

Wprowadzenie

Rzeczowy język przedmiotów

BANALNOŚĆ TAKICH PRZEDMIOTÓW JAK SASZETKI Z CUKREM nie skłania do zastanawiania się nad ich naturą ani nad relacjami, które łączą nas z nimi w rozmaitych życiowych sytuacjach. Postrzegamy je nieomal jak śmieci, które – zniszczone w jednorazowych aktach użycia – wędrują do kosza i przestają zaprzętać naszą uwagę. Są przedmiotami towarzyszącymi nam wprawdzie w codziennym picu kawy lub herbaty, ale mają tak małą wagę dla naszych, nawet codziennych, spraw, że zajmowanie się nimi w tekście naukowym wydaje się pozbawione sensu. Tymczasem świat takich właśnie przedmiotów napiera na nas i osacza nas, zmuszając do refleksji nie tylko nad zaśmiecaniem naszego środowiska, lecz także nad ontologią przedmiotów, z którymi wchodzimy w codzienne relacje. Może warto więc przyjrzeć się saszetkom z cukrem, które w specyficzny sposób zdają się odzwierciedlać naszą współczesną kondycję, gdy zależność od przedmiotów tego rodzaju czyni z nich partnerów naszej egzystencji.

W naszych rozważaniach będziemy zatem śledzili, w jaki sposób ontologiczne i symboliczne aspekty rzeczy, obecne w jednorazowych opakowaniach umożliwiających porcjowanie cukru, dają się analizować w perspektywie relacji łączących je z ludźmi w codzienności. Ten proces jest wielowymiarowy i w swej istocie złożony, choć zarazem oczywisty i intuicyjnie zrozumiały. Każdy z nas bowiem podczas używania przedmiotów komunikuje się z nimi, choć nie jest to dialog na poziomie werbalnym, gdyż komunikacja z rzeczami zasadniczo dokonuje

się poprzez ich użytkowanie. Nie oznacza to jednak, że nie przebiega w sposób podobny do komunikacji międzyludzkiej, gdy rzutujemy nasze doznania także na martwe przedmioty. Jak pisze Donald A. Norman, wynika to z tego, że przypisywanie ludzkich motywacji, przekonań i uczuć przedmiotom powoduje, iż podobnie jak saszetki z cukrem traktujemy też „[...] rakiety do tenisa, piłki i narzędzia ręczne niczym istoty ożywione, chwając je głośno, jeśli wykonują dla nas dobrą pracę, winiąc, jeśli nie działają tak, jak sobie tego życzymy”¹.

Takie pojmowanie relacji przedmiotów z ludźmi nie do końca jednak da się obronić, gdyż nie uwzględnia faktu, że rzeczy przede wszystkim są przez nas użytkowane, czyli ich prymarne funkcje odnoszą się do działania, a nie do komunikowania. Jest to widoczne także w onomastyce, w której należy dostrzegać, że nazwy własne odnoszą się do desygnatów nacechowanych ontologicznie, tzn. mających swój konkretny materialny byt. Jako takie przedmioty te są więc wykorzystywane do określonych celów, wśród których można oczywiście wymienić przekaz informacji, czym dana rzecz jest, lecz w istocie chodzi o ich użytkowanie w sensie pragmatycznym.

Ta problematyka wydała się nam na tyle ciekawa, że zapragniemy sprawdzić, jak tego rodzaju rozumowanie dotyczące konkretnych rzeczy będzie się sprawdzać w przestrzeni badań językoznawczych. Innymi słowy, w jaki sposób praktyczną użytkowość saszetek z cukrem wpisać w rozważania dotyczące symbolicznego użytkowania nazw własnych.

Można to porównać do użycia nazw kolorów jako *nomina abstracta*, które dotąd analizowano w oderwaniu od uobecniającego je przedmiotów. Zwrócił na to uwagę Michel Pastoureau w swej przełomowej książce *Niebieski. Historia koloru*². Pokazał w niej, iż nie ma koloru niebieskiego, są tylko niebieskie przedmioty; tak samo więc nie istnieją *nomina propria* same w sobie, lecz jedynie ich reprezentacje w konkretnych obiektach.

