a photograph does not require any separate set of skills.¹²

The posthumous picture of Che Guevara described by Berger illustrates the extent of this process. In the first understanding, the raw documentation of military triumph over the partisans has a twofold symbolic potential. Firstly, it is itself a point of reference in the history of visibility, similar to the mechanisms described in the *Mnemosyne Atlas* by Aby Warburg.¹³ The importance of the event itself is reflected in the intentional — or not — copying of the photographic arrangement itself, which could well be a renaissance picture.

The second layer of symbolism results from the context in which the person in the picture is set — while documenting the victory over Guevara, the picture is a reference point for both his opponents and followers. The symbolic character — by which I mean in this case, the function of representing a broader geopolitical and historical phenomenon, significant for a given group (such as, for example, war, revolution, a tyrant's death) — requires competence to read not only the original context of a specific photograph, but also the wider one, escaping the direct description of embedding a given image in the context of processes and phenomena.

Mussolini's death, photographed by Vincenzo Caresse, is at first glance a dramatic picture of the hanged man, but with the increased competences necessary for its proper reading and placement, it becomes a

12 John Berger, *Sposoby widzenia*, trans. M. Bryl, Warsaw: Fundacja Aletheia, 2008.

13 Aby Warburg, *Atlas obrazów Mnemosyne*, trans. P. Brożyński, and M. Jędrzejczyk, Warsaw: Narodowe Centrum Kultury, 2016.

symbol of the fall of fascist Italy and one of the many ends of World War II. In conclusion, images — in the mass-communicated form and included in the symbolic culture of a given population — antagonize and unite, depending on the viewer's affiliation. This antagonizing function of iconography is reflected in the biographies of individual images.

Let us take the widely noted publication of the picture documenting the course of events during the 1982 demonstrations in Poland (Zbrodnia Lubińska), with Michał Adamowicz being carried by other protesters a moment after the fatal shot. The use of this image as an advertisement for vodka on a corporate social network account was blamed on the ignorance of people approving its use. This ignorance is an important example of discrepancies in iconographic culture between generations belonging — according to modern definition — to the same cultural sphere because of common national identity.

The post-modern interpretation of this issue shows these potentially identical cultures as separable; as a result, publication of this photo is not a mistake, but a discrepancy in its symbolic interpretation. A similar fluidity in the interpretation of images, which for particular cultures are symbolic images of high significance, deepens the antagonistic nature of cultural difference *per se*. The sanctity and relevance of given images are often neglected not due to negative intentions, but because of the lack of the symbolic competence needed to interpret them.

In a world of visual overload, the special role of images as carriers of cultural value, encoded in the image itself in the form of its symbolic load, will be one of the few distinguishing features that will eliminate individual images, designated for specific tasks, from the stream of visual content which is natural in democratized communication. The rituals connected to the new icons will result from their socially assigned importance. Certain images, granted socially or arbitrarily assigned *sacrum* status, will become a kind of visual weapon that, through reproduction tools, will essentially be a key factor in constructing the identity of groups and disciplining particular populations.

In his analysis of the relationship between violence and the state, Norbert Elias measured the success of a specific state organism in managing the masses by the skillful acquisition of control over instruments of violence by the state apparatus.¹⁴ Going further, the real threat of confrontation with a state that is stronger than us gives way to a softer form of control of violence through the population's widespread awareness of the risk. As a result, we are not afraid of direct danger, but rather through socialization we are accustomed

14 Jonathan H. Fletcher, *Violence and Civilization: An Introduction to the Work of Norbert Elias*, Cambridge: Polity, 1997.

to the awareness that such a threat exists — in a manner similar to that described by Foucault in *Discipline and Punish*.

Control ceases to depend on direct contact with state instruments (violence or supervision) and becomes an inherent element of a particular culture, instilling a systematic disposition regarding desirable behavior as automatism, going beyond the potential threat of punishment.¹⁵ A perfect example of this process may be the state (or, in general, institutional) form of pursuing historical policies — sepi- zation and countersepi zation¹⁶ of specific issues in the history of a given population, — and giving them a specific, symbolic manifesta- tion in the form of intersubjectively communicable images, which enables control of the generalized perception of the world by people subjected to control.

Before the advent of democratic mass communication, state power had, by definition, a colossal formative influence on the communication system. Concessions, support, press control tools, and even press agencies, all these instruments formed the framework for the func- tioning of newspapers, weeklies, and other media based on the dis- semination of images illustrating current events. Going further, the same state institutions performed control functions over systems of incomparably greater range.

You can decide not to read newspapers. But can you avoid learning at an institutionalized school with its top-down concept of world history and order, replicated through textbooks, class schedules, and illus- trations of commemorative events? Iconography ceases to be just an antagonistic instrument here and now in the context of particu- lar cases of the *understanding* and the *misunderstanding* of specific icons depending on cultural competence and becomes an element of historical policy, giving a visual dimension to specific phenomena and fulfilling the role of permanent intra-group integration and ex- ternal antagonization.

The school shapes social imagination and symbolic associations abo- ut a given phenomenon through the constant replication of speci- fic content, desirable within the framework of current historical po- licy. An example of such processes may be the current upward trend regarding interest in the issue of Polish-Ukrainian conflicts, which is reflected in the creation and growing popularity of the rhetorical figures of *Żołnierze Wyklęci* (the Cursed Soldiers). Its scope allows for equal recognition of unquestioned war heroes and commanders who directed the execution of crimes against civilians. A reflection of the institutional takeover of the iconographic cult of the Cursed

15 Michel Foucault, *Nadzorować i karać*, trans. T. Komendant, Warsaw: Aletheia, 2002.

16 M. Czyżewski, K. Dunin, and A. Piotrowski, eds., “Cudze problemy czyli wstęp do sepologii,” *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, Warsaw: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 1991.

Soldiers may be the dissemination of their images in the form of monuments, historical publications of state institutions, and, above all, the inclusion of their images in the institutional curriculum of Polish history taught in schools.

The Polish example, being close and current and thereby allowing participant observation, is obviously not the only example of the instrumentalization of iconography as an element of a state system of control over the ideological identity of its citizens. Another example, interesting because of the opportunity to observe the process from its creation, as well as the nature of the icons widely reproduced by the media, is the Dabiq agency, established along with the Islamic State of Iraq and the Levant — ISIS. Visual materials related to the operational period of the self-proclaimed Islamic State are an example of the images of war waged since the democratization of mass communication. The images of this war are meant to fulfill specific goals, and have been created by conscious actors who aimed their activities at influencing the viewer in a particular way. They are the carrier of the regime's agenda in a system in which verification is difficult. Externally, they are intended as propaganda, terrifying with their cruelty and strengthening the confirmation of the absolute ruthlessness of ISIS warriors. Internally, however, they are meant to integrate the community and strengthen it in actions desired by the authorities, referring to symbolism and the internal culture. Among the communicated materials, there are, for example, posthumous images of martyrs and their widows. This symbolic order is reproduced in virtually all messages with particular emphasis on their quality and ease of assimilation — many of them simplify religious Arabic terms and form a concept known as cool jihad. The modern and dynamic depictions of the death scenes of infidels — somewhat resembling music videos — have the potential of reaching and indoctrinating more people, especially since they are skillfully distributed using popular communication channels. ISIS uses social networking sites, creates memes, does everything necessary to fit into the world where everyone communicates with everyone, where each message takes much less time to get to the recipient. On the other hand, the reaction of Western media and audiences is an example of the helplessness of traditional media in the face of the transformation of both the war and the mass media. The reproduction of propaganda materials on newspaper front pages — such as a freeze frame from the film documenting the execution of James Foley — is in fact the implementation of their creators' intentions. Singular events, such as *The Independent* deciding to publish on its front page an editorial in the form of text against a black background instead of a picture of the execution,¹⁷ are examples of attempts to cope with the new situation and face the changing times.

17 *The Independent*, October 5, 2014, 1.

