

Anna Płazowska

Drugie Sympozjum im. Victora Papanka: „**Emerging and Alternative Economies of Design. The Social Imperative of Global Design**”,
Wiedeń, 14–15 XI 2013



Clock Sense. Fot. © Frugal Digital

W wiedeńskiej Aula der Wissenschaften w dniach 14 i 15 XI 2013 odbyło się drugie sympozjum dedykowane pamięci Victora J. Papanka (1923–1998) – designera, wykładowcy na amerykańskich i europejskich uniwersytetach, autora licznych publikacji, w tym jednej z najważniejszych książek w powojennej historii dyscypliny, eksperta UNESCO ds. projektowania na rzecz Trzeciego Świata oraz współpracowni-

ka Światowej Organizacji Zdrowia. Jego poglądy dotyczące etyki designu nabrały istotnego znaczenia na początku lat 70. XX w., po międzynarodowym sukcesie jego pierwszej, programowej książki *Miljön och miljonerna: design som tjänst eller förtjänst?* (Środowisko i miliony: design jako służba czy zysk?¹), wydanej najpierw w Szwecji w 1970 r., a rok później w Stanach Zjednoczonych pod zmienionym tytułem *Design for the Real*

¹ Za tłumaczenie tytułu z języka szwedzkiego chciałam podziękować Dorocie Radomskiej-Kowalczyk.

*World: Human Ecology and Social Change*². Postulaty zawarte w tym tekście, z jednej strony, wpisywały się w nurt kontestacji kultury konsumpcyjnej, a z drugiej – stanowiły poważną alternatywę dla modernistycznego pojmowania społecznej roli designu, reorientując argumentację moralną z zagadnień formalnych na kwestie związane ze społeczną inkluzywnością oraz z odpowiedzialnością za środowisko naturalne³.

Refleksja Papanka obejmowała bardzo szeroki zakres problemów dotyczących designu, ale istotę własnego stanowiska projektant zawarł w postaci krótkiego przesłania:

Współpraca między krajami rozwijającymi się a nami wszystkimi powinna polegać na łączeniu prostych rozwiązań tworzonych na małą skalę z nowymi technologiami, dzięki czemu po raz pierwszy w historii możliwy stałby się zdecentralizowany rozwój w ludzkim wymiarze. Ubodzy w świecie rozwijającym się, ubodzy i upośledzeni członkowie bogatych narodów i my wszyscy, którzy powinniśmy dokonywać mądrzejszych wyborów związanych z wytwarzaniem i stosowaniem narzędzi, systemów i artefaktów – stanowimy jedną globalną grupę nacisku. [...] Z pasjonującego poszukiwania współbrzmienia między pięknem, kulturami i projektami alternatywnymi zrodzi się nowy, zmysłowy rodzaj oszczędności⁴.

Obecnie, w okresie trafnie scharakteryzowanym przez francuskiego socjologa Alexisa Spire'a jako „czas kryzysu gospodarczego i paniki moralnej”⁵, wyrazistość przekonań etycznych Papanka oraz liczne proponowane przez niego konkretne rozwiązania z powrotem stają się atrakcyjne. Nazwisko designera często przywołuje się jako punkt odniesienia w ważnych współczesnych debatach dotyczących m.in. zrównoważonego rozwoju, kultury uczestnictwa oraz humanizacji technologii.

Jednym z istotnych wyrazów aktualnego zainteresowania postacią Papanka jest otwarcie fundacji jego imienia, afiliowanej, podobnie jak Oskar Kokoschka-Zentrum (Centrum Oskara Kokoschki), przy wiedeńskim Universität für angewandte Kunst (Uniwersytecie Sztuki Stosowanej).

Rdzeń tej instytucji stanowi archiwum pozyskane w 2008 r. od rodziny projektanta z inicjatywy austriackich badaczy Martiny Fineder i Thomasa Geislera. Zbiór obejmuje m.in. prywatną bibliotekę designera, jego kolekcję artefaktów z kultur niezachodnich, fototekę zawierającą 20 tys. diapozytywów, dokumenty osobiste, korespondencję, szkice i rysunki oraz niepublikowane teksty. Na marginesie można zauważyć, że w momencie otwarcia tej fundacji droga życiowa projektanta w pewnym sensie zatoczyła koło. Papanek urodził się w 1923 r. w Wiedniu, jednak ze względu na żydowskie pochodzenie rodziny w 1939 r. opuścił Austrię i razem z matką wyemigrował do Stanów Zjednoczonych. Po wojnie, mimo dłuższych pobytów w Danii i Wielkiej Brytanii oraz bardzo częstych krótszych wizyt w Europie, na Stary Kontynent nigdy na stałe nie powrócił. Fakt, że jego spuścizna została sprowadzona ze Stanów Zjednoczonych właśnie do Wiednia, można zatem odczytać jako symboliczne domknięcie biografii.

