

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.

MARTYNA MATWIEJUK: Słuchają państwo Audycji Kulturalnych, podcastu Narodowego Centrum Kultury. Przy mikrofonie Martyna Matwiejuk, a moim gościem jest dzisiaj doktor Krystyna Łuczak-Surówka, historyczka i krytyczka designu, wykładowczyni akademicka, kuratorka wystaw, a także autorka cyklu „Dizajn w formie”, cyklu w Audycjach Kulturalnych. Dzień dobry Krysiu.

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Dzień dobry.

MARTYNA MATWIEJUK: Spotykamy się dzisiaj, by porozmawiać o wzornictwie w ogóle i o zainteresowaniu tą dziedziną oraz o badaniach nad nią. Początki designu jako profesji, to jest wiek dziewiętnasty. Od tego stulecia również rozpoczynasz swoją opowieść w cyklu „Dizajn w formie”, przywołując Willę pod Jedłami wybudowaną w końcu dziewiętnastego stulecia, ale kiedy zaczęliśmy się przyglądać designowi od strony naukowej?

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: No, my tutaj, w Polsce to powiedziałabym, że tak stosunkowo późno, bo tak naprawdę to w zasadzie od niedawna. Te ostatnie lata jest takie rosnące zainteresowanie designem i ono też powoduje, bardzo dobrze, taki rosnący trend tego, żeby podejmować to w swoich badaniach, w swojej pracy naukowej, w jakimś w ogóle myśleniu o profesji. Prawda jest taka, że jak ja kiedyś pomyślałam, żeby tym się zajmować, a studiowałam w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych, to właściwie w ogóle nie było jakiegokolwiek rozmowy na ten temat. I gdzieś szukanie informacji, książek, nawet nie można było tutaj, w Polsce nic wypożyczyć, już nie wspomnę o kupieniu, więc to się wiązało z wyjazdami do Wielkiej Brytanii, czyli właśnie tego kraju, w którym ta profesja zaczyna swoją historię w tysiąc osiemset trzydziestym szóstym roku, więc też z natury rzeczy, bo tam po raz pierwszy pojawia się słowo „design” w kontekście profesji. Powstają school of design właśnie od tysiąc osiemset trzydzięści sześć i z natury rzeczy to jest jeden z tych krajów, w którym też te badania nad tą dziedziną będą wiodące. Takie patrzeć na to, że nie jest to tylko i wyłącznie profesja, która brała udział w rewolucji techniczno-przemysłowej, która tworzyła bufor pomiędzy sztuką, a przemysłem, czyli światami, które w dziewiętnastym wieku były sobie zupełnie obce, ale też i myślenie o tym, jakie jest to... jaki jest to element też marketingowych rozwiązań, jaki to jest element w ogóle istotny życia społecznego, to mnie bardzo też zainteresowało, bo tak naprawdę, te przedmioty, my je stwarzamy, ale stwarzamy, ale stwarzamy je dla siebie, więc to jest też takie odbicie naszych potrzeb społecznych.

MARTYNA MATWIEJUK: Yhm. A jak oceniłabyś nasz obecny stan wiedzy na temat polskiego designu i jak to też się zmienia w ostatnich latach, bo wydaje mi się, że patrząc na to od drugiej strony, czyli od zainteresowania ludzi, którzy chcą chłonąć wiedzę na ten temat, no, to ono znacząco wzrasta.

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Znacząco wzrasta i to też powoduje zwrócenie uwagi na to, że nie tylko możemy dowiedzieć się czegoś więcej, ale w jakiś sposób możemy potencjał wykorzystać. Na pewno myślę, że wszyscy, którzy designem są zainteresowani, to zwrócili uwagę, że no, mamy nowe projekty, które bardzo mocno kłaniają się klasykom polskiego

