

ЕСТЕТИКА, ДИЗАЈН, МОДА

Радомир Виденович

Сажетак

Дизајн и мода нас преплављују, диктирају укус и понашање, одређују стил живота. Многи то називају естетизацијом.

Да ли је циљ те естетизације „улепшавање“ света и свакодневице, ако се естетика схвати као философија лепог?

Или је естетика друго име за философију уметности, а дизајн и мода припадају области уметности?

Да ли је доживљај (естетска и гносеолошка) категорија која је излазиште и полазна тачка естетике где се сусрећу Субјект и Објект?

Кључне речи:

Естетика, лепо, уметност, доживљај, дизајн, мода, задовољство

* * *

Естетика је данас, као и у својим новим почецима, дакле, у доба Баумгартена, поново постала – „суд за све“. Тако реч естетика постаје популарна, па је користе **сви** (од зидара до лекара) **за све**, подразумевајући најразличитије појаве и догађаје.

Дакле, естетика је **COOL**.

Естетика је **IN**.

*

Разлози популарности естетике могу бити различити и много-струки, али се, ипак, могу поделити у две групе:

1. незнање (или, тачније „полузнање“, делимично, непотпуно знање, мњење) о томе чиме се заправо бави естетика (из чега произлази погрешна употреба саме речи)

2. дефиниција, одређење неких естетичара да су **лепо, лепота** – предмет естетике (чиме се површним читаоцима даје повод за погрешно разумевање естетике)

Наиме, у колоквијалном говору, у свакодневном ћаскању, естетика се најчешће одређује као „наука о лепом“, као што се етика дефинише као „наука о моралу“. Зато се очекује да нам естетика да прецизне одговоре на питање „шта је лепо?“, као и **упутства** за препознавање уметности, односно, за препознавање правих вредности у уметности, а да, при том, избегавамо кич и шунд.

Естетика је, par excellence, философска дисциплина.

Дакле, ако се бави питањем „Шта је лепо, лепота?“, она поставља питање – **шта је суштина лепог, лепоте?** – а не шта све може бити или изгледати лепо. Значи, не даје „рецепте“ или „упутства за употребу“!

Није ли то, можда, први разлог да нас – **естетика увек мора разочарати?** – када су наша очекивања непримерена!

Ако се предметом испитивања и истраживања сматра уметност – онда се ради о **философији уметности**.

У крајњој линији, ради се о два модела (**естетика и философија уметности**) који настоје да одреде специфичност естетског става према свету, али приступи (и – предмет проучавања) су им различити.¹

Питање да ли је естетика стара или модерна дисциплина „није само питање чињеница већ и критеријума. Да ли ће се ово питање решити у једном или другом смеру, зависи, наиме, од гледишта са којег се посматра ова наука и које се онда узима као мерило и као критеријум поређења.“²

Истраживања **естетског** су епохално условљена, не према истинама које износе, већ према актуелности погледа и проблема. **Човек епохе** не значи субјективизам појединца, него специфичан историјски склоп, који надилази хоризонт појединца, како каже Гадамер.

Естетички спис међаш европске, односно античке хеленске мисли је Платонов **Хипија већи**, не заборављајући значајан допринос Питагорејаца. Аристотелова Поетика, и поред Платону сличних полазишта и утицаја Платонових увида, скреће ка испитивању **уметности**, а не **лепог**. У Средњем веку естетика углавном истражује „лепоту“. У Ренесанси су паралелно, али и одвојено, разматрани лепо и уметност. У 18. и 19. веку долази до велике синтезе проблема „лепоте и уметности“, надвладава модел философије уметности.

Истовремено, пробија се и социолошки приступ уметности, па се рађа социологија уметности, а проучавање улоге индивидуе, личности проузрокује конституисање психологије уметности. Двадесети век доноси раздвајање естетике и опште философије уметности, која се бави само уметношћу, а предмет естетике је естетско на целокупном подручју лепог, дакле не само у уметности, већ и у природи, животу.

