

premsela  
.org/ **lezing'09/**

---

Datum:

01 April 2009

---



## **Dasein als design**

**Of: moet design de wereld redden?**

door Henk Oosterling

©Premsela 2009

## Dasein als design

### Of: moet design de wereld redden?

Hoe intelligent kan design zijn? En hoe omvattend? Aaron Betsky en Adam Eeuwens schetsen in *False Flat (Design NL)* het designlandschap zoals zich dit in de afgelopen decennia in Nederland heeft ontvouwd. Nederland steekt met zijn gesamt-kunstwerk de goden naar de kroon.<sup>01</sup> In dit Darwin-jaar roept intelligent design nog andere beelden op. Het hoogste wat design vermag, is tenslotte het scheppen van een nieuwe wereld. De meest intelligente vorm van design beheerste een kleine vijf jaar geleden de debatten met als theologisch summum god als de Grote Designer. Sinds ook de Nederlandse 'evangelisch' TV presentator Andries Knevel zijn twijfels over de schepping heeft geuit, staat deze variant onder druk. Aan de legitimiteit van deze theologische variant – er móet achter de ingenieuze complexiteit van het bestaan wel een ontwerper zitten – valt wel wat af te dingen, maar toch deelt het een structureel kenmerk met zijn minder pretentieuze concurrenten: ieder design wil in zichzelf afgerond en daarmee een symbool van eenheid en perfectie zijn. Imperfectie is een teken van verval.

Hoever je het idee van het gesamt-kunstwerk kunt oprekken, toonde Karlheinz Stockhausen toen hij de aanslag op de WTC-torens in 2001 als het grootste gesamt-kunstwerk aller tijden typeerde: overlevingskunst en geopolitiek schuiven daar catastrofaal in elkaar. De wens van de maakbaarheid van de wereldsamenleving voltooide zich in de radicale omkering van het creatieve gebaar: als creatieve vernietiging van de gegeven wereldorde, creatief omdat industrieel design – een lijnvliegtuig – als vernietigingswapen werd ingezet. De droom van moderne kunstenaars als Stockhausen wordt in deze fatale geste werkelijkheid. Daarna is de wereld fundamenteel veranderd.

We kunnen daar politiek-correct misprijzend op neerkijken en er smalend om lachen. Maar kunnen we dat ook bij de seculiere tegenhanger van deze radicale jihadistische geste: de desastreuze alledaagheid van de westerse consumptiemaatschappij. Inmiddels is nagenoeg de gehele wetenschappelijke wereld het erover eens dat de huidige klimaatverandering veroorzaakt wordt door een onkritische overconsumptie van natuurlijke hulpbronnen. We eten geen genadebrood maar duizendgranenbrood. Aan het begin van de industrialisering mag ooit sprake geweest zijn van primaire behoeften, toen grootschalige productie de nood van behoeftigen, daklozen en zieken moest lenigen, maar met het toenemen van dagelijks comfort en het intensiveren van transport, communicatie en vrije tijdsbesteding is de bevrediging

---

van primaire behoeften overgegaan in de consumptie van design. Design is een basisbehoefte geworden.

In de korte geschiedenis van het design – ongeveer 150 jaar – keren in de kritische zelfbepaling steeds dezelfde thema's terug: de rol van het ambacht in design, de ambigue verhouding van design met de (avant-garde)kunst, en de sociale en ethische verantwoordelijkheid van de ontwerper. Dit laatste is wellicht “het meest typerende kenmerk van de Nederlandse ontwerpcultuur”.<sup>02</sup> Deze debatten zijn paradigmatisch: ze geven de grote omslagen aan die design heeft doorlopen na de afschaffing van het gildesysteem in 1798. De kunstnijverheid, de ambachtsscholen (1871) en het tekenonderwijs ontleen hun kracht aan de kritische denkbeelden van John Ruskin en de grondlegger van de Engelse Arts & Crafts-beweging, William Morris. Daarna gaan ontwerpers op zoek naar een eigen plastische en flexibele vormtaal, een soort visuele 3D syntaxis. Deze zoektocht wordt aanvankelijk geschraagd door ambachtelijke waarden, maar zij accepteren schoorvoetend de industriële waarden.