Victor J. Papanek Stiftung (Fundacja Victora Papanka) zainicjowała cykliczne sympozja, które nie są związane bezpośrednio z osobą patrona instytucji, ale służą analizie i promocji dziedzictwa jego poglądów we współczesnej kulturze designu. Trzeba zaznaczyć, że selekcja prelegentów nie odbywa się w tym przypadku na otwartej zasadzie zgłaszania referatów, ale jest dokonywana odgórnie, przez merytorycznego kuratora wydarzenia. Tę funkcję sprawuje prof. Alison J. Clarke, kierowniczka Abteilung für Theorie und Geschichte des Design (Zakładu Teorii i Historii Designu) na wiedeńskim Uniwersytecie Sztuki Stosowanej oraz dyrektorka Fundacji Victora Papanka. Związek promowanej przez instytucję wizji społecznego designu z oryginalną myślą jej patrona pozostaje kwestią wartą krytycznej uwagi. Pierwsze Sympozjum im. Victora Papanka „Anti-Design: Prescription for Rebellion?”, które inaugurowało działalność fundacji w listopadzie 2011, zostało pod tym względem przyjęte raczej chłodno⁶.

Temat drugiego sympozjum – „Emerging and Alternative Economies of Design. The Social Imperative of Global Design” – odnosił się do rosnącej

² Programowe dzieło **Papanka** zostało przetłumaczone na ponad 20 języków. W 2012 r. w Łodzi, dzięki wydawnictwu Recto verso, ukazał się pierwszy polski przekład tej książki: *Dizajn dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*, wykonany przez J. Holzmana na podstawie drugiego wydania amerykańskiego z r. 1984.

³ Zob. **A. Forty**, *Objects of Desire. Design and Society since 1750*, New York 2005, s. 4. Papanek dzielił z modernistami fundamentalne przekonanie, że design jest dyscypliną służącą społeczeństwu i obciążoną odpowiedzialnością etyczną. Rozbieżność dotyczyła natury tych powinności.

⁴ **V. Papanek**, *op. cit.*, s. 20.

⁵ **A. Spire**, *Pomoc tylko dla swoich. Szowinizm w imię państwa socjalnego*, „Le Monde diplomatique. Edycja polska” 2014, nr 1, s. 20.

⁶ Zob. **V. Sacchetti**, *Beyond Tin Can Radio*, „Disegno” 2012, nr 3, <http://disegnodaily.com/magazine/beyond-the-tin-can-radio> (data dostępu: 17 III 2014).

rangi designu w krajach wielkich wschodzących ekonomii, takich jak Chiny i Indie. Podejmowane tam decyzje projektowe (choćby w kwestii opakowań) ze względu na olbrzymią skalę produkcji przekładają się na poważne konsekwencje o globalnym znaczeniu. Równocześnie obserwujemy w państwach azjatyckich coraz większą świadomość roli designu, czego przejawem jest m.in. dynamiczny rozwój szkolnictwa wyższego w dziedzinie wzornictwa. W tym kontekście Clarke sformułowała dwa przewodnie problemy. Po pierwsze, postawiła pytanie o możliwość „rozwoju alternatywnych praktyk designerskich na peryferiach dominujących neoliberalnych modeli ekonomicznych oraz kultury konsumpcyjnej”. Po drugie, podniosła kwestię „potencjału takich alternatywnych praktyk w generowaniu społecznej innowacji oraz tworzeniu przeciwwagi dla niezrównoważonej ekonomii produkcji”⁷. Zaproszone grono prelegentów – designerów, naukowców, pedagogów uczelni artystycznych z Europy, Azji i Stanów Zjednoczonych – pozwoliło na skonfrontowanie się z tymi zagadnieniami z bardzo różnych perspektyw.

Oszczędny cyfrowy design

Sympozjum otwierał wykład „Frugal Digital Design? Technology for the Underserved” Vinaya Venkatramana, projektanta pochodzenia hinduskiego, wykształconego w Indiach i we Włoszech, którego kariera ewoluowała od designu produktu, przez projektowanie efektów specjalnych dla branży filmowej i reklamowej, po design interaktywny. Obecnie Venkatraman pracuje w Danii jako konsultant rządowy i biznesowy ds. innowacyjnych produktów oraz wykładowca na IT-Universität i København (Uniwersytecie Techniki Informacyjnej w Kopenhadze). Współpracuje również z ośrodkami akademickimi w Wenecji i Aarhus. W 2006 r. Venkatraman został jednym ze współzałożycieli Copenhagen Institute of Interaction Design (CIID). W ramach działalności tej instytucji prowadzi projekt badawczy pod nazwą „Frugal Digital”, który ma służyć opracowywaniu tanich urządzeń cyfrowych redukujących trudności w dostępie do nowych technologii w krajach rozwijających się⁸. Inicjatywa projektanta

