

Design stał się kwintesencją stylu, nowoczesności i funkcjonalności. Jest gorący, pożądany, wybaczymy mu nawet, jeśli jest drogi. Bo to on określa nasz status, jest wyrazem aspiracji, pragnień i marzeń

Wzornictwo rośnie nad Wisłą

Czy Polacy kochają design? Czy na tle innych narodów mamy jakieś szczególne powody, żeby stawiać wysoko wzornictwo przemysłowe i codzienne piękno? Rola designu w życiu nas wszystkich rośnie wprost proporcjonalnie do wzrostu stopy życiowej, aspiracji i możliwości finansowych społeczeństwa. To właśnie design – jakkolwiek go rozumiemy, czy jako skomplikowany proces, czy jako modny gadżet – stał się najmodniejszym i najgorętszym słowem kluczem.

Marta Suchodolska



Wszyscy chcą mieć coś wspólnego z designem. Można mieć designerski samochód, dom, odkurzacz, stolik czy nawet długopis. Wyjeżdżamy w designerskie podróże, chodzimy do

designerskich restauracji i klubów, designersko się ubieramy. Design stał się kwintesencją stylu, nowoczesności i funkcjonalności. Jest gorący, pożądany, wybaczymy mu nawet, jeśli jest drogi. Bo to on określa nasz status, jest wyrazem aspiracji, pragnień i marzeń.

Design PRL-u

Pamiętajmy, że design nie jest dla Polaków zjawiskiem nowym, że nie przyszedł do nas po roku 1989, wraz z gospodarką rynkową i wolnym rynkiem. Polacy są wyjątkowo dobrze przygotowani i wyedukowani na przyjęcie i zrozumienie tego, jaką wartością jest dobry, funkcjonalny i estetyczny przedmiot czy rozwiązanie. Paradoksalnie zawdzięczamy to PRL-owi, jego powszechnej biedzie i pospolitoci, która oświecana była pojedynczymi, ale jak znaczącymi realizacjami w dziedzinie designu. Zastanówmy się, jak to możliwe, że złoty okres polskiego wzornictwa to lata 50. i 60. XX wieku – czyli czas gospodarki zarządzanej centralnie, wielkich fabryk i PRL-owskich planów pięcioletnich. Jak to się stało, że w tak niesprzyjających warunkach zaprojektowano najlepsze polskie krzesła ze sklejki, takie jak „Plucka” Marii Chomentowskiej czy „Muszelka” Teresy Kruszewskiej? Ze właśnie wtedy Roman Modzelewski zaprojektował swój słynny fotel, którym interesowali się architekci z kręgu samego Le Corbusiera? Przecież to w latach 50. i 60. powstawały doskonałe polskie figurki śmiełowskie, wzorowane na kształt rzeźby organicznej Henry’ego Moore’a, polskie mieszkania wyposażone w meblóścianki Kowalskich, które w zamysle i pierwotnej koncepcji były doskonale zaprojektowanymi, funkcjonalnymi meblami do ustandyzowanych mieszkań. Młodzi ludzie dosiadali skuterów Osa, robili zdjęcia designerskimi aparatami Alfa, słuchali płyt z ambitnie zaprojektowanych gramofonów Bambino. Mało kto wie, że nawet poczytywy polski samochód Syrenka miał wersję Sport, wzorowaną na Ferrari i Mercedesie 190 SL. Byliśmy opóźnieni w stosunku do społeczeństw zachodnich, nie mieliśmy z nimi

szans materialnie, ale pragnienie nadążania za trendami było ogromne, moda na Zachód, na styl zza żelaznej kurtyny była powszechna. Polacy mieli zawsze doskonały zmysł obserwacji i umiejętność naśladowania czy wręcz twórczego, indywidualnego odpowiadania na to, co przychodziło z Zachodu.

Tandeta lat 90.

Przez cały PRL głód designu był w Polakach ogromny, podobnie jak głód wolności, demokracji, wolnego rynku i normalnego życia w kontakcie ze światem. Po 1989 r. załapa nas fala najróżniejszych towarów, tsunami z tego

smaku, azjatyckich podróbek, najtańszej tandety. Ale i tu się nie daliśmy – Polacy bardzo szybko zorientowali się, że ważna jest nie tylko cena, lecz także: jakość, funkcjonalność, odpowiadanie na potrzeby i estetyka. Tu odezwały się ślady PRL-owskiej edukacji, ideał designu demokratycznego, piękna projektowanego dla mas i powszechnie dostępnego. Bo okazuje się, że w swoich oczekiwaniach wobec wzornictwa Polacy z jednej strony podziwiają Włochów za ich sensualne podejście do formy, za miłość koloru, drogiej materiałów i luksusu, z drugiej jednak doceniają model skandynawski, za jego demokrację, od-

powiadanie na potrzeby, rozwiązywanie problemów, praktyczność i uśrednione ceny.