designu i do nich się odnoszą. Mamy również reedycje. To też są dzieci właśnie tego rosnącego zainteresowania i tego, że różne projekty, którym czas ich powstania na przykład nie sprzyjał, ale nie tylko wpisały się na karty historii polskiego projektowania, ale mają też potencjał rynkowy, bo design nie jest po to, żeby go oglądać, tylko po to, żebyśmy go mogli używać, żeby w ten nasz dzień codzienny wszedł. Te realizacje pokazują, że chcemy ten czas niesprzyjający odczarować i chcemy jednak, żeby te projekty zaistniały, żeby miały swoje życie, były w naszej codzienności. To jest w tej chwili taki efekt kuli śnieżnej, jak to się mówi, czyli każdy kolejny element się dokleja, dokleja i ta kula robi się coraz większa i to też powoduje, że zarówno moi studenci na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, na Polsko-Japońskiej szkole na wydziałach projektowych, też coraz bardziej są zainteresowani tym chłonięciem wiedzy o designie. Nie tylko na zasadzie lekcji historii, ale też na zasadzie tego, jak będą mogli polskie projekty używać w swoich na przykład projektach wnętrz, albo jeżeli mówimy o projektantach produktu, to... to czego mogą się nauczyć. No, kiedyś zdarzyła mi się też taka historia na takim kursie, który prowadzę od kilkunastu lat i to był... i do dzisiaj, no, zawsze będzie, pierwszy w ogóle kurs historii projektowania w Polsce na jakiegokolwiek wyższej uczelni w Polsce, to moje dziecko, właśnie na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie zaczęłam, potem wprowadzałam to też na innych uczelniach, tam przez wiele, wiele lat mówiłam, że marzy mi się taka firma, która wdrożyłaby kilka, kilkanaście wybranych klasyków polskiego projektowania mebli, bo gdzieś tutaj meble były mojemu sercu bardzo bliskie, szczególnie, że temu poświęciłam pracę doktorską. Tym dekadom powojennym i właśnie nowoczesnemu projektowaniu mebli. No i tak mówiłam, mówiłam i pewnego razu to jeden z moich studentów usłyszał w trochę inny sposób i tak potem narodziła się jedna z firm, która stoi właśnie za reedycjami klasyków.

MARTYNA MATWIEJUK: Fotel „RM58”, o którym teraz tak wspominasz, znajdują państwo w jednym z odcinków cyklu „Dizajn w formie”. Wybrałaś do niego dwanaście projektów. Ja wiem, że to było niełatwe zadanie, żeby w tak małej liczbie się zamknąć, ale w tej historii pojawiają się cztery kobiety projektantki. To Julia Kejlowa, to Bogusława Kowalska, to Teresa Kruszewska oraz Aleksandra Gaca. Ich mogłoby być znacznie więcej, bo kobiety mają też wspaniałe osiągnięcia na tym właśnie polu - polskiego designu wzornictwa.

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Cieszę się, że o tym powiedziałaś, bo kobiety w ogóle są bliskie mojemu sercu. Kobiety są odkrywane i na kartach historii i na kartach historii wzornictwa coraz bardziej. Teraz mówię tak w kontekście światowym, natomiast my tutaj, na naszym polu mamy, mieliśmy i myślę, że nadal mamy bardzo dużo uzdolnionych kobiet, świetnie pracujących, z ogromnymi sukcesami i ja się tak temu przyglądam. Zarówno tym kobietom, które gdzieś odkrywamy, o których staramy się dowiedzieć coraz więcej, ale też i temu, jak w tej chwili ten młody, polski design istnieje i jak bardzo ma kobiecą twarz, bo kobiet jest dużo w designie. Nie tylko w świecie projektantek, ale to są też kobiety, które zajmowały się promocją designu w różny sposób. Tak historycznie, to mogę wspomnieć chociażby Wandę Talakowską, której zawdzięczamy Instytut Wzornictwa Przemysłowego, pierwszą taką instytucję w Polsce, istniejącą do dzisiaj, jak Teresa Kuczyńska, która pisała na łamach również takich pism, no popularnych, ale to jest bardzo istotne, bo to nie chodzi tylko o to, że to jest kurs naukowy, ale żebyśmy wszyscy tym designem żyli, żebyśmy się cieszyli. Ja zawsze mówię, że design jest jak prezent, to znaczy, kiedy zastanawiamy się „Co potrzebuję dla siebie wybrać?”, czy to będzie kanapa, czy to będzie fotel, czy to będą na przykład naczynia do stołu,

