

Andrzej Gwóźdź

## PRAKTYKI DESIGNU W MEDIACH. WPROWADZENIE

Design to dziś pojęcie na tyle uniwersalne, że oznacza niemal wszystko, co wiąże się z określoną formą ingerencji praktyk projektowych – użytkowych i celowych – w najszerzej pojmowany obszar komunikacji społecznej i kulturowej. Przyjdzie zatem zgodzić się z diagnozą Guya Juliera odnośnie do współczesnego rozumienia „kultury designu” jako „części przepływów globalnej kultury” oraz faktu, że „jest [ona] ufundowana w strukturach społeczeństwa sieciowego, ale jednocześnie stanowi jego narzędzie. Wyraża postawę, wartości i potrzebę udoskonalenia rzeczy”<sup>1</sup>. Ale design to coś więcej niż tylko same rzeczy, interakcje użytkowników czy środowiska kształtowania, skoro obejmuje sobą sposoby artykułowania praktyk użytkowych w newralgicznym splocie kultury i technologii.

Jeżeli więc pod ogłąd badawczy weźmiemy współczesną rzeczywistość kulturową, przez wielu określaną mianem postcyfrowej, to w odniesieniu do audiowizualności design staje się teorią kształtowania szeroko pojętej technokultury mediów. Do tego stopnia, że zaczął już obejmować cały obszar między sztuką, nauką a technologią, lokując się z powodzeniem na przykład w obszarze projektowania interakcji (*interaction design*): „od aplikacji użytkowych (komputery osobiste), poprzez systemy informacyjne i społecznościowe (internet, media interaktywne), aż po technologie mobilne, systemy augmentowanych rzeczywistości (*ubiquitous computing* – powszechność technologii komputerowych, wyjście poza interakcję w środowisku graficznym, synteza technologii z rzeczywistością fizyczną)”<sup>2</sup>. Zresztą „myślenie designem” (*design thinking*) nie od dziś jest odnoszone do wszelkich „procesów

<sup>1</sup> G. Julier, *Od kultury wizualnej do kultury designu*, przeł. M. Składanek, „Kultura Współczesna” 2009, nr 3, s. 55.

<sup>2</sup> Por. M. Składanek, *Projektowanie interakcji – pomiędzy wiedzą a praktyką*, „Kultura Współczesna” 2009, nr 3, s. 75.

kształtowania i optymalizacji organizacji oraz systemów”<sup>3</sup>, na przykład w związku z zarządzaniem sytuacjami kryzysowymi (*emergency design*)<sup>4</sup>.

Niniejszy zbiór artykułów nie jest oczywiście w stanie zdać sprawy ze wszystkich wspomnianych oboczności sposobów istnienia i funkcjonowania designu (i wcale do tego nie dąży), koncentruje się zresztą na jednym zasadniczym jego aspekcie, a mianowicie na praktykach designu w mediach, głównie tych tworzonych właśnie w post-cyfrowej rzeczywistości medialnej. Mniej tu zatem designu-rzeczy, więcej ruchu od rzeczy ku przestrzeniom działania użytkowników w rozmaitych środowiskach kultur mediów, wykazujących wszak podobieństwo oparte na strategiach „uwodzenia” użytkowników<sup>5</sup> – jak trafnie wyrokował Vilém Flusser. Z jednej strony design jest tu rozumiany jako nauka: filozofia i teoria o ogromnej mocy sterującej oraz niepośledniej randze narzędzia epistemicznego (Jan Hudzik, Przemysław Wiatr, Marcin Składanek); z drugiej jako forum strategii kulturowych obejmujące rozmaite praktyki technokulturowe, na miarę zaobserwowanego przed laty przez Guya Juliera zwrotu od „kultury wyglądu” do „kultury dizajnu”<sup>6</sup>.