Similar are the attempts at legal regulation on the viewing and dissemination of propaganda material, and the withdrawal from publishing direct images documenting the conflict and instead using symbolic representations. The latter procedure, often drawing from image banks, equally results from the conscious decision to exclude taboo material, as well as the necessity to operate poorly-funded mass communication channels after the democratic change. Editors do not want to send reporters to the ISIS-dominated zone because of the danger and the lack of economic support. However, this does not alter the fact that, irrespective of the basic motivation, images generated by the ISIS mass communication agenda are not excluded from the mass media, and their propaganda function is extended. The iconography of this war is comprised of captured images, deprived of the original symbolic meaning given to them by their creators, and of images of symbolic and generalizing significance, devoid of a documentary function — such as staged stock images, depicting an Arab terrorist played by an actor. As these images continue to fulfill their communication function and are understood by recipients aptly associating them with the message they are meant to carry, it happens that the pretended or fragmented violence in the visual representations still fulfills its communication role in the infotainment doctrine; it not only catches the eye, but it can also be replicated. At the same time, the images illustrating conflicts related to ISIS fulfill an additional iconographic function, integrating both sides in the conflict internally and pulverizing them against each other, and thereby strengthening the image of ruthless fighters who will not hesitate to do anything.

Regardless of the location of the theater of war, soldiers remain human and, just as everyone else, they construct identities as participants in the information muddle in the era of democratized communication through such tools as Instagram, Facebook, and Twitter. The role of personal letters from the trenches has been assumed by amateur pictures recording the war from the perspective of direct participants. And, as in the case of the pictures from Abu Ghraib some fifteen years ago, amateur photographs meant as intentional, commemorative documentation of events taking place in the prison, so the present recordings of war do not differ in character from the recordings of everyday life, which we make as Instagram users by uploading photos of elegant breakfasts, conference rooms, and relaxation by the water. Like all other images entering the information highway, the photos uploaded by soldiers on their social media profiles are more than a dry message about a phenomenon. Their purpose is legitimization of the individual identity chosen by the user-soldier, in a similar way in which newspaper photos once testified to the reality of the phenomena described. Backstage shots mingle on these profiles with updates from the front lines. Instagram and its geotagging feature also affect the dynamics of war operations. For example, Russia's

participation in warfare at the beginning of the war in Ukraine, now unmistakable but then officially denied by the rebellious authorities, was confirmed by Instagram geotags, through photographs made available by the soldiers themselves and tagged abroad.

If at one time the professionalization of the photographer's work allowed the state to exercise a superior control function over what images of war were created and circulated, the popularization of easy-to-use tools and widespread access to them affect the democratization of the image of war. If Mussolini's death went down in history as an iconic photo by Caresse, then the death of Muammar Gaddafi has been recorded on the pages of history and newspapers front pages through photographs of the dying dictator taken by one of the soldiers, first reproduced as a picture on the camera screen, then directly available in information agencies. Can you imagine more powerful proof of the end of the old media functions? If, as McLuhan said, the medium itself is the message, does the transfer of war from the columns of the press to the highway of Instagram feeds change the mechanisms of war itself? If, as Baudrillard claimed, the Gulf War *did not take place*, it could now be easily verified through the private communication channels managed by the alleged participants themselves.

Trying not to lose their importance in the era of multimedia excess with the advent of infotainment, newspapers have become multidimensional portals, using not only banks of illustrations but also the benefits of modern technologies and the ease of communicating extensive multimedia materials. Photographers themselves, ceasing to be needed in the old way as the driving force of the media machine, sometimes choose to distinguish themselves and professionalize their activities in various press photography contests. Adhering to seemingly outdated principles originating from the ethos and the code of conduct internalized by photojournalists, the regulations of these competitions provide very important insight into the hierarchy of values of the entire press photographers group at a time when the media can do without them. In the regulations for the World Press Photo competition — emblematic of the entire competition system and the most widely recognized by audiences — are very specific requirements regarding the admissible range of the manipulation of photographs. These regulations, however, mainly concern the scope of manipulation of the essence of the photographic image itself and focus on indicating the degree of post-production modification that is allowed. At the same time, almost every edition of the competition for several years has had allegations raised about one of the winning projects. In one of the most famous situations of this type, Hossein Fatemi, the creator of a documentary project on contemporary Iran, was charged with manipulating and misrepresenting facts. And so, one of the awarded photos depicted a naked woman lying in bed, described by the photographer himself as a prostituting mother, but

who actually turned out to be a model. She considered the session an opportunity to cooperate with a foreign photographer and initially did not even know in what context she would subsequently be presented. But integrity in terms of factual reality is of secondary importance — in this case and in the world of press photographers after the fall of the old media. The most important thing is the use of appropriate aesthetic keys and tools, which in practice constitutes a development in the profession which seems to be fading away in terms of public demand.

In conclusion, the earthquake associated with the changes in mass communication finds its representation in the changes in the world of visual material. The very identification of the present times as an era of visual excess does not seem to describe the forces behind the radical acceleration in the circulation of images and the density of information on high-speed networks, through which images reach us. So, what is the fate of the image in the era of democratized communication, the Web 2.0 Internet, and the late-postmodern separation of group perceptions of unity of place and time? Images are an element of a complicated machine — *infotainment* — which has become the paradigm of the functioning of classical mass media. This fusion of entertainment and information feeds on images because they fuel the audience's interest by attracting their eyes. Thus, photography has become loosely linked to the reality it communicates in the columns of print and online newspapers. It is able to function within separate narratives about the world as a result of the susceptibility of images to being given new contexts. The traditional role of images as the authentication of the media's message is over. And the dramatic nature of the image does not in itself eliminate it from communication, because the selection of images suitable for publication is subject to a profit and loss calculation. The potential shocking power of the image lies in the context in which it is read, not from the image itself. Attempting to regain their former theoretical position as the central, key element in shaping public opinion, newspapers are trying to remain relevant, but Instagram feeds, Twitter posts, civic journalism, and memes are taking over their place in the transmission of contemporary world narratives. At the same time, some images gain the status of special images. Formerly, they directly exerted their influence from the columns of newspapers, where they illustrated important historical moments, now it occurs as a result of more complex processes of constructing narrative structures by actors of influence. The world of post-modernity is a world composed and illustrated by means of new iconographies, which correspond to the stratified middle of cultures to which membership no longer requires territorial and temporal unity. The iconicity of images results from the potential to assign meaning to them through the policy of constructing identities for particular groups, not from being faithful representations of events from the past. New icons are created not

due to the content directly and symbolically communicated by them, but because of the ritual significance of a given picture in its present interpretation and its disciplinary potential. Reversing McLuhan's maxim, in the modern world where actors in visual mass communication are so dispersed, not only is the means of communication a message, but the paradigm of the constant, continuous exchange of information becomes a message in itself, spontaneously strengthening its position each time we refresh our feeds.

Translated by Barbara Leszczyńska

Bibliography:

- Baudrillard, J., *The Gulf War Did Not Take Place*, Bloomington: Indiana University Press, 1995.
- Berger, J., *Sposoby widzenia*, translated by M. Bryl, Aletheia, Warszawa 2008.
- Czyżewski, M., Dunin K., Piotrowski A., *Cudze problemy, czyli wstęp do sepologii*, in: *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, Warsaw: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 1991.
- Demers, D., *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals*, Milwaukee: Marquette Books, 2005.
- Fletcher, J., *Violence and Civilization: An Introduction to the Work of Norbert Elias*, Cambridge: Polity Press, 1997.
- Foucault, M., *Nadzorować i karać*, translated by T. Komendant, Warsaw: Aletheia, 2002.
- Giddens, A., *Nowoczesność i tożsamość*, translated by A. Szulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Independent. Editorial. October 5, 2014, 1.
- Latour, B., *Przedmioty także posiadają sprawczość. Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki*. Edited by Ewa Domańska. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 2010.
- Lippmann, W., *The World Outside and the Pictures in Our Heads*, <http://xroads.virginia.edu/~hyper/lippman/cho1.html>, accessed 11.06.2018
- McLuhan, M., *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press, 2011.
- McLuhan, M., *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, MA: MIT Press, 1994.
- Portella, A., *Visual Pollution: Advertising, Signage and Environmental Quality*. London: Routledge, 2016.
- Rose, G., *Interpretacja materiałów wizualnych*. Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Rosenblum, N., *Historia fotografii światowej*. Translated by I. Baturó. Bielsko Biała: Baturó Grafis Projekt, 2005.
- Warburg, A., *Atlas obrazów Mnemosyne*. Translated by P. Brożyński, and M. Jędrzejczyk. Warsaw: Narodowe Centrum Kultury, 2016.