De tweede golf in het design zwelt aan in de jaren zestig van de twintigste eeuw. Door zich te verbinden aan de beeldtaal van de massamedia wordt design een verhaal. De semiotiek richt zich op de tekenwaarde van producten. Deze krijgen symbolische kapitaalcracht. Design hoeft dus niet bruikbaar te zijn om functioneel te zijn. Het kan als statusobject uitstekend van pas komen, hoe onwerkbaar ook. Bourdieu wijst er met zijn principe van de ‘distinction’ op hoe cultuurconsumenten zich binnen een groep van gelijkgestemden met culturele producten onderscheiden. Maar ze moeten wel gelijkgestemd zijn, anders kunnen ze die heel kleine kwaliteitsfluctuatie niet waarderen. In de tweede graad functioneel en technisch of technologisch ‘state of the art’ vormen producten cultureel kapitaal dat geïnvesteerd wordt in een unieke levensstijl. Kortom, grammatica en syntaxis – het vormenspel – worden aangevuld met een semantiek, met statusverhogende betekenis.

De derde fase van het design dient zich in het midden van de jaren negentig aan. Door de digitale revolutie wordt interactiviteit als wisselwerking tussen ontwerpers en gebruikers een issue. Technologisch maken PC en Mac dit mogelijk. Ideologisch is het de vraag naar meer democratie en transparantie die dit proces versterkt. Ontwerpers komen tegemoet aan de behoefte van gebruikers om zelf creatief te worden. Deze pragmatische programmering faciliteert sociale interacties. Terwijl beeldend kunstenaars steeds meer interdisciplinair gaan werken, worden ontwerpers paradoxaal genoeg in hun bemiddelende rol steeds autonomer. Creativiteit verplaatst zich van het innerlijk van de designer naar de ruimte tussen disciplines en tussen

producent en consument. Niet in, maar tussen. In debatten over het 'einde van de kunst' vallen termen als cross-over, interdisciplinariteit, multimedia en interactiviteit. Maar ook conceptualiteit en reflexiviteit nestelen zich in dit debat. In een eeuw tijd heeft er een verschuiving plaatsgevonden van vorm via content naar context, van syntaxis via semantiek naar pragmatiek. Van: hoe ziet het eruit, via: wat betekent het voor mij, naar: hoe werkt het tussen ons?

De convergentie van deze drie structurele tendensen versnelt in het huidige tijdsgewricht een nieuwe paradigma-shift of discours-omslag in het design. Niet alleen het denken over design, ook de design-praktijk en de maatschappelijke rol veranderen. De verschillende disciplines binnen het enorme scala van activiteiten die de ontwerpcultuur rijk is, bewegen zich naar een meer integraal vlak. Een bestandsopname van deze diversiteit aan verschuivingen volstaat om een beeld te schetsen van deze nieuwe omslag. Ik typeer dat wat zich daarin nog diffuus aandient als: relationeel ontwerpen. Daarin wordt gebroken met de monomane, hyperindividualistische ideologie die binnen het speculatieve ADHD-kapitalisme ieder gadget als een egodocument en hebbedingetje lanceert en, zoals 'ADHD' al aangeeft, lijdt aan een gebrek aan aandacht: Attention Deficit Hyperactivity Disorder.

## Dasein en ontwerp

Ons alledaagse leven is volledig gedesigned. Deze constatering is voor designers even flatteus als problematisch. Flatteus omdat het het doorslaande succes van design aangeeft. Problematisch omdat de innovatieve rol van designers lijkt te zijn uitgespeeld. Zij verdwijnen als mediator in de vernetwerkte samenleving. Als iedereen een designer is en ons Dasein een en al design is geworden, is de designer overal en nergens.

### Het menselijke leven als geworpen ontwerp

De filosoof Peter Sloterdijk is rector van de Staatliche Hochschule für Gestaltung (Design) in Karlsruhe. Het leven van individuen noemt Sloterdijk in navolging van Martin Heidegger Dasein: er-zijn. Hij laat zien hoe dit transformeert tot in-de-media-zijn. Dasein is dus nooit een afgesloten capsule – een cogito – maar een gesitueerd bestaan. Authentiek Dasein is een niet aflatende poging om aan het geworpen zijn op aarde een beslissende wending te geven door samen met anderen tot het ontwerpen van een vorm van samenleven over te gaan. Ontwerpen betekent dan zoveel als beslissingen nemen over de vorm om je te bevrijden van de willekeur van het leven. Dit kan – vrij naar Nietzsche – worden voorgesteld als de worp van de dobbelstenen op

---

de tafel van de goden. We moeten ons leven ont-werpen. De etymologie wijst op het ordenen van de chaos: ont-werpen. In de Engelse uitdrukking 'design' klinkt ook schetsen en uittekenen door. Geworpen-ontwerp, ziedaar de menselijk conditie.