wpisuje się w szersze zjawisko, charakterystyczne szczególnie dla ekonomii indyjskiej, znane pod angielskim terminem „*frugal innovation* [oszczędna innowacyjność]”. Chodzi o poszukiwanie niekonwencjonalnych rozwiązań inżynierskich i designerskich oraz strategii biznesowych, które pozwalają na redukcję ceny produktu w takim stopniu, żeby uczynić go dostępnym dla jak największej liczby osób z nieuprzywilejowanych warstw społecznych⁹. Klasycznym tego przykładem jest skonstruowany przez Tata Motors samochód osobowy Nano kosztujący 2200 dol.

Specyfika projektów realizowanych przez Frugal Digital polega na dostrzeżeniu potencjału tkwiącego w kulturze drobnego „rzemiosła technologicznego”. Tym terminem Venkatraman określa popularną w Indiach, ale występującą również w innych krajach rozwijających się, fuzję między praktykami związanymi z tradycyjnym rzemiosłem a domeną zaawansowanych technologii. Fenomen rzemiosła technologicznego tworzą właściciele małych, wielofunkcyjnych punktów usługowych, którzy zajmują się równocześnie sprzedażą kart do sieci komórkowych, rezerwacją biletów *online*, handlem częściami pozyskiwanymi ze zużytych urządzeń, a także naprawą, przerabianiem i aktualizacją wszelkiego typu elektroniki: produktów AGD i RTV, odtwarzaczy CD, telefonów komórkowych oraz sprzętu komputerowego. Umiejętności tych ludzi nie opierają się na formalnym wykształceniu, ale zdobywane są samodzielnie z podręczników i instrukcji obsługi, na zasadzie odwróconej inżynierii, dzięki wymianie doświadczeń z ust do ust oraz w ramach organizowanych oddolnie kursów przyuczających do zawodu. Metody stosowane przez takie osoby do rozwiązywania problemów bywają często niestandardowe. Venkatraman przytoczył zdumiewający przykład związany z diagnostyką zepsutych telefonów komórkowych: powleka się je materiałem ciepłoczułym, który – zmieniając kolor w miejscu o podwyższonej temperaturze – w szybki sposób pozwala na zlokalizowanie uszkodzenia układu.

Funkcjonowanie mikrowarsztatów opiera się na wykorzystaniu tanich narzędzi, części „z drugiej ręki”, na zastępowaniu drogich komponentów mniej kosztownymi substytutami oraz na wytwarzaniu tanich urządzeń peryferyjnych. Interesu-

⁷ Cyt. z broszury konferencji. Zob. *Papanek Symposium 2013. Emerging and Alternative Economies of Design*, <http://papanek.org/symposium/2013> (data dostępu: 17 III 2014).

⁸ Zob. stronę Frugal Digital: <http://frugaldigital.org> (data dostępu: 20 III 2014). V. Venkatraman dwukrotnie prezentował swoje projekty na konferencjach TEDx: w Madrycie i w Ad-Dauha w Katarze.

⁹ Zob. *First Break All the Rules: The Charms of Frugal Innovation*, „The Economist” 2010, nr z 15 IV, <http://www.economist.com/node/15879359> (data dostępu: 20 III 2014).



Clock Sense testowany na gorączkującym noworodku, marzec 2012. Fot. Priya Mani

jący jest również model ekonomiczny, który obowiązuje w tym biznesie. Cena usługi nie zależy ani od stopnia trudności problemu, ani od czasu poświęconego na naprawę, ani od cen komponentów, lecz stanowi wypadkową szacowanych możliwości finansowych klienta oraz hierarchii marek.

W ramach ekosystemu rzemiosła technologicznego rodzą się samorzutnie dość złożone, nieformalne struktury kooperacji. Venkatraman zilustrował to zjawisko na przykładzie wytwarzania tanich telewizorów z monitorów komputerowych wyrzucanych w dużych ilościach przez banki i korporacje przy okazji wymiany sprzętu. Banki nie zadają sobie trudu zadbania o recykling odpadów i w ten sposób sprawny jeszcze sprzęt ląduje na śmietnikach. W tym momencie rozpoczyna się cykl oszczędnościowej produkcji. Monitory są najpierw zbierane przez żebraków i dzieci, następnie przerabiane przez domorosłych fachowców na telewizory, rozwożone przez kierowców autobusów pasażerskich do wiejskich regionów i tam sprzedawane za 30 euro z gwarancją naprawy w ciągu 24 godzin. Ten rodzaj biznesu, działającego bez nazwy i logotypu, bez żadnych struktur zarządzania oraz nadzoru, funkcjonuje wyłącznie dzięki indywidualnym korzyściom wszystkich ogniw w łańcuchu.