Consumption and “excess”: six myths to discard

James Woudhuysen

Like the liberal left, many designers suffer from self-delusion. Many are content with a great amount of orthodoxy in design, and especially in design education; only rarely are critiques made of fundamental and long-standing premises.¹ So let us critically examine six orthodoxies contained in the Theme for this conference, orthodoxies that are in fact myths.²

Designers always need to question the received wisdom. After all, in design we often do not accept “the problem as given.” That is one of the great things about the discipline.

Myth 1: We suffer from excess and “stuffocation”

For those fond of spreading this myth, impressions speak volumes. But the idea that we all own too much, and too much stuff in particular, may say more about the lifestyles of experts in the West than it does about those in the vast majority of the world’s population.

Take housing. Are our houses really excessive? Are they too large, for instance? In the US, which has, with Australia, the world’s largest houses, sizes are in decline. For the 800,000 new detached or semi-detached homes completed in America in 2017, the median size was down to 225 m², after an all-time high of 229 m² in 2015; sizes also fell in and after the 2008 recession, as they did in new flats or developments in which multiple families shared common facilities (2017 completions: 360,000).³

Endlessly bigger houses are by no means a given in the US economy.

The typical American home is relatively spacious. But if we go to Britain, conditions are much more cramped. In the London borough of Barnet, plans drawn up in 2017 to turn the council’s housing department into more than 250 flats envisaged them as much smaller than the UK national space minimum of 37 m² for a person living alone. The smallest homes, indeed, were going to be just 16 m².⁴

Britain’s houses are getting smaller. As late as the 1970s, the average British home spread out over 55 m². Today, that figure is down to about 47 m².⁵

1 A recent exception to this rule is Jon Kolko, “Enough Design Methods”, *The Modernist Studio*, May 28, 2018, <http://www.themoderniststudio.com/2018/05/28/enough-design-methods/>.

2 See: “Theme,” *FairDesign 18*, <http://fair-design.pl/en/>.

3 US Census Bureau, “Median and Average Square Feet of Floor Area in New Single-Family Houses Completed by Type of Financing,” <https://www.census.gov/construction/chars/pdf/squarefeet.pdf> and US Census Bureau, “Median and Average Square Feet of Floor Area in Multifamily Units Completed,” https://www.census.gov/construction/chars/pdf/mfu_squarefeet.pdf.

4 Robert Booth, “‘Dog kennel’ flats in Barnet will be 40% smaller than Travelodge room,” *The Guardian*, March 27, 2017, <https://www.theguardian.com/society/2017/mar/27/dog-kennel-flats-barnet-house-smaller-than-travelodge-room>.

5 LABC Warranty, *Are Britain’s Houses Getting Smaller? (New Data)*, April 2018, <https://www.labcwarranty.co.uk/blog/are-britain-s-houses-getting-smaller-new-data/>.

1970s average British home



2018 average British home



Families in Britain do not at all enjoy an excess of space. And it is a similar story elsewhere. As Dr Szymon Hanczar points out in his conference paper “Managing Needs –13 m²,” small 12-16 m² flats have been around in countries such as Germany, and in Wroclaw, Poland, since the 1990s. The downsizing that anti-consumption environmentalists urge upon us is already a fact. But as Dr Hanczar believes, people — and especially couples — need more space than this.

Perhaps, agreeing with UBS research, we should look forward to the end of the kitchen, because food delivered to the home is now “part of a megatrend which shouldn’t be ignored,”⁶ and might be thought an example of the Sharing Economy – Airbnb, Uber, and all that. In this scenario, Deliveroo and companies like it help in the miniaturization or outright abolition of kitchens in new-build homes.

But like tomorrow’s houses, the offsite kitchens in which in-home meals are now prepared are also getting smaller and smaller. Many are now windowless metal containers.⁷ In this branch of caring and sharing, like others, the meanness of the gig economy is easy for all to see.

In the key domain of human habitats, the picture is one not of excessive consumption, but of space that is tight and still tightening. In China and Hong Kong, house sizes are smaller than those in Britain. So the world needs more housing, yes.⁸ But it also needs bigger houses, and designers should say so.

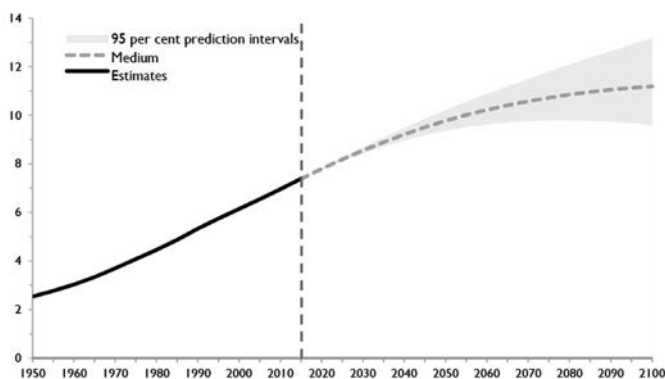
Myth 2: Every eight years there are a billion more of us

This myth, which concerns population, is statistically very easy to dismiss. The mentality behind the myth, however, deserves more detailed criticism.

- 6 UBS, quoted in David Marino-Nachison, “Food & Dining: Predicting the ‘Death of the Kitchen,’” *Barron’s*, June 20, 2018, <https://www.barrons.com/articles/food-dining-predicting-the-death-of-the-kitchen-1529494200>.
- 7 Sarah Butler, “How Deliveroo’s ‘dark kitchens’ are catering from car parks,” *The Guardian*, October 28, 2017, <https://www.theguardian.com/business/2017/oct/28/deliveroo-dark-kitchens-pop-up-feeding-the-city-london>.
- 8 James Woudhuysen, “The future of housing,” *Blueprint*, December 2017, www.woudhuysen.com/the-future-of-housing/.

World population is currently 7.6 billion. According to the United Nations in 2017. “Ten years ago, the global population was growing by 1.24 percent per year. Today, it is growing by 1.10 percent per year, yielding an additional 83 million people annually. The world’s population is projected to increase by slightly more than one billion people over the next 13 years, reaching 8.6 billion in 2030, and to increase further to 9.8 billion in 2050 and 11.2 billion by 2100.”⁹

World population, billion: estimates, 1950-2015, and medium-variant projection with 95 per cent prediction intervals, 2015-2100



Clearly world population does not rise by 1 billion “every” eight years, but more like over the next 12-13 years. After 2030, indeed, it should take about 20 years for population to rise by 1.2 billion; after 2050, it should take half a century for population to rise by 1.4 billion.

Alarmist exaggerations of population growth reflect Western fears. The West fears being overwhelmed by Africa’s exploding cities, African immigration, and, long term, by populous China and Asia. In this simplistic framework, population increase is seen not as an opportunity to bring more brains and skilled designers into the world economy, but as a burden on “only one Earth.”

In the lurid but also highly limited Green imagination, the finite supply of natural resources is threatened by the demand of too many mouths to feed, each of them consuming too many goods. Importantly too, no clear role is assigned in this timeless black-and-white scheme to technological development of the economy, for labor, or for design, unless all three are directed simply at reducing humanity’s use of resources.

The Malthusian view of population is common nowadays.¹⁰ Moreover, Malthusian design projects are widespread in Africa, where design

9 United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables*, Working Paper No. ESA/P/WP/248, 2017, https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf.

10 James Woudhuysen, “The silent war against population growth in Africa”, *Spiked*, January 2018, <http://www.woudhuysen.com/silent-war-population-growth-africa/>.

initiatives led by the United Nations, the EU and others are strongly orientated to “family planning.” Thus in Zambia, the prestigious designers IDEO work with the World Design Organization to lower fertility rates. One of IDEO’s leaders gives the example of IDEO “transforming a drab, traditional clinic into an accessible and inviting pop-up »Diva Centre« in Zambia, where teenage girls paint their nails while informally receiving information about sexual health. By taking a human-centered approach, spending weeks immersed in and understanding the lives and aspirations of Zambian teens, she said IDEO.org was able to increase the number of girls receiving family planning services through a multi-touch point approach [sic]. Working with Marie Stopes Zambia, IDEO.org has since launched three Diva Centres around Lusaka, which are serving more than 5,000 girls getting them the contraception they need. A staggering 82% of them have adopted some form of birth control, most for the first time.”¹¹

One might think that design’s priorities in Africa ought to lie with large-scale endeavors, with the electrification of organizations as much as of households, and with the irrigation, mechanization and digitalization of agriculture.¹² But these things turn out not to be the priorities of design missionaries headquartered in Palo Alto, California and Montreal, Quebec. IDEO and the WDO are much more interested in curbing fertility among a few thousand African women than they are in putting design at the service of African development.