In zijn recente trilogie *Sphären* presenteert Sloterdijk design als de crux van een andere kijk op en omgang met onze wereld. Hij schroomt niet om het Nietzscheaans een herwaardering aller waarden te noemen. Niet langer geldt het principe van de recyclede schaarste, maar het principe van de overvloed is uitgangspunt van denken en doen. Het moderne begrip schaarste is in de loop van de afgelopen twee eeuwen binnenstebuiten gekeerd. Net als vrijheid en autonomie. Ooit was vrijheid onafhankelijke zelfbepaling maar inmiddels claimt vrijheid "het recht op onbegrensde mobiliteit en op feestelijke verspilling van energie".<sup>03</sup> Media zijn daarbij onmisbaar. We zijn er afhankelijk van. De westerse mens leeft in een wereld van het 'teveel'. Shoppen en consumeren is een biopolitieke burgerplicht, waartoe burgers in tijden van nood – terreuraanslagen, kredietcrisis – worden opgeroepen. De boodschap is: doe boodschappen! Of zoals McLuhan het in 1964 stelde: 'the medium is the message'. In het alledaagse leven wordt de keuze om iets aan te schaffen meer geleid door angst en de behoefte aan identiteit dan door interesse en saamhorigheid. Ieder Dasein wordt gestileerd in de consumptie van design. Zonder design is Dasein zinloos.

### **Paradox van de moderniteit: schaarste in overvloed**

Shoppen werkt verslavend. 'Craving' – hunkering – is een kernbegrip in de verslavingszorg. Craving wordt in het ADHD-kapitalisme systematisch in stand gehouden door schaarste in overvloed te produceren. Verzonken in ons comfort zien we dit doorgaans niet. Misschien is er dan reëel geen sprake van tekort, we voelen onszelf in ieder geval tekort gedaan als we niet het nieuwste van het nieuwste kunnen aanschaffen. De houdbaarheid van producten wordt steeds korter. Hoe inzicht te krijgen in deze overvloedige schaarste?

Deyan Sudjic, directeur van het Museum of Design in Londen, beklagt zich over de rotzooi waarmee we op de globe zijn opgescheept. Na zijn eerdere kritische studie over de imperiale aandriften van architecten die hun werk als een gesamt-kunstwerk opvatten, beschrijft hij onze huidige consumptiedrift zeer plastisch in *The Language of Things*: "Zoals ganzen graan door hun strot krijgen gewrongen tot hun lever explodeert om zo foie gras te maken, zo zijn wij een generatie die voorbestemd is te consumeren. Ganzen raken nog in paniek als ze de man met de metalen trechter zien naderen die het eten hun strot in zal rammen, maar wij vechten voor ons plekje aan de trog die ons voorziet van een oneindige

vloedgolf van objecten die onze wereld uitmaken.”<sup>04</sup> Aldus Sudjic. Vreemd genoeg wordt dit hyperconsumentisme ingegeven door de idee van schaarste. Het begrip ‘schaarste’ komt in de 16de eeuw tegelijk op met het gelijkheidsideaal. Plotseling is de ander iemand die jij ook zou kunnen zijn en heeft hij iets dat jij ook zou kunnen hebben. Je kunt van een dubbeltje een kwartje worden. Het raakt daarmee de kern van ons democratisch besef. De toekomst staat ineens in het licht van die mogelijkheid, die dubbelzinnig als recht en als gebrek wordt ervaren. In het hyperconsumentisme positioneert productdesign zich precies op het snijpunt van overvloed en schaarste. Deze discipline leeft praktisch van de overvloed (serieproductie), maar parasiteert ideologisch op de schaarste (uniciteit).