czy jakieś do kuchni, to tak naprawdę toczę rozmowę ze sobą: „Czego ja potrzebuję? Jak wygląda mój styl życia? Jakich potrzebuje partnerów w tej takiej codzienności od poniedziałku do piątku?“, a dlaczego powiedziałam „od poniedziałku do piątku“, to nie wiem, haha. Na cały tydzień, weekend też. W każdym razie tygodnie, miesiące, lata i też jak zmieniamy jakieś rozwiązania w naszym domu, to to też jest nawet taki moment na autorefleksję, na spojrzenie „Co się we mnie zmieniło, że nagle patrzę w inne strony, że jakby inne przedmioty przyciągają moją uwagę?“. Ja to polecam państwu, bo to jest takie lustro dla mnie. To nie jest takie lustro, że my się chcemy poczuć lepiej, że to gdzieś nam tam pozycjonuje, tylko naprawdę myślimy o sobie i dajemy sobie ten czas. Więc dlatego tak mówię o tym, że to jest taki prezent. I kobiety biorą bardzo aktywny udział w designie, w rozwoju designu. Teraz też. To są wystawy, które powstają... Niedługo będzie z kobiet, które tutaj zostały wymienione, będzie, już jest szykowana przez Muzeum miasta Warszawy duża wystawa Julii Keilowej, na którą przyznam szczerze, że bardzo się cieszę, bo to jest taka postać, o której nadal wiemy bardzo, bardzo mało i to nie jest ani dobrze, ani źle. Wytłumaczę się, dlaczego tak powiedziałam, bo ta historyka to jest tak, że w ogóle dla naukowca, że my powinniśmy wiedzieć, ale nie ma osób, które wiedzą wszystko i też to byłoby strasznie nudne i takie domykające, a tak, to zawsze jest pole do odkryć, pole do tego, żeby szukać i dlatego ja też się tak cieszę, że to rosnące zainteresowanie polskim designem przynosi osoby, które chcą się zajmować tym od strony naukowej. Jest dużo do zrobienia, jest dużo prac do odkrycia, jakichś wątków, archiwów, również prywatnych. Część rzeczy odchodzi razem, no z projektantami, z ich spadkobiercami i te wszystkie rzeczy trzeba łąpać. Im więcej nas będzie, tym bardziej uda nam się ten obraz złożyć. Kawałeczek po kawałeczku w jedną większą całość. Ale kobiety są rzeczywiście są bliskie mojemu sercu i mnie to się w ogóle marzą, często się włączam w takie inicjatywy, które dotyczą właśnie projektowania kobiet, pomimo że nie wierzę w takie dzielenie świata, bo nie po to powstał, żebyśmy mówili i nie do końca też jestem fanką parytetu, ale wierzę, że pewne rozwiązania powodują, że potem faktycznie bardziej demokratycznie patrzymy na świat. I instytucjonalnie kobiety były spychane trochę na dalszy plan i to powodowało, że bardzo często gdzieś doceniamy je w momencie, kiedy ich już nie ma, kiedy zostają ich prace. Dobrym przykładem jest kobieta, która nie zmieściła się w tym kalendarzu, ale zawsze o niej mówię - Zofia Stryjeńska. Ona jest tak... i jedną nogą po stronie sztuki, a jedną też na polu designu, bo okres, w którym tworzyła, to jest taka infiltracja tego, ale zdecydowanie bardziej był znany jej mąż. Jej życie to jest taka właściwie, może nie, że ciągła walka, ale takie pokazywanie własnej tożsamości, bo naprawdę ona miała często mocno pod wiatr, a jednak była osobą bardzo taką, powiedziałabym pogodną, z dużym poczuciem humoru, dystansem, inteligentną, błyskotliwą i miała w sobie ten gen twórczy. Nieważne, czy było z wiatrem, czy pod wiatr, to ona tworzyła i szła po swoje, nie załamywała się. To jest dla mnie jedna z takich też wybitniejszych postaci i w dalszym ciągu uważam, że jest bardzo mało doceniana, pomimo że jest to duże nazwisko i je mówimy, to to jest też taka różnica, docenienie kogoś nie polega tylko na tym, żeby mieć świadomość jakichś na przykład kilku prac w jakimś ważnym kontekście i że znamy nazwisko, tylko uważam, że docenienie kogoś naprawdę wiąże się z tym, że jednak jesteśmy zainteresowani, żeby chociaż troszeczkę bardziej poznać tą osobę.