How long before the institutions of the international design community bring carefully designed family planning services to Poland?

Myth 3: Citizens of developed economies feel satiated

This is a claim so extraordinary, it can only be made out of ignorance. Who is to define satiation? How is the feeling of satiation to be measured? How can it be measured in a neutral manner — one that does not, by accident or intentionally, push poll respondents toward a foregone conclusion? Few have tried to answer these questions. In place of a survey of attitudes, then, one must make do with simple, empirical statistics.

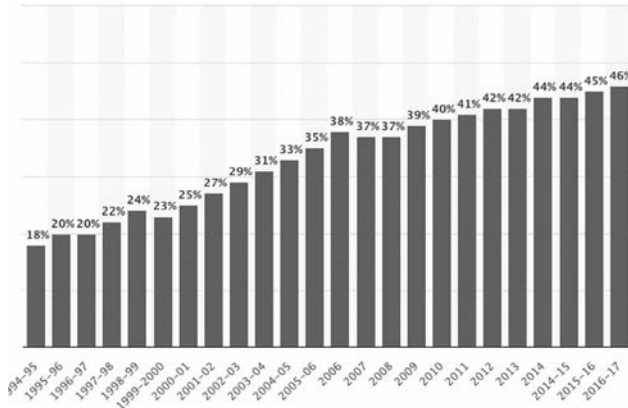
Take a simple chore such as washing dishes at home. Not all, but certainly many, people would prefer to get that job done automatically with a dishwashing machine. Yet if we look at a developed economy such as Britain’s, we find that fewer than half the population has a dishwasher.¹³

11 World Design Organization, “Design policy conference,” October 15–16, 2016, before a crowd of 1500 people, Taipei International Convention Centre, <http://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdctaipai2016/activities/design-policy-conference/>.

12 James Woudhuysen, “Africa: what would real progress look like?,” November 2017, www.woudhuysen.com/africa-what-would-real-progress-look-like/.

13 Statista, “Percentage of households with dishwashers in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2017,” 2018, <https://www.statista.com/statistics/289151/household-dishwashing-in-the-uk/>.

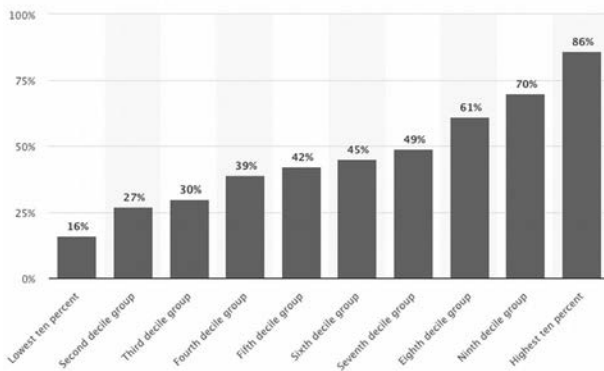
UK dishwasher ownership, 1994-2017



Clearly British demand for dishwashers is far from satiated. Moreover, other appliances are missing from many UK homes. About 93 percent of British households have a microwave oven, and 97 percent a washing machine; but just 56 percent have a tumble dryer, down from 59 percent in 2008.¹⁴

It is not hard to see why some people do not have dishwashers: ownership is strongly stratified by income.¹⁵

UK dishwasher ownership in 2017, by income decile



14 Statista, “Percentage of households with microwave ovens in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2016,” 2018, <https://www.statista.com/statistics/289155/household-microwave-penetration-in-the-uk/>; “Percentage of households with washing machines in the United Kingdom (UK) from 1970 to 2017,” 2018, <https://www.statista.com/statistics/289017/washing-machine-ownership-in-the-uk/>; “Percentage of households with tumble dryers in the United Kingdom (UK) from 1995 to 2017,” 2018, <https://www.statista.com/statistics/289140/tumble-dryers-in-households-in-the-uk/>.

15 Statista, “Percentage of households with a dishwasher in the United Kingdom (UK) in 2017, by gross income group,” 2018, <https://www.statista.com/statistics/289281/household-dishwashers-in-the-uk-by-income-group/>.

So the ownership of domestic appliances, and a supposed or inferred mass satiation with those kinds of products, are not simply a consequence of the Earth's finite resources and humanity's insatiable demands. Even among common "white goods," ownership levels depend on *social class*. We can be sure that, in a housing- and class-obsessed country such as Britain, the space available in British homes is also strongly determined by social class.

These dynamics are all very different from the misanthropic visions of a planet beset by omnivorous human beings — greedy, unthinking creatures who need their behavior reformed by some design-erly nudging.¹⁶

Just as such visions underrate technology, labor, and design in economic development, so they have little place for the very real issue of social inequality. To its credit, the Theme for Fair Design does acknowledge growing social stratification, as well as poverty, homelessness, and famine. But it explains these phenomena by saying that what "breeds" shortages is ... excess.

As a theory, that will not do. Excess, by itself, cannot explain everything. So one-dimensional is a political economy built upon the concept of "excess" that it denounces countries that have experienced famine — presumably Ethiopia, Bangladesh, North Korea, Somalia, Yemen, South Sudan, and northeastern Nigeria — for allowing their subsequent fears of shortages to make them mistakenly go "creating artificial excess." Meanwhile, the powerful concept of excess paints developed consumer societies — presumably Britain, and no doubt Poland — as victims of "oversatiety," and as dealing with their excess through "reduction, re-using, selection, elimination, slow-life, minimalism, and conscious restriction of consumption."¹⁷

Such tactics may signal virtue. But for most designers, a more relevant point of departure is to ask: *for what kind of people and homes* should dishwashers, say, be designed? In the UK, many households without a dishwasher are led or exclusively occupied by a single adult.¹⁸ So there must be a market for inexpensive compact dishwashers. That kind of humanistic consideration, more than moralistic indictments of "excess," is what will really determine the future of consumer goods design.

The idea that we have an excess of consumer goods in the home has been going in America for decades. For designers to repeat it now

16 The UK's Behavioural Design Lab, a partnership between Warwick Business School and the Design Council, 2012–5, laid particular emphasis on changing people's behavior in relation to the environment. See: <https://www.behaviouraldesignlab.org>.

17 See: "Theme," FairDesign 18, <http://fair-design.pl/en/>.

18 Statista, "Percentage of households with a dishwasher in the United Kingdom (UK) in 2017, by household composition," 2018, <https://www.statista.com/statistics/289337/distribution-of-dishwashers-in-the-uk-by-household-composition/>.

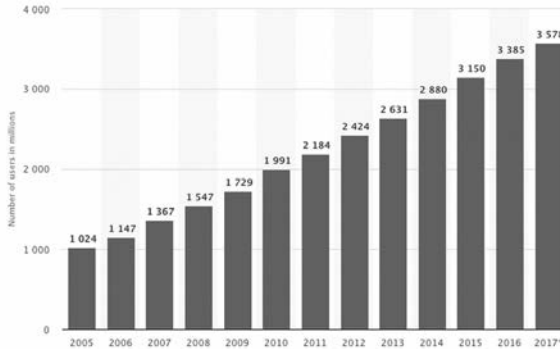
as a unique and novel discovery by People Who Have Seen The Light is boring, patronizing, and silly.

Myth 4: There is unlimited access to information and services, which makes us helpless

Clearly some designers live in a bubble. It is a bubble where consumption is over the top, a bubble in which everyone has IT and IT-based services at their fingertips. With an overproduction of information and services, we are apparently “helpless in the face of the vast quantities we are unable to consume or process.” But access to information and services is far from unlimited. The world has 200 million unemployed, many of whom cannot easily afford much IT. Hundreds of millions of Africans are without electricity, let alone IT.