Dit reflexieve besef in de overvloed kan volgens Sloterdijk slechts op esthetische wijze worden bereikt. Als we ons als toeschouwers in een groot openluchtmuseum zonder uitgang wanen, komt onze leefsfeer als vanzelf in beeld. Reflectie vergt een esthetische distantie en die heeft de moderne kunst ons geschonken. De vormgeving van producten, huizen, openbare ruimte, steden en uiteindelijk van heel Nederland intensificeert deze esthetische sensibiliteit. Lees Aaron Betsky. Ook al vervluchtigt dit besef snel in de consumptie van louter comfort, toch zijn reflectiviteit en verwenning voor Sloterdijk onlosmakelijk met elkaar verbonden.

### **Design als verstandhouding**

De globale leefsfeer is een dynamische superinstallatie waarin we als bezoekers én toeschouwers rondlopen, als acteurs én regisseurs ons leven ensceneren. De globe als sfeer, meent Sloterdijk, is een superbroeikas, net als het Kristalpaleis van de wereldtentoonstelling in Londen van 1851. Joseph Beuys' sociale sculptuur mag dan gedateerd zijn en het moderne project van het gesamt-kunstwerk door totalitaire experimenten in diskrediet gebracht, Sloterdijk positioneert zijn Superinstallatie wel degelijk in het verlengde van deze artistieke praktijken. Wijk, stad, wereld, al deze schalen van openbaarheid en publiciteit vormen tezamen een gelaagde galerie zonder uitgang. De ruimten ertussen zijn geen vacuüm: ze pulseren van gedesignde interacties en transacties.

Maar wie is er verantwoordelijk voor dit complexe Intelligente Design? “In feite is verantwoordelijkheid”, stelt Sloterdijk, “... niet zozeer een moreel als wel een ontologisch of, meer nog, een relatietechnisch begrip”.<sup>05</sup> Ontologisch, dat wil zeggen, eigen aan de dingen zoals ze zijn. Dat er-zijn, dit wezen of Dasein is dus relatietechnisch. We zijn snel geneigd ‘relatietechnisch’ therapeutisch op te vatten. Ik zie het zelf meer als een psycho-technologische kwaliteit. De meest prangende

verantwoordelijkheden liggen namelijk bij onze technologieën. Deze verantwoordenden in hun vanzelfsprekendheid onze relaties. Wij verantwoordden ons via de media die ons omringen en verbinden: van mobieltje tot automobiel. Hoe reflexief is deze verhouding?

Zo'n inzicht overstijgt een simplistische, louter instrumentele opvatting van media. Media zijn allang geen dingen meer die wij helemaal onder controle hebben omdat we ze zelf hebben gemaakt. Media scheppen hun eigen werelden en wij leren daar in leven. Ze worden van vorm/functie tot content/message. De tv is van een informatiemedium, via een genotsmiddel, een bestaansmiddel geworden. Het mobieltje is niet louter communicatie- en informatiemedium, het is een bestaansmiddel. Inderdaad, 'the medium is the message'. Maar de media zijn niet de verpakking of louter format. De media zijn in al hun vanzelfsprekendheid een discours. De mediasamenleving is ons milieu, onze handelingsruimte. Waarin Dasein design wordt zonder dat we dat beseffen. De gedachte dat er nog een buiten is, komt niet eens meer op, omdat erbuiten zoveel betekent als: niet ingelogd, niet gelinkt, niet online. Kortom, psycho-technologisch eenzaam of existentieel onthecht.

### **Relationele filosofie: van radicale middelmatigheid naar interesse**

Ik noem deze niet-reflectieve inbedding: radicale middelmatigheid.<sup>06</sup> Evenals verantwoordelijkheid vat ik deze radicale middelmatigheid psycho-technologisch op. Het is geen antiburgerlijke verwensing aan het adres van esthetisch-politiek zwakbegaafden. Radicale middelmatigheid schetst hoe ons dagelijks leven door het hectische ritme, door de excessieve maat van media en middelen, door een letterlijke middel-maat wordt bepaald. Ons milieu is mediaal transparant. De media zijn vanzelfsprekend, de message is vaak nietszeggend. Deze middelmatigheid is radicaal omdat de media – earphone, handsfree in de auto met GPS en TomTom – zó in elkaar grijpen dat we daarmee in de wereld zijn geworteld – radix betekent 'wortel'. Kortom, wie kan zijn auto, PC, mobiel of TomTom (nog) missen?