W obydwu obszarach design jest istotnym elementem pejzażu kulturowego, odnoszonym do rozmaitych sposobów i strategii projektowania: metod i technik wizualizacji danych za pomocą uniwersalnego języka ikonicznego (Marcin Składanek), transferu danych malarstwa pigmentowego w spektakl świetlny (Andrzej Gwóźdź) czy emocji w grze cyfrowej (Magdalena Bednorz); ujawnia cechy kształtowania spekulatywnego w kontekście bioetycznym (Joanna Jeśman) i sięga po posthumanistyczne technologie obrazowania ludzkiej fizjonomii (Jan Stasieńko). W żadnym z tych przykładów nie chodzi wszak wyłącznie o grę powierzchniami (w znaczeniu estetyzacji powierzchniowej: looku czy stylingu), choć „widoczna użyteczność”<sup>7</sup> – fakt, że estetyka wyglądnów musi iść w parze z funkcjonalnością interfejsów – nie jest w stanie umknąć uwadze autorów. Za każdym razem natomiast chodzi o praktyki kreatywne, których celem jest umożliwienie wglądu w „głębokie” mapowanie problemów w celu ich rozwiązania. Nie tyle bowiem liczy się to, co design wypowiada, ile to, ku czemu zmierza, jakie cele potrafi zrealizować, a także jakie przestrzenie kulturowe sobą zagospodarować. W ten sposób teorie designu stają się z natury rzeczy metateoriami, bo swoje dyskursy sytuują w polu negocjacyjnym z filozofią, semiotyką, naukami społecznymi, antropologią, psychologią...

---

<sup>3</sup> Y. Milev, *Emergency Design. Anthropotechniken des Über/Lebens*, Merve Verlag, Berlin 2011, s. 38.

<sup>4</sup> *Ibidem*, s. 89 i nast.

<sup>5</sup> V. Flusser, *Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design*, Steidl Verlag, Göttingen 1997, s. 9.

<sup>6</sup> Ta pierwsza byłaby silnie powiązana z „okresem poświeceniowym, nowoczesności oraz uprzemysłowienia”, ta druga zaś „trwa teraz i łączy się z postindustrialnym społeczeństwem informacyjnym” (G. Julier, *Świetlana przyszłość europejskiego designu*, przeł. J. Mrowczyk, konsult. P. Bożyk, „2+3D” 2006, nr 19, s. 66).

<sup>7</sup> N. Tractinsky, A.S. Katz, D. Ikar, *What Is Beautiful Is Usable*, „Interacting with Computers” 2000, nr 2, s. 127–145.

Także w dyskursie metateoretycznym mamy do czynienia z takim impetem teoriopoznawczym, iż jako narzędzie epistemiczne design zaczął wkraczać na obszary różnych dziedzin wiedzy o kulturze (*design studies*), a nawet aspirować do miana nauki o sposobach kreowania kontaktu z interfejsami kulturowymi i o samych tych interfejsach (*knowledge media design*). Mówiąc krótko – design stał się praktyką projektowania procesów projektowania środowisk informacyjnych, czyli metadesignem: od projektowania architektury informacyjnej (*information design*) po tzw. zrównoważony design (*sustainable design*), odnoszony do wrażliwości ekologicznej i społecznej odpowiedzialności projektowania.

Wszystkie te zjawiska zaświadczenia o designie jako swego rodzaju matrycy kulturowej, wypełnionej energią projektową o wyjątkowej mocy sterowniczej. Stąd oczywista troska o ekonomię designu, ale także o jego społeczną odpowiedzialność (co wybrzmiewa zwłaszcza w artykule Marcina Składanka, ale pobrzmiewa także w pozostałych rozważaniach). Kształtowanie urasta bowiem do podstawowej praktyki kreowania światów medialnych i stanowi zarazem jedną z fundamentalnych aktywności na rzecz projektu rzeczywistości jako takiej.

Punktem wyjścia koncepcji numeru były artykuły przygotowane na bazie wystąpień wygłoszonych w ramach panelu *Praktyki designu w mediach* podczas III Zjazdu Filmoznawców i Medioznawców „Przestrzenie – praktyki – artykulacje” (Łódź, 17–19 czerwca 2019) przez jego uczestników: Andrzeja Gwóźdź, Jana Hudzika, Marcina Składanka, Jana Stasińkę i Przemysława Wiatra.