¹ D.A. Norman, *Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie*, Warszawa 2015, s. 142.

² M. Pastoureau, *Niebieski. Historia koloru*, Warszawa 2013.

Czy jednak saszetki z cukrem rzeczywiście są banalnymi przedmiotami? Przecież wpisują się w praktykę naszego życia codziennego, kształtując zarazem przez obecność miliardów swych papierowych uobecnień środowisko planety, uginającej się pod ciężarem jednorazowych przedmiotów, których utylizacja zdaje się przekraczać dziś nasze możliwości. Rozważania nad rzeczami nie powinny bowiem lekceważyć ich prawdziwej natury oraz znaczenia, daleko wykraczających poza materialność bytu, a wkraczających w świat naszych wyobrażeń, kultury i wierzeń.

To, jak bardzo sfery materialna i wyobrażeniowa są dzisiaj ze sobą zespolone, można pokazać chociażby na przykładzie kostki cukru, będącej formą jego istnienia. To zaś, w jaki sposób duch i materia oraz podmiot i przedmiot łączą się ze sobą w takich powszednich rzeczach, pokazują praktyki wróżbiarskie, które wykorzystują je w mediacjach między tym, co rzeczywiste, a tym, co metafizyczne. Dobrym tego przykładem była uprawiana jeszcze do niedawna przez bułgarską wieszczkę zwaną Babą Wangą³ cukrowa magia. O znaczeniu tej kobiety może świadczyć to, że jej rad zasięgali komunistyczni przywódcy Bułgarii, którzy uczynili z niej oficjalną doradczynię w sprawach wagi państwowej⁴. Na portalu Dnes⁵ znaleźć można informacje, że Baba Wanga w pewnym okresie swojej działalności wróżbiarskiej przepowiadała przyszłość z kostki cukru jak z kryształowej kuli. Wymogiem było tu włożenie przez pytającego kostki cukru pod poduszkę, żeby dopiero następnego dnia można było odwiedzić wróżbitkę. Wanga po otrzymaniu takiej kostki, która wcześniej przeleżała pod poduszką „klienta”, kosztowała jej, po czym zaczynała z niej przepowiadać przyszłość. Można było także przynieść kostkę cukru w zastępstwie za kogoś, a następnie przekazać mu to, co Wanga z niej wyczytała.

³ S. Siedlecka, *Złote piachy*, Wołowiec 2019.

⁴ Por. M. Genow, *Bułgaria. Złoto i rakija*, Poznań 2019, s. 110–123; S. Siedlecka, dz. cyt.; por. także: Ж. Костадинова, *Ванга – пророчицата*, София 2011.

⁵ Dnes, http://dnes.dir.bg/news/zahar-12913524_3/7/16 [dostęp: 27.11.2018].

W ten sposób takie przedmioty jak kostki cukru czy też wypełnione nim saszetki przy całej swej banalności objawiają jednak ontologiczną jedność rzeczy polegającą na złączeniu w nich konkretnej materialności z duchowością. Do powstawania wróżb Baby Wangi były bowiem potrzebne materialne przedmioty, które jednak zawierały w sobie wyobrazenie metafizycznych odniesień, takich jak sny śnione przez pytających ją o radę czy niezmaterializowaną jeszcze przyszłość.

Tradycja cukrowej magii jest zresztą w Bułgarii żywa do dzisiaj, o czym świadczy niezwykle wydarzenie, o którym w 2015 roku było głośno w całym kraju. Burmistrz miasta Nowa Zagora Nikołaj Grozew wykorzystał bowiem sypki cukier do walki ze złymi mocami, które jego zdaniem powodowały bardzo groźne wypadki samochodowe na drodze biegnącej opodal miasta. Aby zażegnać niebezpieczeństwo, polecił rozsypać w tym feralnym miejscu 50 kg cukru, o czym poinformował na oficjalnej stronie gminy. Internauci ironicznie skomentowali, że warto by rozsypać cukier w parlamencie, gdyż poprawiłoby to ogólny stan państwa. To wydarzenie świadczy o żywotności pojmowania przedmiotów w kategoriach nieomal metafizycznych⁶.