Друга половина двадесетог века и протекла деценија двадесет првог столећа обилују брзим и многобројним променама – има више уметности него икада, више уметника, мноштво жанрова, стилова и мода. Постоји небројено много уметничких дела, толико да уметничких дела више и нема, а замењују се инсталацијама, перформансима, естетским искуствима и слично. Све је естетизовано, свет је естетизован.

* * *

*Без обзира чиме се бавите,
уек ће се показати да
добре и корисне ствари
такође краси и лепота.*

Б. Кастиљоне

Опседнутост изгледом је карактеристика нашег доба. На питање: „*Бити или изгледати (лепо)?*“, одговор је, наравно – „*изгледати!*“³

Доминантни визуелни идентитети нашег времена су *дизајн* и *мода*.

Енглеска реч *Designe* – *дизајн* – се одомаћила у српском језику, као и у многим другим језицима. У зависности од употребе и контекста има више од педесет значења, на пр. – смишљати, правити, кројити (план), конципирати, намеравати, скица, шара, нацрт, нацртати, замисао...

Дизајн је интердисциплинарна активност.

„*Распон дизајна је огroman и укључује тродимензионалне објекте, графичке комуникације и интегралне системе од информационаих технологија до урбане средине*“.⁴

Теоријско заснивање дизајна може се довести у везу са неким естетичким ставовима Канта и енглеских емпириста. Кант у размат-

рање лепог уводи идеју сврховитости и сматра да у широко поље сликарства спадају и примењене уметности. Са сврховитошћу се у везу доводи корисност и функционалност, иако се обими тих појмова, ипак, не поклапају потпуно. Код неких емпириста (Берка и Адисона) постоји функционалистичко схватање уметничких предмета. У неким расправама се показује јасна тенденција да се лепо и корисно доведу у везу, било да се међусобно супротстављају или потчине једно другом, али и да се интегришу у појам *функције*.

Са друге стране, Ђило Дорфлес каже да сам употребни и „функционални“ коефицијент није неопходан као суштинска компонента дизајна, јер постоје и „бескорисни“ предмети: украсни, декоративни, али и предмети „чисте уметности.

Генерално, осим корисности и функционалности, основна карактеристика предмета дизајна је – естетичност, ако не и остварена, онда у интенцији.⁵

Дизајн је и комуникација – тим интенционалним обликовањем ми шаљемо другима поруку о себи или бар поруку о томе какви желимо да будемо или да нас други тако виде.

Мода (Fashion) је, такође, жеља за представљањем, приказивањем, по-казивањем. Зимел, у *Философији моде*, показује везу моде и идентитета.

Лаш Свенсон каже: „Одећа је пресудан део у социјалној конструкцији јаства... Код моде није реч само о диференцирању класа... већ исто тако и о изражавању сопствене индивидуалности. Одевни предмети су део индивидуе, а не нешто спољашње у односу на њен идентитет“⁶

Шта би на то рекао Платон, који је јасно разликовао суштину, идеје и појавно, пролазно?

О моди су философи ретко и узгредно писали. То није била „озбиљна“ тема, јер, како каже Ханс-Георг Гадамер, мода влада над оним стварима које би подједнако могле да буду сасвим другачије него што јесу.. Али, он наглашава да и у научној пракси постоји нешто као мода.

Феномен моде је данас изузетно актуелан. Два основна (а противречна!) разлога су доминација потрошачког друштва и менталитета и, насупрот томе – побуна против тог потрошачког друштва и пратећег (или, понекад, претходећег, менталитета).

Основни захтев и принцип моде је – *ново!*

A new idea.

A new

Look.

A new sex.

A new pair of underwear. (Andy Warhol)

И Кант каже да је „новина оно што чини моду вољеном“.

Мода је, као и дизајн, доминантна друштвено-економска појава нашег доба, огледало културе, али и један од начина чувања стила одређене епохе и један од критеријума и показатеља „укуса епохе“.