After four years, Facebook has abandoned efforts to use high-altitude, solar-powered drones, 42 meters in wingspan, to provide laser-guided internet access to remote corners of the world.¹⁹ Hopes of bringing the Internet to remote areas now rest with initiatives such as Alphabet’s Project Loon, which, after Hurricane Maria devastated Puerto Rico in 2017, used stratospheric balloons to provide basic Internet service to 200,000 people on the island.²⁰ For the moment, though, the number of Internet users around the world is still well below half the world’s population.²¹

Number of Internet users, world, 2005-2017



As for the concept of people being overwhelmed by information, it too is an old one. Since Alvin Toffler first popularized the idea of

19 Katyanna Quach, “Facebook quietly kills its Aquila autonomous internet drone program,” *Register*, June 27, 2018, https://www.theregister.co.uk/2018/06/27/facebook_kills_aquila/.

20 Amy Nordrum, “How Project Loon built the navigation system that kept its balloons over Puerto Rico,” *IEEE Spectrum*, March 8, 2018, <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/how-project-loon-built-the-navigation-system-that-kept-its-balloons-over-puerto-rico>.

21 Statista, “Number of internet users worldwide from 2005 to 2017 (in millions),” 2018, <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>.

information overload back in 1970 (*Future Shock*), the doctrine that human beings cannot cope with the results of IT has become commonplace. From Richard Saul Wurman (*Information Anxiety*, 1989) through to David Shenk (*Data Smog: Surviving the Information Glut*, 1997), designers and commentators have fretted about How The Screens Of Stuff Before Us Have All Become Too Much.

Yet we have survived. We have even survived the kind of impressionism which loses its cool at an email inbox brimming with excess and goes on to fret that human beings lack the wit to handle such a threat. “Information overload” is not a very convincing portrait of society. But it certainly demeans people.

Myth 5: Short shelf lives are forever pushing aside those that are built to last

Next to a supposed excess of information is the idea that we do not just have too many goods, we have too many “new” goods where the new is questionable and bogus. In particular, innovation can prove to be fake if the product at issue does not last — either physically or in terms of fashion.

Hostility to meretricious innovation began in Britain, with the Romantic reaction to the growth of industrially made goods. Writers such as William Morris and John Ruskin were aghast at the irrational variation and dumbing down apparent in a wave of cheap late 19th century products for the masses. However, it was not until after General Motors chief Alfred Sloan introduced the annual model change in 1924 that the debate on what the economist Stuart Chase (*The Tragedy of Waste*, 1925) termed “harmful and unnecessary goods and services” really became a popular discussion.²²

Chase was a follower of Thorstein Veblen. Waste in consumption was particularly evident, Chase argued, in the military, among narcotics and patent medicines, in crime, in adulterated food, drink, clothing and other necessities, in institutionalized speculation and gambling, in quack medicines, super-luxuries and cheap imitations of those luxuries, in fashion, commercial recreation, professional services and, “as a sort of godfather to them all,” in advertising. For Chase, Americans ate “too much high cost meat, as against the cheaper and more healthful grains, cheeses, fruits and vegetables,” and the US consumer should be educated accordingly.²³ Citing an article in the July 1924 edition of the Harvard Business Review, Chase also

22 Stuart Chase, *The Tragedy of Waste* (1925), Macmillan, 1929: 27, <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=coo.31924002234544;view=1up;seq=65>. The year 1924 was also important in that the Phoebus cartel of manufacturers of light-bulbs — Germany’s Osram, France’s Compagnie des Lampes, Holland’s Philips and America’s General Electric — agreed not just the fixing of prices, but also a limit on the lifetime of their products: 1000 hours. Ever since, the view that planned obsolescence is a shadowy conspiracy has gained credence.

23 *Ibid.*, 31–32.

repeated the idea that a fashion designer's whim in Paris could very quickly make new fabrics and garments in the US "become *obsolete* and unusable."²⁴

As Maria Szolc notes in her conference paper "An Excess of Clothing," the average UK family today throws away as much as 30 kilos of clothes each year. But as Chase pointed out, the old English Fabians Sidney and Beatrice Webb long ago complained about a matron with 79 nightgowns and an average of five changes of clothes a day.²⁵ Is, then, the 2019 wardrobe that is today stuffed full of "nothing to wear" clothes merely one more example of a long-standing and universal trend: *planned obsolescence*? No. Does such obsolescence create the basic dynamics of what we are told is a "*consumer society*"? Hardly.

From Chase through Vance Packard (*The Wastemakers*, 1960), Ivan Illich (*Tools for Conviviality*, 1973), and Giles Slade (*Made to Break: Technology and Obsolescence in America*, 2007), the idea of planned obsolescence has resonated way beyond its actual practice.²⁶ One relatively recent theorist of planned obsolescence begins an article on the subject with pure assertion: obsolescence, he says, is "the economic and cultural foundation of capitalism in general and of its distinctive variety of market driven consumption in particular."²⁷ But what is the truth? There is little real evidence for a systemic reliance on the part of capitalism upon product obsolescence as a means of sustaining consumer demand. The masses are not being manipulated into buying the Next Big Feature That They Don't Need.

Take Amazon. Since its birth in 1994, Amazon has renewed the forces of competition in consumer goods. But the competition is not one firm outdoing another through planned obsolescence. What Amazon has unleashed is old-fashioned rivalry on the basis of price.

Far from becoming obsolete fast, many products now have a longer life than ever. In late 2016, IHS Markit Automotive reported that the average age of light vehicles in operation in the US had once again climbed, reaching 11.6 years, and that the oldest vehicles on US roads were multiplying the fastest.²⁸

24 *Ibid.*, 93, (my emphasis). Misspelling his name as Cherrington, Chase cited Dr Paul T Cherrington, whose article is "Some commercial aspects of styles and fashions in the clothing and textile industries," 421-433.

25 *Ibid.*, 90.

26 For a treatment of Veblen, Hobson, Keynes, Galbraith, Packard and Illich, see James Woudhuysen and Joe Kaplinsky, *Energise! A future for energy innovation*, Beautiful Books, 2009, 76-84, <http://www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/08/energise.pdf>.

27 Neil Maycroft, "Consumption, planned obsolescence and waste," 2009, <http://eprints.lincoln.ac.uk/2062/1/Obsolescence.pdf>.

28 IHS Markit, "Vehicles getting older: average age of light cars and trucks in US rises again in 2016 to 11.6 years, IHS Markit Says," November 22, 2016, <http://news.ihsmarkit.com/press-release/automotive/vehicles-getting-older-average-age-light-cars-and-trucks-us-rises-again-2016>.

In computer games, a sector renowned for its febrile approach to new products, *Candy Crush Saga* is also a monument to durability. It is still going strong, seven years after its launch in 2012.

Even in mobile phones, a sector notorious for making its products obsolete, handset lives are lengthening, not shortening: “Back in 2014, the average upgrade cycle [on a mobile phone] was 23 months — likely attributable to most consumers upgrading every two years, while a much smaller number upgraded every year. But that number has already hit 31 months, says BayStreet Research, and is set to climb higher still ...The WSJ [Wall Street Journal] cites the firm predicting a 33-month cycle by next year [2019].”²⁹

Of course, capitalism generates a great amount of stupid innovations: in energy, for instance, it has given us “smart meters” and hydrogen-powered vehicles.³⁰ Capitalism has also long required advertising to make sure innovations are sold on the market and has created new popular needs in the process.³¹ In her conference paper “FORGOTOR: Design for a Harmless Computer Virus,” Katarzyna Myszczynska suggests that we should not create new needs. But who is to judge what is an “unnecessary” product or need? One person’s piece of planned obsolescence may be another’s pure delight, and a bauble today may turn out to be a must-have tomorrow.³²

Some products age quickly, others do not. France and Israel, in their wisdom, have passed laws against planned obsolescence. No doubt some obsolescence could be avoided, and some is just good fun. But if consumption and its encouragement form aspects of today’s economic systems, they are just that: aspects. They do not underpin the economy very much more than energy, agriculture, construction

29 Ben Lovejoy, “Longer upgrade cycles and growing purchases of used smartphones said to threaten iPhone sales,” *9to5Mac.com*, March 1, 2018, <https://9to5mac.com/2018/03/01/iphone-sales-threats/>.