Taka perspektywa wskazuje na możliwość przyglądania się rzeczom jako rekwizytom w ich interakcjach z ludźmi – nie tylko w przestrzeni materialnej rzeczywistości, lecz także w sferze wyobrażeń, znaków i idei. Z pozoru wydawałoby się, że w kontekście przedmiotów tak marginalnych jak saszetki z cukrem jest to trochę dziwne założenie, jednakże wszystko, co nas otacza, ma w gruncie rzeczy naturę materialną i zarazem noetyczną, tzn. uobecniającą się w umysłach. Przedmioty istnieją bowiem realnie, lecz zarazem mentalnie, co wiąże się z ich zmysłową percepcją oraz kognitywnym przetwarzaniem pojęć uobecniających się w naszych umysłach. Nie ma więc przedmiotów tylko materialnych, gdyż istnieją one zawsze w podwójnej postaci konkretnych bytów i abstrakcyjnych wyobrażeń. Dlatego warto przyjrzeć się saszetkom w aspekcie komunikacyjnym,

⁶ BTV Novinite, <https://btvnovinite.bg/bulgaria/regionalni-novini/50-k-g-zahar-gonjat-zloto-ot-patishtata-na-nova-zagora.html> [dostęp: 22.08.2020].

gdyż ujawniają one wówczas cechy, które pozwalają wchodzić z nimi w interakcje – nie tylko fizyczne, lecz także symboliczne. Wybranie przez nas do tego eksperymentu badawczego saszetek z cukrem było podyktowane chęcią sprawdzenia tej teorii na najbardziej przyziemnych i trywialnych obiektach, co do których nikt nie spodziewa się, że są czymś więcej niż tylko gadżetami. Wobec powyższych stwierdzeń, jeśli wrócić do fenomenu wróżb Baby Wangi z kostek cukru, można powiedzieć, że obrazy, które ona widziała w swych projekcjach, były jednak z jej perspektywy, jak i z punktu widzenia osób, które do niej przychodziły, tak samo realne jak materialna kostka cukru. Działo się tak dlatego, że, jak pisze Vilém Flusser: „[...] świat jest projektem, który powstaje w naszej świadomości i rzutowany jest niejako na otaczającą nas rzeczywistość. Odkryliśmy bowiem, że: to my sami narzucamy swe myślenie na świat, a następnie odkrywamy je ponownie, jak gdybyśmy zapomnieli, że sami je tam umieściliśmy. Że prawa natury nie są w rzeczywistości naszymi odkryciami, lecz projekcjami”⁷.

Taką właśnie dynamiczną, projektową naturę mają nawet najbardziej błahe przedmioty. W ten sposób saszetki z cukrem wykraczają poza proste relacje łączące je z ludźmi i stają się wyznacznikami sytuacji, w których ludzie są aktorami, a porcjowane cukry – rekwizytami. Można zatem powiedzieć, że przedmioty projektują nasze działania, albowiem podporządkowują nas swej użyteczności, określając nasze zachowania.

Saszetki są bowiem saszetkami właśnie dlatego, że użytkujemy je w funkcji porcjowanych cukrów, a my sami stajemy się konsumentami ich słodkiej zawartości dlatego, iż to one określają naszą rolę pijących słodzoną kawę lub herbatę. Wzajemnie zatem się warunkując, my tworzymy saszetki z cukrem, a one poniekąd tworzą z nas swych użytkowników. Pojawia się tu problem ludzkiej intencjonalności i sprawczości rzeczy. Tim Ingold, krytycznie odnoszący się do teorii aktora sieci Bruna Latoura, przytacza zastrzeżenia do niej wysuwane przez Carla

⁷ V. Flusser, *Kultura pisma. Z filozofii słowa i obrazu*, przeł. P. Wiatr, Warszawa 2018, s. 64.

Knappetta, który zauważa: „[...] takie artefakty jak światła drogowe, «śpiący policjant» czy drzwiczki dla kota można opisać jako posiadające pewien rodzaj sprawczości; o wiele trudniej byłoby im przypisać jakiegoś rodzaju intencjonalność”⁸.