Venkatraman skonstrastował zaobserwowany w Indiach model nieformalnej, wschodzącej ekonomii z logiką nadmiaru i rozbudzania potrzeb konsumpcyjnych obowiązującą w głównym nurcie rynku technologii krzemowych. Wskazał też na trzy wartości zaadoptowania cechy fenomenu rzemiosła technologicznego:

1. Naprawa odbywa się w lokalnej kulturze, co pozwala na pominięcie rozbudowanych procedur biurokratycznych, zmniejsza koszt usługi i skracza czas oczekiwania na jej wykonanie.
2. Wytwarzanie sprzętów wiąże się z niewielkimi nakładami finansowymi.
3. Zaawansowane oprogramowanie może być wbudowywane w proste i tanie urządzenia.

Do tej pory zespół Frugal Design zrealizował pięć projektów, które dotyczą obszarów wrażliwych społecznie, takich jak: opieka medyczna, edukacja, rozwój lokalnych mediów oraz partycypacja obywatelska. W trakcie sympozjum Venkatraman zaprezentował m.in. projekt sprzętu diagnostycznego przeznaczonego dla *asha workers* w Indiach. *Asha workers* to osoby pracujące w niewielkich społecznościach wiejskich, których zadaniem jest udzielanie ogólnych wskazówek dotyczących profilaktyki oraz zachowań w przypadku choroby. Instytucja ta została wprowadzona przez

rząd indyjski przede wszystkim w celu opieki nad kobietami w ciąży i karmiącymi matkami, lecz w istocie *asha workers* stanowią jedyne ogniwo pośredniczące pomiędzy chorym a profesjonalną służbą zdrowia. Ludzie wykonujący ten zawód mają minimalne przygotowanie medyczne oraz są słabo wyposażeni w narzędzia diagnostyczne, a to właśnie oni podejmują decyzję o skierowaniu danej osoby do punktów podstawowej opieki zdrowotnej lub do szpitali. Ośrodki zdrowia są w Indiach skrajnie przeciążone – na jednego lekarza przypada ok. 100 pacjentów dziennie. Razem, w ogromnych kolejkach, czekają na poradę ludzie potrzebujący pomocy w różnym zakresie: kobiety w ciąży, chorzy na malarię oraz cierpiący na zwykłe przeziębienie. Średnia odległość między wioską a kliniką wynosi ok. 15 km, co – biorąc pod uwagę specyfikę lokalnych środków transportu – może wiązać się z koniecznością całodniowej podróży.

Urządzenie diagnostyczne dla *asha workers* ma służyć usprawnieniu działania systemu opieki zdrowotnej w Indiach, pozwalając wyselekcjonować tych pacjentów, którzy faktycznie wymagają kontaktu z lekarzem. Zostało ono skonstruowane z klasycznego metalowego budzika tarczowego, elementów pilota telewizyjnego, części z myszki komputerowej oraz oprogramowania. Projekt interfejsu jest bardzo przejrzysty – wykorzystuje schemat trzech kolorów oraz piktogramy. Po przyłożeniu palca do czujnika aparat mierzy temperaturę ciała, puls, ciśnienie krwi, szybkość oddechu i poziom tlenu we krwi. W zależności od wyników wskazówka przesuwana się na piktogram domu, pielęgniarki (synonim fachowej opieki) lub lekarza z chorym (konieczność konsultacji szpitalnej). Zarówno spory rozmiar aparatu, jak i klarowny sposób przedstawienia rezultatów pomiaru budzą zaufanie badanych. Koszt produkcji narzędzia nie przekracza 2 dol. Oprogramowanie jest opracowywane w Danii i może być niewielkim kosztem przesyłane do Indii. Pozostałe komponenty urządzenia da się z łatwością kupić i złożyć w lokalnych warsztatach rzemieślników technologicznych według załączonej instrukcji obsługi.

Chociaż samo dostrzeżenie fenomenu „rzemieślników technologicznych” jest bardzo ciekawe, to zawiódł pomysł, żeby alternatywne rozwiązanie Frugal Digital oprzeć na oddolnej, nieformalnej dystrybucji. Do tej pory powstało 20 sztuk aparatu skonstruowanych wyłącznie przez autora projektu. Biorąc pod uwagę wielkość populacji Indii, szacowaną na 1,25 mld, oraz liczbę *asha workers* – 250 tys., kontekst rozmowy o tym

alternatywnym projekcie jako o obiecującym instrumencie zmiany systemu opieki zdrowotnej oraz społecznej innowacji wydaje się w obecnym stadium wdrożenia mało adekwatny.