30 See: James Woudhuysen, “Innovation in energy: expressions of a crisis, and some ways forward,” Introduction to the special issue on innovation in energy, *Energy & Environment* 23, no. 6&7, 2012: 957-61, www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/01/Innovation-in-Energy-2012.pdf.

31 The capitalist “searches for means” to spur consumers “on to consumption, to give his wares new charms, to inspire them with new needs by constant chatter etc,” Karl Marx, “Notebook II – the chapter on capital,” *Grundrisse* [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch05.htm#p284>.

32 For the record, Marx had a liberal and indeed enthusiastic attitude toward new needs. He famously wrote that their creation “precisely this side of the relation of capital and labour” was “an essential civilising moment.” Indeed, the creation of new needs was for Marx the “historic justification” of capital, and also “the basis for its contemporary power.” *Ibid.* Equally, capital’s tendency was for Marx “the transformation of what was previously superfluous into what is necessary, as a historically created necessity.” *Ibid.*, and Marx, “Notebook V – the chapter on capital,” *Grundrisse* [1857], <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch10.htm>.

and property, IT, government, corporations, the banks, trade, or science. To say that the obsolescence of consumer goods and services is the “foundation” of modern capitalism is as sweeping as to say that short product life cycles are “forever” pushing aside long ones. To go back to the humble dishwasher: are we really saying that those British households that lack a dishwasher do so because planned obsolescence has put the price of such a machine beyond their reach? That seems unlikely.

Anyway, whatever happened to machinery, commercial property, transport infrastructure, or housing — are they being more and more rapidly replaced, in the mad dash for obsolescence? The current crisis in Western capital investment, infrastructure and housing suggests otherwise.

Myth 6: 20th century design theories ignored excess

This is a particularly astonishing proposition. Since the publication of Victor Papanek’s *Design for the Real World* in 1971, the entire focus of international design institutions, and of design education, has been around low-tech design for the environment and for developing countries. The Designers Accord, 2007-12, was committed to biomimicry and sustainability.³³ At the University of the Applied Arts, Vienna, the Papanek Foundation lives on.³⁴ From Finland, the Nordic Frugal Innovation Society organizes conferences and business breakfasts.³⁵ In the Netherlands, Leiden, Delft and Erasmus Universities collaborate in the Centre for Frugal Innovation in Africa to ensure that the Dark Continent does not go too far in its use of resources.³⁶ A key part of the “vision and mission” of the World Design Organization is about achieving the United Nations’ Sustainable Development Goals.³⁷ Lastly, a search of books on Amazon.com using the tightly delimited phrase “sustainable design” generates no fewer than 626 results. There is an excess of books about the need to curb excess.

The policy of the EU is all about curbing excess. The EU’s 2009 Directive on the Ecodesign of energy-related products wants consumption of energy, water, and other resources lowered throughout the product life cycle.³⁸ Yet as one of the London *Guardian*’s more perceptive commentators has recently written, “Telling someone with a low-paid, insecure job in a town hollowed out by globalisation that the

33 See: <http://www.designersaccord.org>.

34 See: <http://papanek.org>.

35 See: <https://tnfis.org>.

36 See: <http://www.cfia.nl/home>.

37 See: <http://wdo.org/about/vision-mission/un-sdgs/>.

38 “Directive 2009/125/EC of the European Parliament and of the Council of 21 October 2009 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for energy-related products,” *Official Journal of the European Union*, October 30, 2009, Annex 1: 23, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0125&from=EN>.

answer to their problems is a sugar tax, mandatory parenting classes and drinking less has its limitations as a vote-winning strategy.”³⁹ Designers, of course, are not in the business of “winning votes.” But before they again wag their fingers at those plebeian elements they think are consuming too much, they should consider what this approach will do for their reputation, and indeed for their survival.

39 Larry Elliott, “Labour: you need to win hearts and minds in our low-wage towns,” *The Guardian*, July 4, 2018, https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/04/labour-low-wage-jeremy-corbyn-policies-leave-voters?CMP=share_btn_tw.

Please note: parts of the argument here will appear in *The Wiley-Blackwell Handbook of Design and Innovation 2030*, forthcoming.

Bibliography:

- Booth, R., "‘Dog kennel’ flats in Barnet will be 40% smaller than Travelodge room." *Guardian*, March 27, 2017. <https://www.theguardian.com/society/2017/mar/27/dog-kennel-flats-barnet-house-smaller-than-travelodge-room>.
- Butler, S., "How Deliveroo’s ‘dark kitchens’ are catering from car parks." *Guardian*, October 28, 2017. <https://www.theguardian.com/business/2017/oct/28/deliveroo-dark-kitchens-pop-up-feeding-the-city-london>.
- Chase, S., *The Tragedy of Waste*. New York: Macmillan, 1925. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=coo.31924002234544;view=1up;seq=40>.
- Kolko, J., "Enough Design Methods." *The Modernist Studio*, May 28, 2018. <http://www.themoderniststudio.com/2018/05/28/enough-design-methods/>.
- Elliott, L., "Labour: you need to win hearts and minds in our low-wage towns." *Guardian*, July 4, 2018. https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/04/labour-low-wage-jeremy-corbyn-policies-leave-voters?CMP=share_btn_tw.
- Fair Design 2018. "Theme." <http://fair-design.pl/en/>.
- IHS Markit. "Vehicles getting older: average age of light cars and trucks in us rises again in 2016 to 11.6 years, IHS Markit Says," November 22, 2016. <http://news.ihsmarkit.com/press-release/automotive/vehicles-getting-older-average-age-light-cars-and-trucks-us-rises-again-2016>.
- LABC Warranty, "Are Britain’s Houses Getting Smaller? (New Data)," April 2018.
- Lovejoy, B., "Longer upgrade cycles and growing purchases of used smartphones said to threaten iPhone sales." *9to5Mac.com*, March 1, 2018. <https://9to5mac.com/2018/03/01/iphone-sales-threats/>.
- Marino-Nachison, D., "Food & Dining: Predicting the ‘Death of the Kitchen.’" *Barron’s*, June 20, 2018. <https://www.barrons.com/articles/food-dining-predicting-the-death-of-the-kitchen-1529494200>.
- Marx, K., "Notebook II – the chapter on capital." *Grundrisse*[1857]. <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/cho5.htm>.
- Marx, K., "Notebook V – the chapter on capital." *Grundrisse*[1857]. <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch10.htm>.
- Maycroft, N., "Consumption, planned obsolescence and waste." 2009. <http://eprints.lincoln.ac.uk/2062/1/Obsolescence.pdf>.
- Nordrum, A., "How Project Loon built the navigation system that kept its balloons over Puerto Rico." *IEEE Spectrum*, March 8, 2018. <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/how-project-loon-built-the-navigation-system-that-kept-its-balloons-over-puerto-rico>.
- Quach, K., "Facebook quietly kills its Aquila autonomous internet drone program." *Register*, June 27, 2018. https://www.theregister.co.uk/2018/06/27/facebook_kills_aquila/.
- Woudhuysen, J., "Africa: what would real progress look like?" November 27, 2017. www.woudhuysen.com/africa-what-would-real-progress-look-like/.
- Woudhuysen, J., "Innovation in energy: expressions of a crisis, and some ways forward." *Energy & Environment* 23, no. 6&7 (2012). Introduction to the special issue on innovation in energy. www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/01/Innovation-in-Energy-2012.pdf.
- Woudhuysen, J., "The future of housing." *Blueprint*, December 2017. www.woudhuysen.com/the-future-of-housing/.
- Woudhuysen, J., "The silent war against population growth in Africa." *spiked*, January 2018. <http://www.woudhuysen.com/silent-war-population-growth-africa/>.
- Woudhuysen, J., and Kaplinsky, J., *Energise! A future for energy innovation*, London: Beautiful Books Ltd., 2009. <http://www.woudhuysen.com/wp-content/uploads/2015/08/energise.pdf>.
- Statista. "Number of internet users worldwide from 2005 to 2017 (in millions)," 2018. <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>.