Podobnie trudno przypisać intencjonalność saszetkom z cukrem; znacznie więcej sensu miałyby odniesienie ich funkcjonalności do działań, w których są wykorzystywane, tzn. do słodzenia nimi kawy czy herbaty. W ten sposób te saszetki stają się wypadkowymi procesów, które doprowadziły najpierw do ich zaprojektowania – w sposób ułatwiający konsumentowi dostęp do ich zawartości, wyprodukowania – uformowania opakowania do cukru i jego napełnienia, wreszcie rozdarcia przez użytkownika, wyrzucenia do kosza i utylizacji. Są zatem częścią owych procesów, uobecniają się w nich jako swoiste byty momentalne, istniejące w danej postaci w określonej chwili i miejscu.

Taka procesualna wizja przemiany saszetek z cukrem nie oznacza jednak, że w naszym postrzeganiu nie istnieją one nigdy w swej konkretnej postaci, nierozzerwalnie złączonej z ich abstrakcyjnym wyobrażeniem. Właśnie ta zbieżność ich materialnej i niematerialnej natury stanowi o ich istocie jako przenikalności tych dwóch sfer w procesie stawania się, istnienia i przemijania rzeczy. Tak samo bowiem jak wróżebna kostka Baby Wangi była zarówno przedmiotem materialnym, jak i metafizycznym, a ludzka intencjonalność nadawała jej sprawczość, tak też saszetki z cukrem nie są przedmiotowymi odbiciami duchowych idei, lecz uobecnieniem rzeczowych i semiotycznych funkcji. Te pierwsze odnoszą się do papieru, z którego została wykonana każda saszetka, jej zawartości, a także do możliwości jej zadrukowania i rozdarcia w celu wysypania cukru. Te drugie sprowadzają się z kolei do możliwości komunikowania przez sam przedmiot tego, czym on jest, oraz do przekazywania reklamowych informacji umieszczonych na opakowaniu.

⁸ C. Knappett, *Thinking Through Material Culture: an Interdisciplinary Perspective*, Philadelphia 2005, s. 22, [za:] T. Ingold, *Splatać otwarty świat. Architektura, antropologia, design*, wybór i oprac. E. Klekot, Kraków 2018, s. 130. Zob. także: *Ludzie w świecie przedmiotów, przedmioty w świecie ludzi. Antropologia wobec rzeczy*, red. A. Rybus, M.W. Kornobis, Warszawa 2015.

W ten oto sposób ujawnia się nam nowe znaczenie designu – zarówno w rzeczownikowym rozumieniu tego słowa, tradycyjnie pojmowanym jako projekt, jak i w jego czasownikowym aspekcie, odnoszącym się dotąd do procesu projektowania. Nowe rozumienie designu wynika z zarysowanej wyżej reinterpretacji rzeczy jako sublimacji procesu uobecniania się przedmiotów w relacjach użytkowych z ludźmi. Polega ono w dużej mierze na innym rozumieniu pojęcia „języka rzeczy”, a co za tym idzie – jego komunikacyjnych funkcji w relacjach ludzi z przedmiotami. Deyan Sudjić, dyrektor londyńskiego Muzeum Designu, w książce *Język rzeczy. W jaki sposób przedmioty nas uwodzą* pisał: „Design to język, którego społeczeństwo używa do tworzenia przedmiotów przedstawiających jego cele i wartości. Może być używany cynicznie, w sposób manipulacyjny, albo twórczo i z określonym zamiarem”⁹.

Takie rozumienie „języka rzeczy”, chociaż znacznie poszerza dotychczasowe pojmowanie designu, który wcześniej był traktowany głównie w aspekcie praktyki projektowej, zamazuje jednak do pewnego stopnia jego istotę, koncentrując się na funkcjach znaczeniowych. Przedmioty mają oczywiście znaczenie, które pozwala nam wyróżniać je spośród innych rzeczy poprzez nazwy, a także zawarte w wyglądzie informacje o tym, do czego służą i jak należy je użytkować. Nie jest to jednak ich najważniejsza funkcja. Mają nie tyle znaczyć, ile spełniać określone zadania, do których zostały przeznaczone. Innymi słowy, prawdziwą funkcją przedmiotów jest ich użyteczność, przejawiająca się we właściwościach, jakie przewidzieli dla nich projektanci, urzeczywistnionych następnie w procesie produkcji, potem marketingowo spożytkowanych w towarze, a wreszcie wykorzystanych przez finalnego użytkownika zgodnie z przeznaczeniem lub też w zgoła inny sposób.