Shanzhai

Chińska kultura *shanzhai* – kolejny przykład oddolnej, wschodzącej ekonomii – była przedmiotem wystąpienia Makiko Taniguchi, antropolożki z PARC Silicon Valley w Kalifornii, specjalizującej się we wschodzących rynkach. Amerykańska badaczka, sygnalizując kontrowersje dotyczące praw autorskich, podkreśliła wartość omawianego zjawiska jako platformy dla oddolnej innowacyjności, która pozwala na odwrócenie tendencji „*made in China*”, związanej z kopiowaniem obcych wzorów, w kierunku „*designed in China*”. Prototypy produktów *shanzhai* są projektowane w taki sposób, aby odpowiadały lokalnym odbiorcom: pod względem ceny, estetyki, prestiżu związanego z posiadaniem produktu oraz wyposażenia go w dodatkowe opcje technologiczne.

Taniguchi wymieniła cztery zasadnicze cechy charakteryzujące kulturę *shanzhai*. Pierwsza z nich odnosi się do estetyki. Pod tym względem design *shanzhai* nie ma nic wspólnego z wyrafinowaniem i subtelnością, lecz opiera się na ekspozowaniu i przesadnym podkreślaniu jednej, wybranej cechy. Antropolożka wywodzi tę estetykę z tradycji klasycznego teatru chińskiego, w którym maska noszona na twarzy aktora stawała się esencją znaczenia. Jeżeli pożądaną właściwością jest marka produktu, to uwypuklony zostanie logotyp: dla przykładu, symbol jabłka firmy Apple w telefonie *shanzhai* będzie dużo większy niż w oryginalnym iPhone. Jeżeli zaś jest nią element technologiczny, np. kamera, to będzie on podkreślony rozmiarem i kolorem.

Druga cecha *shanzhai*, na którą zwróciła uwagę badaczka, to umożliwianie uczestnictwa zmarginalizowanym grupom społecznym w popkulturowej ekspresji. Przytoczyła przykład noworocznej gali telewizyjnej, która w Chinach jest ogromnym, kontrolowanym przez władzę eventem medialnym. W 2008 r. powstała niezależna, bazująca na oficjalnym formacie, gala noworoczna dystrybuowana w sieci. Umożliwienie zwykłym ludziom wcielenia się w role celebrytów i gwiazd show-biznesu zapewniło tej produkcji *shanzhai* żywy odbiór wśród publiczności. Ten i inne przykłady tworzenia alternatywnych programów na podstawie znanych formatów telewizyjnych bądź wzorców hollywoodzkich, mimo politycznie neutralnego charakteru, pozwalają na powstanie

marginesu wolności w kulturze kontrolowanej przez władzę.

Kolejna charakterystyka dotyczyła optymizmu, humoru oraz autoironii, które towarzyszą projektowaniu *shanzhai*. Ponieważ w tym przypadku nikt nie pretenduje do posiadania oryginalnego produktu, to przekręcanie nazw znanych marek i przetwarzanie logotypów staje się pretekstem do żartów. Firma sportowa Nike funkcjonuje jako Mike bądź IVIKE itp. Ten aspekt został zresztą dość chętnie „przechwycony” przez oficjalny świat mody. Nawet na polskim rynku pojawiły się w tym sezonie bluzy z napisem „Kendzo. Warszawa”.

Ostatnią cechą fenomenu *shanzhai* wyróżnioną przez Taniguchi jest siła nacisku ekonomicznego związana z niezwykle szybkim tempem tworzenia prototypów. Firmy z Szantungu są w stanie wyprodukować i wprowadzić na rynek nowy model telefonu w ciągu 40 dni. W przeciwieństwie do wielkich międzynarodowych korporacji, które opracowują prototypy urządzeń z myślą o globalnym kliencie, *shanzhai* wybiera niewielki obszar sprzedaży i łączy swój produkt z lokalnym zapotrzebowaniem. Znany przykład pochodzi z 2008 r., kiedy w trakcie kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych na użytek rynku kenijskiego stworzono specjalny model komórki wzorowanej na Nokii 5300 XpressMusic z logo „OBAMA” oraz sloganem „Yes, We Can” nadrukowanymi na obudowie telefonu. Innowacyjność, reaktywność designu, zdolność do szybkiej adaptacji oraz skala ekonomiczna biznesu *shanzhai* stanowią realne wyzwanie dla firm głównego nurtu oraz wymuszają korektę ich własnych strategii.