MARTYNA MATWIEJUK: Powiedziałaś o kalendarzu, to ja może tylko dodam, bo nie wspomnieliśmy o tym, że przedłużeniem cyklu podcastów stał się właśnie kalendarz na dwa tysiące dwudziesty trzeci rok. Pięknie wydany, myślę, także polecamy państwa uwadze.

A ja dodam jeszcze jeden rzeczownik rodzaju żeńskiego do tej rozmowy: ikona. Używasz tego słowa bardzo ostrożnie w kontekście naszego cyklu, ale chciałam cię zapytać, co według ciebie decyduje o tym, że obiekt staje się ikoną, że możemy go takim nazywać?

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Definicję ikony są różne. Jeden z takich elementów składowych, w którym zgadzam się z wieloma innymi osobami to jest to, że potrzebujemy dwóch generacji. W ogóle dwie generacje są dla mnie warunkujące, a to jest taki dystans, który powoduje, że pewne rzeczy wracają, że one się osadzają i że my jesteśmy już pewni. Ja to nazywam bardzo ładnie „bumerangiem rzuconym przez babcię”, który my potem łapiemy i do tej generacji babć i dziadków jest nam po prostu blisko, dobrze, bezpiecznie i to faktycznie jest tak, że jeżeli udało się dwie generacje, jakiś przedmiot nadal istnieje, nadal o nim mówimy, nadal jest ważny, nadal jest takim przyczynkiem do rozmowy, to to jest jeden z tych elementów, w którym się zgadzam, ale w bardzo wielu innych się nie zgadzam. To jest takie słowo, którym się bardzo łatwo szafuje i tego nie lubię. Nie chodzi mi o jakiś duży, nie wiem, patos, ale o... o takie zrozumienie. Ja uważam, że to muszą być przedmioty, które zaistniały w naszym życiu. To powoduje, że niekoniecznie musiały być, bo część osób by pomyślała, że dobrze, to musi być w takim razie wzornictwo przemysłowe, to musiała być duża skala produkcji, to musiało oddziaływać na naszą codzienność, być naszych domach. Tak, jak najbardziej tak, ale nie tylko. To może być przedmiot, który wpisuje się na karty ikony dlatego, że w danym momencie, kiedy powstał, jego oddziaływanie, to, jak zaistniał w wyobraźni ludzi, w ich postrzeganiu designu, jak nagle zwrócił ich uwagę na pewne potrzeby, jest na tyle istotne, że to zostaje. Często to są jakieś projekty albo nawet wręcz prototypy, ale czekaliśmy na nie, wiedzieliśmy, że powstały, było nawet pewne rozczarowanie, kiedy okazywało się, że to nie weszło do produkcji, a później do handlu i nie mogliśmy tego kupić i posiadać i dalsza historia też ciągnie się właśnie nie tylko z takim poczuciem żalu, ale z tym, że ten obiekt jest obecny, bo nadal jest w jakimś sensie istotny, więc ja to znaczenie, które trwa w czasie bym tak przeciągnęła. Natomiast jeszcze jeden bardzo ważny element, który wyróżnia wszystkie ikony, jakkolwiek bardzo, ale to bardzo one się różnią, to jest to, że projekty ikoniczne mają w sobie pewnego rodzaju prostotę, to znaczy taką prostotę, którą określiłabym, bo ja wierzę w moc słów, „esencja”. One nie są proste, tylko to, co chciały sobą przekazać, to, jakie były założenia projektowe, różne: estetyczne, czyli takie formalne, funkcjonalne, kwestia semiotyki, czyli to, co design komunikuje i tak dalej, i tak dalej. Kwestia technologii, jakichś użytych na przykład badań też naukowych, to wszystko gdzieś tam się po prostu spina, natomiast sam przedmiot jest w gruncie rzeczy taki niezwykle taki esencjonalny, bardzo komunikatywny. I jak się przyjrzeć ikonom, to one to mają na swój sposób. Żeby to zrozumieć, to trzeba właśnie spojrzeć na te założenia projektowe, ale one to mają i to powoduje, że potem wchodzi kolejne przedmioty. Jest kolejna dekada, nowe stylistyki, nowe jakieś tendencje. My się zmieniliśmy, mija pół wieku, mija te pięćdziesiąt - sześćdziesiąt lat, czyli dwie generacje, a ten obiekt nadal dobrze wchodzi w relacje z tym bardzo zmienionym już światem przedmiotów, ciągle jest komunikatywny, bo on obronił swoją tożsamość, jest bardzo charakterystyczny, jest charakterny, o, ale nie zjada na innych. Ma taką umiejętność wchodzenia w dialog, ale w dalszym ciągu on nie jest bohaterem drugiego planu. On nadal stroszy piórka, tak? I to mają ikony. Mają w sobie taką, taką wyprostowaną esencję, bym powiedziała. I temu się zawsze przyglądam z taką dużą uwagą, bo to są często przedmioty nie proste formalnie, nie tylko bardzo, bardzo jakieś wyrafinowane, skomplikowane, a jednak