Мода је и статусни симбол. Ако се данас, у доба демократије, чини да се разлике и привилегије међу људима смањују, мода је ту да да те разлике направи, прикаже и истакне, дискретно, на нивоу сигнала и симбола – код мањих друштвених група. Разлике и припадност се могу исказати директно, скупоценом, гламурозном одећом, али још чешће и оншаланцијом или, чак, немарношћу, па и поцепаном одећом. Модерно је – све!

Већ смо споменули да *мода казује*, одећа говори, наша одећа говори *уместо нас*. Мода је језик.

Како каже Свенсен, Ролан Барт је покушао да одећу посматра као неку врсту језика, али сматра да је *говор одеће* сиромашан, да „одећа изражава само крајње банална значења...она никада не открива никакво дубље значење и у стварности нема садржај.“⁷

Тежња ка новом, жеља да се приказујемо другачијим, лепшим, бољим него што јесмо може бити израз нашег незадовољства собом и оним што јесмо, као и оним што имамо. Наше друштво је потрошачко, услед високо развијене технологије комуницирања, ми смо изоловани и усамљени. Та иста технологија доприноси и да производимо више и да трошимо више, све до оне границе када купујемо више него што производимо. „Никада се не досађивати – никада – јесте норма потрошачевог живота.“⁸

Позната је (нарочито код жена) терапевтска моћ „*куповине кртица*“. Наравно постоји и симболичк димензија потрошње која игра значајну улогу у стварању идентитета.

Жил Липовецки, говорећи о моди каже да је мода – *царство пролазности*.

У нашем царству пролазности, царству без (покушаја) великих узлета, без далеких хоризоната и дубоких промишљања и доживљавања – симулирамо лепоту, младост, отменост и...ах, да – трудимо се да будемо *секси*.

Да цитирамо Липовецког:

Мода је најгори сценарио, изузев свих осталих.

БЕЛЕЖКИ

¹ **Средњи пут**, односно могуће решење, чији би домен, односно обим појма уметности, али и естетског става, био шири и дубљи је изазовни самопостављени захтев аутора, који сада не може бити разматран, али може бити наговештен. Наиме, излазиште, ***полазна тачка естетике је доживљај***, прво, као гносеолошка категорија, а затим и као специфично естетски став према свету.

² **Бенедето Кроче. Естетика**, Космос, Београд, 1934, стр. 235

³ Видети: **Р. Виденовић. Бити и / или изгледати (лепо)?!**, Положај лепог у естетици, зборник радова, Естетичко друштво Србије / Мали Немо, Београд, Панчево, 2005, с. 77

⁴ Љарлота и Питер Фиел, *Design 20. veka*, Taschen, 2006, стр. 4

⁵ Проблем да ли дизајн (и мода) имају уметничку страну, и у којој мери и у ком смислу, је тема за ширу расправу

⁶ **Лаш. Фр., Х. Свенсен. Филозофија моде**, Геопоетика. Београд, 2005, с. 20.

Мода је и својеврсно такмичење међу људима

⁷ Исто, 66–68.

⁸ **Л. Свенсон.** Цитирано дело, с. 112.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Ђило Дорфлес. Похвала дисхармонији**, Светови. Нови Сад, 1991.
2. **Ђ. Дорфлес. Увод у дизајн**, Светови, 1994.
3. **Ђ. Дорфлес. Мода**, Братство јединство. Нови Сад, 1989.
4. **Лаш. Фр. Х. Свенсон, Филозофија моде**, Геопоетика, Београд, 2005.
5. Жил Липовецки, *Царство пролазног*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића. Сремски Карловци, 1992.
6. **ДИЗАЈН 20. века**. Шарлота и Питер Фиел. Taschen, 2006.
7. **Николас Џенкинс. Обликовање визуелног идентитета**. Клио, 2002.