Przemysł recyklingowy w Indiach

Najbardziej polemiczne wystąpienie, podważające przyjęte w szerokim konsensusie przekonania dotyczące zachowań etycznych związanych z konsumpcją ubrań, przedstawiła Lucy Norris – brytyjska antropolożka, pracująca do niedawna w Department of Anthropology (na Wydziale Antropologii) University College London. Od wielu lat zajmuje się ona problematyką dotyczącą wartości przypisywanej ubraniom i materiałom. Jej referat „Unravelling Waste Economies” dotyczył jednak specyficznego obszaru, który wcześniej nie był przedmiotem analiz ani z ekonomicznego, ani z kulturowego punktu widzenia, a mia-

nowicie rynku ubrań używanych oraz przemysłu recyklingowego.

Prowadzenie badań na temat globalnego biznesu związanego z odzieżą „z drugiej ręki” jest poważnie utrudnione przez fakt, że branża ta ma tendencje do funkcjonowania na pograniczu regulacji prawnych i szarej strefy. Stąd niełatwo dotrzeć do miarodajnych informacji na ten temat, oficjalne dane są gromadzone niesystematycznie, a zdarza się, że przekłamywane. Niemniej jednak nawet podstawowe wiadomości przytoczone przez brytyjską antropolożkę dają wyobrażenie o skali zjawiska¹⁰. Obroty na światowym rynku odzieży używanej wynoszą około 3 mld dol. rocznie. Tylko połowę ubrań pozyskanych od darczyńców wykorzystuje się ponownie, pozostałe 50% ulega przemysłowemu recyklingowi. Bardzo niewielki odsetek odzieży „z drugiej ręki” jest konsumowany na lokalnych rynkach w krajach zamożnych, większość się eksportuje. W Wielkiej Brytanii będzie to proporcja 20% do 80%. Największymi eksporterami odzieży używanej, którzy wspólnie stanowią ponad 50% rynku, są takie kraje jak Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Niemcy, Korea Południowa i Kanada. Zmienił się także sposób sortowania ubrań. Dawniej odbywało się to przede wszystkim w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej, ale wraz z globalizacją rynku możliwe stało się wysyłanie odzieży nieposortowanej lub przenoszenie wykonywania tych czynności do krajów Europy Środkowo-Wschodniej oraz do Specjalnych Stref Ekonomicznych na Południu. Tam, po rozpakowaniu 50- lub 100-kilogramowych bel, towar podlega selekcji, a zazwyczaj także zmianie klasyfikacji, i eksportowany jest dalej na rynki docelowe.

Przemysł recyklingowy ubrań został obecnie, poza nielicznymi wyjątkami, przeniesiony do krajów rozwijających się: Indii oraz państw afrykańskich. Badania nad cyklem życia ubrań „z drugiej ręki” skłoniły Norris do przeprowadzenia wizyty studyjnej w największym na świecie centrum przemysłowego recyklingu używanej odzieży, które znajduje się w miejscowości Panipat na północy Indii. W 300 zakładach zatrudniających 70 tys. ludzi przetwarza się tam rocznie ok. 100 tys. ton towaru. Antropolożka ustaliła, że – inaczej, niż się oficjalnie utrzymuje – używana odzież trafia do tego miejsca nie ze względu na to, że jest zniszczona lub wykonana z niskiej jakości tkanin, ale dlatego, że nie znalazła nabyw-

¹⁰ Wszystkie dane przytaczam za: L. Norris, *Recycling imported secondhand textiles in the shoddy mills in Panipat, India: an overview of the industry, its local impact and implications for the UK trade. A research summary* [...], Department of Anthropology, UCL, February 22, 2012, <http://www.wornclothing.co.uk/wp-content/uploads/2011/01/SummaryShoddy.pdf> (data dostępu: 28 III 2014).

ców na rynku sprzedaży detalicznej *second hand*. Największą część stanowi garderoba zimowa, na którą nie ma popytu w krajach rozwijających się o ciepłym klimacie, a w Europie Środkowo-Wschodniej nabywców znajdują wyłącznie produkty spełniające kryteria związane z modą.