mają w sobie to coś, co zaklina tę kapsułę czasu i zatrzymuje ją też na tyle silnie, że ona sobie dalej radzi.

MARTYNA MATWIEJUK: To myślę, że też świetnie tłumaczy to wielkie zainteresowanie meblami, ale również dekoracjami polskiego powojennego designu. No właśnie, to są ikony, a mówiłaś o generacjach.

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: No, bo to jest właśnie ten bumerang rzucony przez babcię. My właśnie go teraz łapiemy. To, czego szukamy, to są przedmioty naszych babć i naszych dziadków, to była ich codzienność. U mnie w tej chwili, w tym roku akademickim jedna z moich dyplomantek pisze teoretyczną pracę dyplomową, której tytuł brzmi, tu państwo się zdziwią, „Jak moja babka chciała być nowoczesna?” i to jest w ogóle fenomenalna historia. Praca dopiero powstaje, ale jak już to mi się przypomniało, że strasznie mi się spodobała ta konstrukcja, z którą przysłała, ale też bardzo mi się spodobała historia rodzinna. Otóż babcia, która była wtedy też stosunkowo młodą osobą, to moja studentka, a więc też jest młodsza ode mnie, to była ta jej młodość i ona nie mogła całe mieszkanie, ale jeden pokój był taki jej, jej i tam zbierała sobie, przeznaczała jakiś budżet i kupowała tu fotel, tu lampę, tu jakąś... i to była taka jej enklawa, taka jej potrzeba nowoczesności w tym jednym pokoju i to w ogóle dla mnie jest coś niesamowitego, bo ta studentka rekonstruuje oczywiście, jakie to były przedmioty, ale właśnie pokazanie, jak możemy się realizować nawet, jeżeli czasy są siermiężne, nawet jeżeli nie na wszystko nas stać, ale jeżeli naprawdę coś kochamy, jeżeli dostrzegamy, to nie było takie też częste w tamtych czasach, więc my łapiemy te bumerangi rzucone przez babcię i dziadki.

MARTYNA MATWIEJUK: No właśnie. Kiedy opowiadałaś o tych projektach, które powstawały w czasach PRL-u, wspominałaś zawsze o kontekście regulacji, braków materiałowych, różnych norm, którym ci projektanci musieli sprostać, a jednak te przedmioty zostały z nami do dzisiaj. Również w cyklu „Dizajn w formie” lądujemy we współczesności. Przywołujesz projekty tkanin 3D oraz mebli dmuchanych z metalu. W którą stronę zmierza wzornictwo, zmierza design?