Jeśli więc „język rzeczy” według Sudjicia jest związany z ekspresją przedmiotów, a zatem z wyrażaniem celów i wartości wyznawanych przez dane społeczeństwo, to jego komuni-

⁹ D. Sudjić, dz. cyt., s. 55–56.

kacyjny aspekt mieści się w dotychczasowym rozumieniu tego procesu jako przekazu informacji między nadawcą, rozumianym tutaj jako projektant, a odbiorcą danego produktu, który możemy uznawać za swego rodzaju komunikacyjne medium. Jeśli jednak „język rzeczy” rozumiemy w kategoriach użyteczności przedmiotów, to bynajmniej nie o taką komunikację będzie tu chodziło. W tym rozumieniu nie będzie to już przekaz informacji, lecz komunikowanie się z rzeczami poprzez ich użytkowość. Na etapie projektowania oznacza to modelowanie funkcjonalności rzeczowej i semiotycznej przedmiotu. Na etapie wytwarzania jest to rzeczowe i znakowe uobecnianie jego afordancji, w marketingu zaś – transcendowanie w pożądaną i atrakcyjną towar. Na etapie spożytkowywania zaprojektowanych, wytworzonych i wypromowanych przedmiotów będzie to użytkowanie ich afordancji, które mogą zmienić swoje funkcje po wycofaniu danej rzeczy z normalnego obiegu użytkowego.

Książka, którą oddajemy do rąk Czytelników, jest zatem reinterpretacją dotychczasowego pojmowania designu – zarówno jako „języka rzeczy”, jak i projektowej formy przedmiotów. Nie o takie statyczne pojmowanie designu nam bowiem chodzi, lecz o ukazanie jego dynamiki jako procesu stawiania się rzeczami, bowiem na różnych etapach swojego przedmiotowego życia (od projektowania, poprzez wytwarzanie, promowanie, spożytkowywanie i wycofywanie) są one użytkowane w inny sposób. Oznacza to, że komunikacja z nimi bynajmniej nie odbywa się wedle schematu nadawczo-odbiorczego proponowanego przez Romana Jakobsona¹⁰, lecz sprowadza się do użytkowania rzeczy stwarzającego specyficzną przestrzeń komunikacyjną. Prowadzi to do zupełnie innego postrzegania użytkowo-komunikacyjnych procesów, które są głęboko uwarunkowane ontologicznie, odnosząc się z jednej strony do materialności przedmiotów, z drugiej zaś – do ich znaczeniowej funkcjonalności, a także do kompetencji użytkowników.

¹⁰ R. Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, przeł. K. Pomorska, Wrocław 1960.

Wynika to z kilku kwestii, które nasuwają się, gdy myślimy o tych procesach. Po pierwsze, chodzi o spojrzenie nie na przedmiot jako finalny produkt poddawany analizie, lecz na proces jego stawania się, który można postrzegać jako swoistą biografię rzeczy. Tak jak w życiu człowieka można wyróżnić kilka najważniejszych etapów, takich jak narodziny, dojście do dorosłości, założenie rodziny oraz śmierć, tak też przedmioty przechodzą przez krytyczne momenty swojego istnienia, które pozwalają zrozumieć naturę ich przemijania. Takie spojrzenie na rzeczy jest jednak obce tradycji myśli europejskiej, która odrzuciła w tym względzie heraklijtejskie *pantha rei* na rzecz arystotelesowskiego pojmowania przedmiotów jako połączenia formy (*morphe*) z materią (*hyle*)¹¹. Po drugie, jak pisze Tim Ingold: „[...] formę zaczęto postrzegać jako narzuconą przez jakiegoś zewnętrznego sprawcę, w którego umyśle istnieje określony projekt, podczas gdy materia, pojmowana jako bierna i bezwładna, stała się tym, na co projekt ów był narzucony”¹². Tymczasem w ujęciu użytkownika rzeczy materialność współtworzy przedmioty na równi z ludźmi, którzy na nią oddziałują, co wynika chociażby z tego, że – jak pisze Edmund Husserl – podmiot nie istnieje bez przedmiotu¹³. Vilém Flusser tłumaczy to następująco: „[...] nie ma czegoś takiego jak «ludzki duch» [czyli podmiot] z jednej strony i «obiektywne środowisko» z drugiej, lecz istnieje relacja «człowiek – środowisko»”¹⁴.