Jeszcze w porcie, przed przekroczeniem granicy indyjskiej, ubrania poddaje się wstępnemu procesowi zniszczenia w celu uzyskania niższej taryfy celnej. Później przewozi się je ciężarówkami kilkadziesiąt kilometrów w głąb lądu do fabryki. Tam odbywa się drugi etap degradacji. Zatrudnione w tym celu kobiety odcinają guziki, zamki błyskawiczne, klamry itp. oraz za pomocą nożyc ogrodowych tną ubrania na drobne łachmany. Skrawki materiałów są potem poddawane mechanicznej obróbce, aby pozyskać surowiec na przędzę. Choć odzież wykonana jest z dwóch typów tkanin – z włókien syntetycznych oraz z wełny – najistotniejszym kryterium przyjętym w praktyce recyklingu okazuje się nie gatunek materiału, tylko kolor. Do wełny dodaje się 15% włókien syntetycznych. Z przygotowanego w ten sposób surowca powstają dwa rodzaje niskiej jakości produktów końcowych: przędza, często dobarwiana chemicznie, która służy następnie do wytwarzania marnych tkanin, oraz koce. Do produkcji tych drugich wykorzystuje się dodatkowo olej transformatorowy, odpadki przemysłowe oraz chemikalia. Skład tej mikstury nie jest do końca znany. Nie była też ona nigdy przebadana pod kątem szkodliwości dla zdrowia – ani w odniesieniu do robotników fabryki, ani do użytkowników wyrobu. Efektem ubocznym stosowania tych substancji jest nieprzyjemny zapach. Warto też nadmienić, że na żadnym etapie nie pierze się tkanin. 85% produkcji fabryki w Panipat sprzedaje się na rynku lokalnym, a pozostałe 15% przeznaczają na eksport. Głównym nabywcą koców na eksport (aż 90%) są organizacje humanitarne, korzystające z nich w sytuacjach, gdy potrzeba pomocy na wielką skalę, najczęściej w przypadkach klęsk żywiołowych i katastrof. Ponieważ towar ten sprzedawany jest na wagę, zdarza się, że producenci sztucznie zwiększają jego ciężar, dodając soli i mąki.

Norris podjęła również kwestię warunków pracy w fabryce w Panipat. Istota tego biznesu wiąże się z tanim surowcem oraz minimalną inwestycją w infrastrukturę, narzędzia oraz siłę roboczą. Osoby zatrudniane są bez umów stałych, co pozbawia je praw do ubezpieczenia oraz innych przywi-

leńców pracowniczych. Dienne wynagrodzenie dla mężczyzny za 12-godzinną zmianę wynosi średnio od 3 do 3,5 dol., dla kobiety za 8-godzinną pracę przy cięciu ubrań stawka wynosi 1,4 dol. Maszyny używane w fabryce są stare i zdezelowane, a ich obsługiwanie wiąże się z dużym ryzykiem uszczerbku na zdrowiu. Robotnicy wystawieni są także na szkodliwe wyziewy chemikaliów oraz na wdychanie pyłu i kurzu pochodzącego z tkanin. W tym niezdrowym środowisku przebywają również dzieci, które towarzyszą pracującym matkom.

Opowieść Norris o fabryce w Panipat została dodatkowo wzmocniona prezentacją obsypanego nagrodami na międzynarodowych festiwalach, zrealizowanego w 2012 r., filmu dokumentalnego *Unravel*. Indyjski przemysł recyklingowy pokazano w tym obrazie z perspektywy zatrudnionych w nim hinduskich robotnic. Jedną z kobiet, brodząc w hałdach ubrań „z drugiej ręki”, próbuje zrationalizować sobie przerażającą skalę marnotrawstwa, tłumacząc, że ilość wyrzucanej w Europie odzieży wiąże się z niedoborami wody na tym kontynencie. Z tego względu Europejczykom bardziej niż pranie ma się opłacać pozbywanie się strojów¹¹.

Poczynione w Panipat ustalenia pozwoliły Norris na zakwestionowanie jednoznacznie pozytywnej narracji, która w kulturze zachodniej towarzyszy oddawaniu odzieży do ponownego użytku. Najczęściej łączy się tę aktywność z dobroczynnością, odpowiedzialnością za środowisko, pomocą dla krajów rozwijających się. Patrząc na zagadnienie w skali makroekonomicznej, widać, że wartościowanie tych praktyk jest dużo bardziej problematyczne, zarówno gdy chodzi o znaczenie naszych indywidualnych decyzji dotyczących sposobu konsumpcji ubrań, jak i w wymiarze społecznym. Organizacje charytatywne, niekiedy świadomie, stają się ogniwami w komercyjnym łańcuchu związanym z przemysłowym recyklingiem odzieży, z jednej strony jako dostawcy surowca, z drugiej – jako odbiorcy zdegenerowanego produktu. Brak zainteresowania sposobem ponownego wykorzystania surowców w krajach rozwijających się podkopuje również sensowność zachodnich standardów odnoszących się do zrównoważonego rozwoju.

W kulturze hinduskiej tradycyjnie przypisuje się wysoką wartość tkaninom i strojom, bywają one przekazywane z pokolenia na pokolenie, natomiast w krajach rozwiniętych coraz niższe ceny

¹¹ Zdjęcia z fabryki oraz szczegółowy opis dotyczący sposobu jej funkcjonowania można znaleźć na stronie internetowej L. Norris – Worn Clothing: <http://www.wornclothing.co.uk> (data dostępu: 30 III 2014).

odzieży prowadzą do traktowania tych produktów jako efemerycznych. Z tego punktu widzenia indyjski przemysł recyklingowy stanowi także szokujący przejaw kulturowego rozdźwięku.