- Statista. “Percentage of households with a dishwasher in the United Kingdom (UK) in 2017, by household composition,” 2018. <https://www.statista.com/statistics/289337/distribution-of-dishwashers-in-the-uk-by-household-composition/>.
- Statista. “Percentage of households with dishwashers in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2017,” 2018. <https://www.statista.com/statistics/289151/household-dishwashing-in-the-uk/>.
- Statista. “Percentage of households with microwave ovens in the United Kingdom (UK) from 1994 to 2016,” 2018. <https://www.statista.com/statistics/289155/household-microwave-penetration-in-the-uk/>.
- Statista. “Percentage of households with tumble dryers in the United Kingdom (UK) from 1995 to 2017,” 2018. <https://www.statista.com/statistics/289140/tumble-dryers-in-households-in-the-uk/>.
- Statista. “Percentage of households with washing machines in the United Kingdom (UK) from 1970 to 2017,” 2018. <https://www.statista.com/statistics/289017/washing-machine-ownership-in-the-uk/>.
- United Nations. Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables, Working Paper No. ESA/P/WP/248, 2017. https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf.
- US Census Bureau. “Median and Average Square Feet of Floor Area in New Single-Family Houses Completed by Type of Financing.” <https://www.census.gov/construction/chars/pdf/squarefeet.pdf>.
- US Census Bureau. “Median and Average Square Feet of Floor Area in Multifamily Units Completed.” https://www.census.gov/construction/chars/pdf/mfu_squarefeet.pdf.

Online sources:

- <https://www.behaviouraldesignlab.org>.
- <http://www.cfia.nl/home>.
- <http://www.designersaccord.org>.
- <http://papanek.org>.
- <https://tnfis.org>.
- <http://wdo.org/about/vision-mission/un-sdgs/>.
- <http://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdetaipei2016/activities/design-policy-conference/squarefeet.pdf>.
- <https://www.behaviouraldesignlab.org>.
- <http://www.cfia.nl/home>.
- <http://www.designersaccord.org>.
- <http://papanek.org>.
- <https://tnfis.org>.
- <http://wdo.org/about/vision-mission/un-sdgs/>.
- <http://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdetaipei2016/activities/design-policy-conference/>

FAIR DESIGN | International Conferences on Design Theory and Criticism

In 2015, the Department of Design of Academy of Fine Arts in Warsaw began a project of organising a series of conferences dedicated to the theory and criticism of design, as they are forced to catch up with the quickly changing social, cultural, economic and other circumstances. These conferences are intended to serve as a forum for discussions which could stretch beyond the professional designer circles. Such an exchange of opinions, ongoing in the world for quite some time now, is an opportunity for design theoreticians and practitioners to better understand the objectives, methods and strategy of designing in the ever faster changing circumstances in which societies function. The notion of design is ever more often perceived in terms of a 'design culture,' and for that reason the discussions have come to involve a whole range of specialists from other disciplines, such as philosophy, sociology, economics, or anthropology of culture. In Poland, however, such debate is still virtually non-existent, and the opinion exchange platform is limited to publications in academic and professional press, as well as popular weeklies or dailies. These texts are rarely exposed to a differing reflection or solid criticism, hence they do not provoke any genuine intellectual exchange, nor do they help shape a complex set of opinions on the state of the design today.

It is our intention for the series of the FAIR DESIGN International Conferences on Design Theory and Criticism to trigger a debate on defining or applying research tools for the description and analysis of the changes taking place in contemporary design. We hope such meetings help in the opinion exchange between design practitioners and theoreticians of different disciplines. We would expect the theoreticians to provide us with an account of the state of contemporary

society from the viewpoint of the humanities and social sciences (including those dealing with design theory), while the practitioners we would expect to share with us their thoughts on their own experiences of designing in the unstable world of today. We plan to invite to the conference both design professionals, as well as people representing the art world, philosophers, anthropologists, or economists. We would expect all our guests to reflect on the quickly changing relations in culture, politics, the society and – obviously – in design.

The Programme Board

Faculty of Design of Academy of Fine Arts in Warsaw,

Department of Design History and Theory:

dr Józef Mrozek

dr Magda Kochanowska

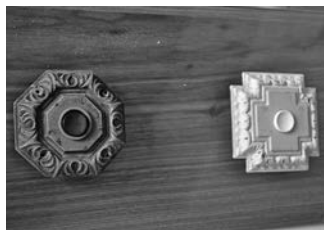
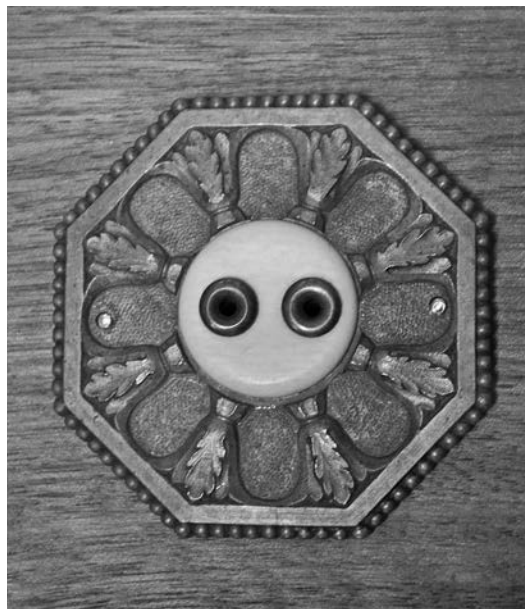
Representatives of other faculties of Academy of Fine Arts:

dr Monika Murawska / Faculty of New Media Art

dr Katarzyna Kasia / Faculty of Management of Visual Culture

dr hab. Andrzej Leśniak / Faculty of Management of Visual Culture

Bogumiła Jung
Współczynnik elektryczności
Electricity rate



1. Gniazdo elektryczne
Villa Hugel
Electric socket,
Villa Hugel



2. Włącznik ceramiczny
poł. XX w.
Porcelain switch,
mid-20th century.



3. Włącznik Villa Hugel
Switch, Villa Hugel



4. Miernik zerowania Eltron
Zeroing meter, Eltron.



5. Instalacje na zewnątrz
Outside installations.



6. Dekoracja w salonie odzieżowym w Londynie
Display at a clothes shop in London.



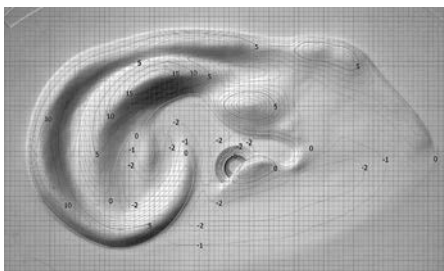
7. Smartfon seniora
Smartphone of an older person.



Jarosław Kozakiewicz

Architektura krytyczna: strategie projektowe i praktyki artystyczne Jarosława Kozakiewicza wobec skutków nadmiernej industrializacji i przestrzennej urbanizacji

Critical architecture: the design strategies and artistic practices of Jarosław Kozakiewicz in the face of excessive industrialization and the effects of spatial urbanization

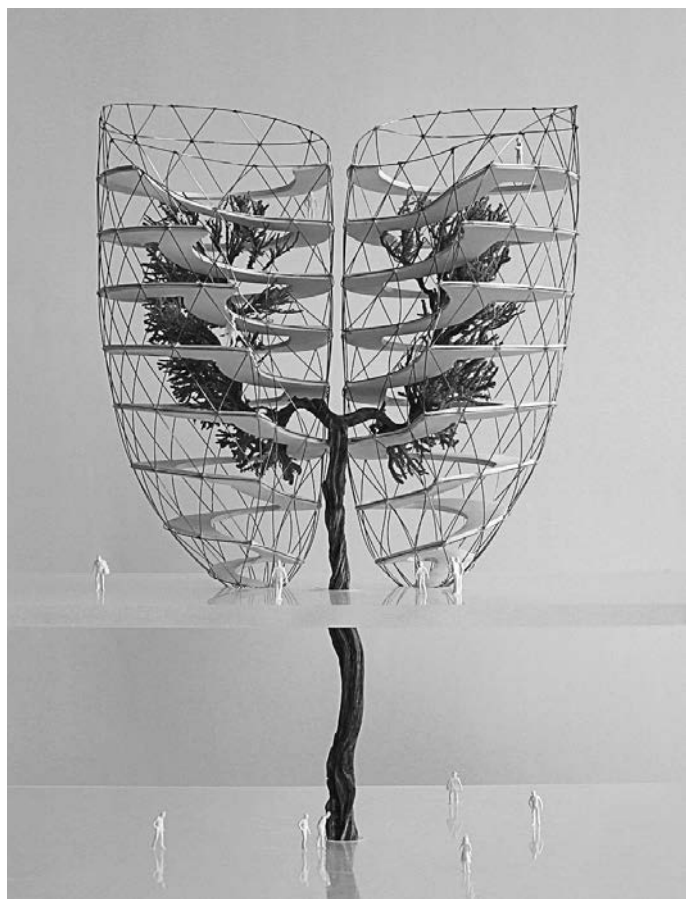


1. *Projekt Mars*, 2003–2007, rzeźba ziemna, Boxberg, Niemcy. Fot. © LMBV/Radke
Mars Project, 2003–2007, earth sculpture, Boxberg, Germany. Photo © LMBV/Radke
Projekt Mars, 2003–2007, makieta w skali 1 : 500, 2002
Mars Project, 2003–2007, model, scale 1 : 500, 2002