Mieszkanie marzeń

A jak Polacy chcą żyć i mieszkać dzisiaj? Jakimi przedmiotami chcą się otaczać? O jakim domu i otoczeniu marzą? Z badania „Mój Dom”, przeprowadzonego przez Westwing Home&Living, dowiadujemy się, że 60 proc. badanych Polaków chciałoby mieszkać w domu wolnostojącym z ogrodem, na przedmieściu. To pragnienie własnego domu jest odpowiedzią na pokoleniowy kompleks dzisiejszych 30- i 40-latków, w większości

Przykłady stylu skandynawskiego: stół Blanca, fotel Amy, komoda szufladowa Soft Fifties

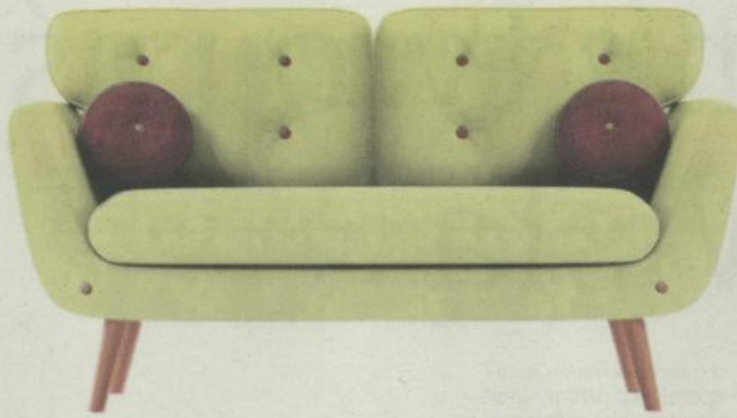


Przykłady stylu industrialnego: komoda sesto, zestaw trzech pojemników, stolik nocny Duudtry



źródło zdjęć: www.westwing.pl

wychowanych i dorastających w blokach. To dzieci tzw. polskich inteligentów i klasy średniej, które dzieciństwo spędziły na trzepakach, uczyły się w szkole tysiąclatce, a kontakt z naturą miały najczęściej u dziadków albo nie miały go w ogóle. To właśnie oni są polskimi miłośnikami i propagatorami stylu prowansalskiego, angielskiego country style czy innych narodowych wersji stylu rustykalnego. Najważszą i najbardziej świadomą częścią tej rozległej niszy interesuje się polską sztuką ludową, która jest pierwotnym źródłem polskiego designu narodowego. Ci ludzie kolekcjonują i wyszukują na aukcjach meble i tkaniny projektowane w kultowej Spółdzielni Artystów ŁAD, szukają wzorów projektowanych w oparciu o polską ludowość w IWP czy nawet historycznych przedmiotów z Cepelii. Im podoba się współczesny polski design inspirowany narodowym folkicem.



Przykłady stylu prowansalskiego rustykalnego: zegar przyścienny Roses, komoda Thea, komplet koszy Elvire

Lofty dla kreatywnych

A jak wygląda zainteresowanie Polaków jednym z najpopularniejszych stylów, jakim jest dziś styl przemysłowy, zwany industrial chic? Czy chcą mieszkać w lofcie? Czy podobają się im surowe formy przedmiotów kokietujące brutalną bryłą, czy chcą mieć betonową podłogę i ceglane ściany? Czy kupiliby najszynniejszą industrialną lampę Mayday zaprojektowaną przez Konstantina Grcica? Z badania przeprowadzonego przez Westwing Home&Living wynika, że w lofcie chce mieszkać 55 proc. badanych! To najczęściej mieszkańcy wielkich aglomeracji, które mają nie tylko pierwotną postprzemysłową tkankę, która na lofty da się zamienić, lecz także odpowiedni poziom snobizmu. Lofty chcą mieć najczęściej single, ludzie uprawiający wolne zawody, należący do środowisk artystycznych. Ciekawym zjawiskiem są warszawskie lofty na Mokotowie, które wybudowano zupełnie od nowa. Z jednej strony zaprzecza to samej idei, która polega na rewitalizacji postindustrialnej tkanki, z drugiej uświadamia intensywność tego coraz bardziej popularnego trendu.

Design na co dzień

A jak futurologi widzą przyszłość polskiego domu? Jak będziemy mieszkać w przyszłości, jakie sfery domu będą się rozwijać, jakie nowe produkty się pojawią? Zwiększy się rola technologii w przestrzeni domowej, bo zrobimy wszystko i wydamy każde pieniądze, żeby prace domowe zabierały nam jak najmniej czasu, więc systemy domów inteligentnych, zarządzanych centralnie to przyszłość ogólnosiwiatowa – także polska. Prognozy mówią też o silnym rozwoju nurtu eko, o oszczędzaniu energii i takim rozumieniu designu, który przyczyni się do ograniczenia degradacji środowiska, stosowania rozwiązań takich jak kolektory słoneczne czy przydomowe oczyszczalnie ścieków. Szykujemy się też na zmianę funkcji domu: będziemy w nim urządzać sobie stanowisko pracy – jeśli go jeszcze nie mamy. Bo będziemy pracować zdalnie, online, stąd między innymi nowy trend „zmiękczający” reprezentacyjne meble biurowe i dopasowujący je do możliwości i stylu domu mieszkalnego. Czeka nas więc dom totalnie onlinowy, samodzielny i indywidualny. Co podkreślają znawcy przyszłości – dom będzie wyrażać nasze pragnienia, pasje i potrzeby, będzie skrojony na miarę, a design będziemy rozumieć jako taką właściwość przedmiotów i przestrzeni, która te nasze rozliczne potrzeby zaspokoi.



Przykłady stylu eko: miska z dziadkiem do orzechów, zestaw czterech sztucznych roślin, lampa stołowa Nature