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Nie chcę bardzo skomplikować nam wszystkim świata, ale myślę, że design tak, jak i my, coraz bardziej zmierza w taką stronę, żebyśmy ten świat materialny traktowali coraz mądrzej. I nie mówię, żebyśmy przeszli teraz na stronę świata wirtualnego, ale żebyśmy umieli spojrzeć też odpowiedzialnie, żebyśmy byli coraz bardziej świadomi i żebyśmy też myśleli o tym, że design to nie są tylko przedmioty dosłownie, to jest też świat usług. To jest bardzo szeroka taka rzeczywistość, różne takie odłamy pewnej specjalizacji. Myślę, że wymaga od nas wszystkich, nie tylko od projektantów, zadawania sobie coraz bardziej świadomie i coraz głośniejszego pytania „Po co powołujemy coś do naszego życia?” i takiego rozsądniejszego gospodarowania zasobami. To jest taka lekcja, którą projektanci teraz mocno odrabiają i za sprawą tego, co robią, starają się nas wciągnąć w tą lekcję, więc myślę, że w tą stronę zmierza w ogóle design światowy i tutaj ta młoda generacja projektantów, wiem, bo ich uczę i później mam też z nimi kontakt, jak już są po studiach, zaczynają swoje kariery, to jest ten ich świat, oni są bardzo tego świadomi, bardzo zainteresowani. To też zawsze sprawia, że ja tak bardzo optymistycznie patrzę w przyszłość, bo w jakimś sensie widzę ją ich oczami. Tym, jakie mają marzenia, jakie mają pragnienia, jak oni będą dalej to realizować. To też pokazują projektanci, którzy już są na rynku i mają bardzo

osadzone gdzieś swoje pozycje. Mogę wspomnieć chociażby Tomka Rygalika i jego firmę. Ten cykl, kiedy trzeba było do podcastów wybrać dwanaście obiektów, był bardzo trudny. Nie tylko dlatego, że to jest niewielka ilość, ale też dlatego, że za każdym razem jest dużo wątków, które chciałabym poruszyć. Nie tylko dlatego, że ta lista wartościowych projektów osobowości, wartościowych pewnych propozycji, które my wraz z designem otrzymujemy, jest bardzo długa, a pewnie mogłabym ją mnożyć i mnożyć jeszcze w nieskończoność, tylko dlatego, że ja wybierając te dwanaście obiektów, chciałam też pokazać jeszcze ileś elementów. Stworzyłam sobie taką listę wytycznych, że chodzi mi o pewne wartości w designie, o pewne cechy, że chodzi mi, żeby państwo zobaczyli, że nie wiem, design to nie tylko meble albo nie tylko ceramika i tak dalej. Są maszyny, są urządzenia, tkaniny i jest tam rozmowa właśnie nie tylko o wątkach takich powiązanych ze sztuką, ale również z nauką, z techniką. I jest kwestia takich słów kluczy, które tam się też pojawiają i za każdym razem to było takie ważenie, dlaczego to, a nie coś innego proponuję. To zajęło mi bardzo dużo czasu i taką było też dużą odpowiedzialnością. Pierwsza połowa tego czasu była dosyć trudna, powiedziałabym, a potem coraz bardziej tak mi się to krystalizowało i nawet, ja też zainteresowana byłam bardzo tym projektem, bo po pierwsze - marzyłam o podcaście, a jeszcze nigdy go nie zrealizowałam, więc to mam, tak z listy marzeń mogłam coś sobie już odznaczyć, ale też i lubię takie projekty, które narzucają mi pewne ramy, w których ja jeszcze nie funkcjonowałam, bo to myślę, że każda jednostka kreatywna tego potrzebuje. Takich wyzwań, które pachną czymś innym i w tym momencie ta nasza wiedza, każdy z państwa zajmuje się pewnie czymś innym, jest specjalistą w swojej dziedzinie i wtedy wiemy, że to jest takie trochę morze albo nawet ocean, a w momencie, kiedy dostajemy jakieś zadanie, to musimy wybrać jakiś jeden nurt i to bardzo dobrze nam robi.

MARTYNA MATWIEJUK: Myślę, że ten cykl jest świetnym wstępem do świata polskiego designu i obok tej wiedzy, którą dzięki niemu zdobywamy, myślę, że zachęca nas do po prostu spoglądania z ciekawością i wnikliwością dookoła siebie. Jego autorka doktor Krystyna Łuczak-Surówka była dziś gościnią Audycji Kulturalnych. Bardzo ci dziękuję.

KRYSTYNA ŁUCZAK-SURÓWKA: Ja również dziękuję.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.