W kontekście rozwijanej przez nas teorii wyznacza to sposób rozumienia designu jako procesu kształtowania się przedmiotów w polu oddziaływania konstytutywnych dla nich par relacji. Pierwsza z nich łączy podmiot, czyli ludzkie kompetencje, z przedmiotem, czyli właściwościami rzeczy, wykorzystywanymi przez ludzi w ich tworzeniu i użytkowaniu. Druga

¹¹ W. Tatarkiewicz, *Historia filozofii*, t. 1, Warszawa 2002, s. 111–112.

¹² T. Ingold, dz. cyt., s. 122.

¹³ E. Husserl, *Kryzys nauk europejskich i fenomenologia transcendentna*, przeł. S. Walczewska, Toruń 1999, s. 7–8.

¹⁴ V. Flusser, *Człowiek jako podmiot lub projekt*, [w:] *Kultura pisma...*, wyd. cyt., s. 66.

zespala materialność przedmiotowych bytów z ich znaczeniem, tak jak u Ferdinanda de Saussure'a element znaczony (fr. *signifié*) nie może istnieć bez elementu znaczącego (fr. *signifiant*)¹⁵, czyli na przykład wyraz „drzewo” nie może istnieć bez samego obiektu, czyli drzewa. Spoglądając z tej perspektywy na biografię rzeczy, dostrzeżemy, że „płyną” one w heraklitejskim znaczeniu, gdyż powyższe relacje nie są statyczne, lecz dynamicznie zmieniają się w zależności od tego, kto i w jaki sposób użytkuje dany przedmiot, a także dlatego, iż jego przemiana ontologiczna powoduje zarazem weryfikację jego semantyki. Przykładowo, produkt stający się w marketingu towarem wcale nie musi prezentować swego rzeczywistego znaczenia, lecz może promować sens wykreowany w reklamie¹⁶.

Metamorfozy przedmiotów odzwierciedlające ów proces ujawniają złożoną naturę rzeczy, które nawet w tak banalnych uobecnieniach jak saszetki z cukrem lub cukier w kostkach łączą w sobie ludzką intencjonalność z materialną sprawczością, a swe funkcje rzeczowe z funkcjami semiotycznymi. Dobrze to widać na przykładzie wróżebnych praktyk Baby Wangi, które w istocie polegały na splataniu w jej świadomości tego, co realne, z tym, co metafizyczne. Z perspektywy teorii, którą rozwijamy w naszych dalszych rozważaniach, jest to oczywiste i zrozumiałe bez odwoływania się do pseudoteorii naukowych próbujących wyjaśniać ten fenomen. Tymczasem niektórzy „egzegeci” próbowali dociec, dlaczego Wanga w ogóle wróży z cukru. Wskazywali na prawdopodobieństwo przewodzenia przez kryształki cukru informacji o człowieku, zakładając przy tym, że ziarenko cukru ma pamięć jak każda żywa komórka. Zupełnie nie brali więc pod uwagę tego, że cukier jest przedmiotem, którego nie sposób analizować w kategoriach bytów ożywionych, co nie oznacza oczywiście, iż nie może wchodzić w rzeczowe relacje z ludźmi. Postaramy się to wykazać w kolejnych rozdziałach naszej książki.

¹⁵ F. de Saussure, *Signe – Signifiant – Signifié*, <http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/saussure/signe.htm> [dostęp: 27.08.2018].

¹⁶ Zob. A. Павлова, *Секс, еротика, реклама*, София 2013.