Na wiedeńskim sympozjum pojawiło się wielu wybitnych prelegentów. Poza wspomnianymi wyżej warto wymienić Jonathana Barnbrooka, jednego z najbardziej utalentowanych brytyjskich grafików użytkowych, Lorraine Justice, dziekana College of Art and Science w Rochester Institute of Technology, autorkę książki o aktualnej scenie designu w Chinach¹², oraz Babithę George, kierującą międzynarodowym zespołem designerów Quicksand Social Innovation w Bangalore. Grupa ta, przy wsparciu finansowym Bill & Melinda Gates Foundation (Fundacji Billa i Melindy Gatesów) oraz w porozumieniu z instytucjami rządowymi, pracuje nad podniesieniem standardów toalet publicznych w Indiach.

Niemniej jednak ani znakomitości wśród prelegentów, ani aktualna, a nawet – można powiedzieć – modna problematyka nie wytworzyły żywej i wpisującej się w etos Papanka atmosfery. Recenzentka pierwszego sympozjum zwracała uwagę na to, że pomimo udziału wybitnych osobistości efekt spotkania był mało inspirujący.

Także podczas drugiej edycji odnosiło się podobne wrażenie. Rangi wielkiego nieobecnego tych wydarzeń nabiera zatem „duch Papanka”. Trudno się dziwić – Papanek nie lubił konferencji. W artykule z 1968 r., zatytułowanym *Actions Speak Louder* i opublikowanym w branżowym piśmie „Industrial Design”, w następujący sposób odniósł się do tej formuły spotkań:

Too many martinis, slight morning hangovers, – overheated hotel rooms [...]. Boring dry-as-dust-speeches [...] with one or two topics, „Is Industrial Design Moving towards greater Professionalism?” or „Do We have an Identity?”; all of these combined with a degree of back-slapping bonhomie, spell design conference¹³.

Anna Płazowska

Absolwentka historii sztuki Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz studiów europejskich w College of Europe w Brugii, a obecnie doktorantka w Instytucie Historii Sztuki UJ. Od 2007 r. pracuje jako asystentka w Katedrze Estetyki Instytutu Kulturoznawstwa Akademii Ignatianum w Krakowie. Stypendystka Solomon R. Guggenheim Foundation. Jej zainteresowania naukowe związane są ze sztuką nowych mediów oraz społecznie zaangażowanym designem.

¹² L. Justice, *China's Design Revolution (Design Thinking, Design Theory)*, Cambridge [Massachusetts] 2012.

¹³ V. Papanek, *Actions Speak Louder*, „Industrial Design” 1968, nr 9, s. 41; cyt. za: A. J. Clarke, „Actions Speak Louder”. *Victor Papanek and the Legacy of Design Activism*, „Design and Culture” 2013, nr 2, s. 163.

Summary

ANNA PŁAZOWSKA / The Second Victor Papanek Symposium. “Emerging and Alternative Economies of Design. The Social Imperative of Global Design”, Vienna (14–15 November 2013)

The Victor J. Papanek Symposium takes place every two years and serves analysing contemporary design practice which continues the legacy of the author of *Design for the Real World*. The meetings are held by The Victor Papanek Foundation and the Vienna University of Applied Arts.

The topic of the second symposium referred to the well-known aspect of Papanek's activity – his inspirations with solutions deriving from cultures other than Western European ones and his long-term engagement in designing for benefit of the developing countries. Alison J. Clarke, the event's curator, decided to focus the attention on the globally growing importance of design in economies of China and India and the potential of alternative design praxis developing in these two countries. The guest-speakers from Asia, Europe and the United States made up not only interdisciplinary but also multicultural overview of this issue.

The report discusses Frugal Digital initiative presented by Vinay Venkatraman, which was organised within CIID (Copenhagen Institute of Interactive Design). The work of this small team of designers focuses on cheap, experimental solutions that provide access to new technologies in the developing countries in socially important areas, e.g. health service and education. An interesting aspect of their activity is spotting and benefitting from the possibilities which are related to the culture of “technological craft” characteristic for the developing countries.

The paper by Makiko Taniguchi concerning shanzhai culture, and a polemic paper by Lucy Norris have also been covered in details. The latter one started with the analysis of mode of operation of clothing recycling industry in an Indian city of Panipat, it revealed inconsistency of the Western beliefs and practices related to ethic consumption of clothing.

In the conclusion the author wonders why, despite the interesting topic and the excellent speakers, the event itself hardly inscribes in Papanek's ethos; she ironically suggests that perhaps the formula of an academic conference is not the best idea for the promotion of this designer's views.