2. *Zielony obłok*, 2003, wizualizacja komputerowa
Green Cloud, 2003, computer visualization



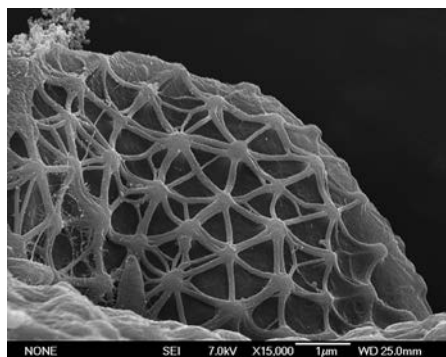
3. *Wieże tlenowe*, 2005, makieta architektoniczna,
tworzywo sztuczne, skala 1 : 100
Oxygen Towers, 2005, architectural model,
composite material, scale 1 : 100



4. *Transfer*, wizualizacja komputerowa, 2006
Transfer, computer visualization, 2006



4. *Kurtyna ziemna*, 2007, wizualizacja komputerowa
Wall Curtain, 2007, computer visualization

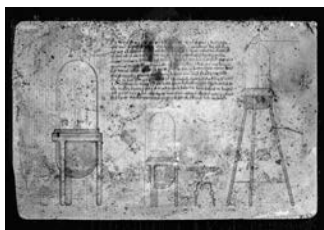


5. *Niesporczak*, zdjęcia z mikroskopu skaningowego,
Tardigrada, view from the scanning microscope.



5. *Tardigrada Botanica*, 2009, wizualizacje komputerowe,
Tardigrada Botanica, 2009, computer visualizations,

Johnny Friberg, Karl-Johan Ekeröth
Forma podąża za fikcją
Form follows fiction



Zuzanna Gronowicz, Barbara Motylińska

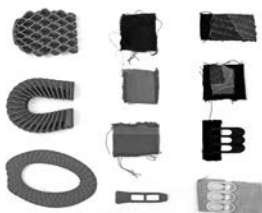
Shoetopia – przewartościowanie układu sił w systemach produkcji

The Shoetopia project — re-evaluating the power relations in production systems



1. Użytkownik może wyprodukować buta samodzielnie lub z pomocą lokalnego wytwórcy, fablabu itp.

Users can produce shoes themselves or with the help of a local manufacturer, fablab, etc.



2. Proces projektowy – poszukiwania odpowiedniej ażurowej struktury, sposobu łączenia druku z tekstyliami i rodzaju zapięcia.

The design process — searching for an appropriate openwork structure, how to combine printing with textiles, and the type of fastening.



3. Komplementarną częścią systemu jest aplikacja mobilna i kreator wyglądu.

The complementary part of the system is the mobile application and appearance wizard.

4. Pomiar strategicznych punktów stopy przy pomocy smartfona; później zostaną one wykorzystane do stworzenia spersonalizowanego modelu parametrycznego.

Measurement of strategic points of the foot using a smartphone; later they will be used to create a personalized parametric model.

Maciej Konopka

**Nadmiar opakowań, nadmiar
w opakowaniach**

**Excess packaging excess
in packages**



Magdalena Kasprzyca

**Nadmiar – jak przekuć stratę w zysk.
Rozważania na podstawie własnych
doświadczeń projektowych**

**Excess — how to convert loss into profit.
Considerations based on the author's
own project experience**



Maria Szolc

Nadmiar ubrań

The excess of clothes

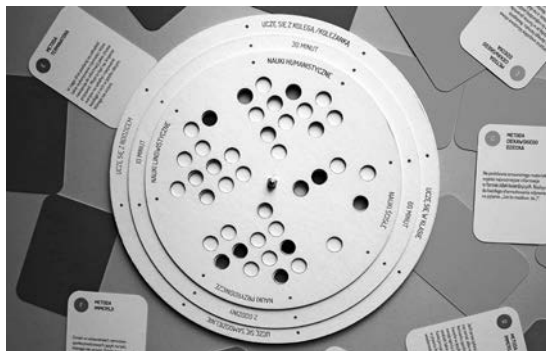


1. Pokaz finałowy Fashion Designer Awards 2018, fot. Kumar Photographer

Fashion Designer Awards 2018 final show,
photo: Kumar Photographer.

Anna Szlachta

**Nadmiar informacji a umiejętność uczenia się.
Projekt zestawu elementów kształtujących
kompetencje związane z przyswajaniem wiedzy
Information overload and the ability to learn
A design of a set of elements for learning skills
development**



1. Koło służące do grupowania parametrów takich jak: rodzaj materiału, ilość osób i czas w kontekście doboru metod uczenia się.

The wheel for grouping parameters such as: type of material, number of people, and time in the context of a learning method choice.



2. 13 metod oznaczonych kolorami z przyporządkowanymi im zadaniami.
Thirteen color-coded methods and the tasks assigned to them.



3. Przykładowe zadania wybrane z poszczególnych metod oznaczone kolorami.

Sample color-coded tasks selected from individual methods.



4. Nauka określonej partii materiału poprzez wykorzystanie metod uczenia się – kart z zadaniami.
Learning a specific batch of material by the use of learning methods — cards with tasks.

Redakcja naukowa / Academic editors
dr Katarzyna Kasia, dr Magda Kochanowska

Redakcja tekstów polskich / Copy-editing of Polish texts
Katarzyna Szumlewicz

Redakcja tekstów angielskich / Copy-editing of English texts
Barbara Leszczyńska

Tłumaczenia / Translated by
Marta Elas, Barbara Leszczyńska, Katarzyna Szumlewicz

Korekta / Proof-reading
Paulina Jeske-Choińska

Recenzja / Review
dr Karina Marusińska, Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu /
Academy of Fine Arts in Wrocław

Projekt okładki i opracowanie graficzne / Graphic design
Jakub Jezerski

Skład / Typesetting
Julia Kędzierska

Texty publikowane w poszczególnych rozdziałach mają charakter autorski,
a za ich treść odpowiadają poszczególni autorzy.

W przypadku wykorzystania publikacji należy podać źródło:
FAIR BOOK: NADMIAR, red. K. Kasia, M. Kochanowska,
Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, Warszawa 2018.

Wydawca / Published by



Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie
Academy of Fine Arts in Warsaw
Krakowskie Przedmieście 5
00-068 Warszawa
www.asp.waw.pl

Publikacja Wydziału Wzornictwa / Publication of the Faculty of Design

Koordynacja / Coordination
Piotr Szymor / Wydawnictwo, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie

Druk i oprawa / Printed and bound by
Argraf, Warszawa

Copyright © 2018 by Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie
Projekt graficzny oraz teksty dostępne na licencji CC BY-NC-ND 4.0 /
Text and graphic design available under CC BY-NC-ND 4.0 licence"
ISBN 978-83-66098-46-6

 Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Patronat honorowy Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego /
Honorary patronage of the Minister of Science and Higher Education

 DIALOG

Publikacja finansowana w ramach programu
Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego
pod nazwą „DIALOG” w 2018 roku /
This publication has been funded as part of
the Ministry of Science and Higher Education
"DIALOG" programme for 2018

**Wydział Wzornictwa
Akademii Sztuk Pięknych
w Warszawie**

**Faculty of Design
Academy of Fine Arts
in Warsaw**



ISBN 978-83-66098-46-6