Met de variant 'het medium als massage' wijst McLuhan vooruit op de door Bill Gates gepropageerde frictieloosheid van het bestaan. We worden uiterst comfortabel het systeem in gemasseerd. Juist door dit vanzelfsprekende comfort voelt radicale middelmatigheid aan als een tweede natuur, als een maatpak. Zo zijn media als bestaansmiddelen uiteindelijk basisbehoeften geworden. Door het systematisch scheppen van nieuwe behoeften wordt vervolgens schaarste gereproduceerd.

---

Zo ontstaat in een wereld van overvloed het afgeknepen zelfbeeld van gebrekkige wezens die met de beperkte middelen die hen ten dienste staan eindige voorraden zo efficiënt mogelijk moeten verdelen. Van rechtvaardige verdeling kan geen sprake zijn. Gefrustreerd in het opeisen van vanzelfsprekende rechten viert het slachtofferschap in een cultuur van gebrek als claimcultuur hoogtij. Van samen leven is geen sprake. We overleven of leven er op los.

Zodra we zicht krijgen op onze radicale middelmatigheid worden we de overvloed gewaar waarmee wij ons omringen. Er is sprake van een exponentiële toename van relaties. Media situeren ons ten opzichte van elkaar en vormen zo een dynamisch middenveld, een creatief tussen. Creatief want eenmaal aangeschaft, genereert een medium steeds meer gebruikswaarden. En die moeten allemaal geëxploreerd worden. Het zelfreflectieve bewustzijn van dit tussen-zijn is de binnenkant, de voering van een routineuze, ongereflecteerde radicale middelmatigheid: tussen-zijn als inter-esse.

Deze filosofie van de relatie, deze relationele filosofie, ondermijnt de ideologie van het hyperindividualisme en het identiteitsdenken. Het autonome individu is namelijk, net als de schaarste, een ideologisch construct. De filosofen Gilles Deleuze en Michel Foucault ontmantelen dit minutieus. Zij laten zien hoe een individu altijd eerst een 'wij' of een veelvoud is en dan pas een 'ik'. We zijn eerst altijd een 'dividu' – een medegedeelde, denk nog even met wat weemoed aan 'dividend' als winstdeling – en dan pas een 'individu' – een ongedeelde: iemand die niet meedeelt. Een individueel lichaam is een gevlochten weefsel, waarvan onze dagelijkse routine de schering en onze media de inslag vormen. Een individu is als textuur een geassembleerde verlangensmachine, die door een net van betekenissen – een discours – samenhang krijgt. Zo worden lichamen van de wieg tot het graf, van zuigelingen tot verzorgingstehuis gedisciplineerd. Het gevoelsleven van individuen wordt op maat gesneden, afgemeten.

Disciplinerend, stelt Foucault, gebeurt tot de helft van de twintigste eeuw grotendeels in het gezin, op school en de werkvloer onder toezicht van kerk en staat. Lichamelijke excessiviteit wordt omgezet in zelfdisciplinerend, afgestempeld in grootschalige evenementen of geresocialiseerd in klinieken en gevangenissen. Stedenbouw en architectuur zijn voor deze disciplinerend cruciaal. Architecten ontwerpen geen door steen of beton ommuurde volumes: ze produceren relationele netwerken en construeren collectief bewustzijn.

Met de introductie van de consumptiedwang en het opblazen van de traditionele bastions van gezag en autoriteit in de jaren zestig wordt de normalisering overgenomen door de markt. Ook de jeugd wordt



vermarkt. Het exces en de overvloed, het teveel, wordt als marktdenken geëxternaliseerd. De schaarste vestigt zich als een gemankeerde lifestyle en wordt geïnternaliseerd als een altijd tekortschietend verlangen. Zo verschuift de disciplinerende geleidelijk van private ruimten – de ziel, ons thuis – naar openbare ruimten en het publieke domein. Excessen worden gereguleerd door de markt. Surveillance verloopt nu ook via de media: van camera's tot mobieltjes. Er zijn geen spionnen meer nodig als subjecten – de mobiele beller – door bel- en mailgedrag hun eigen informanten zijn. 'Nodal policing' heet dat in politiejargon.

Ons verlangen wordt ook op zo'n uiterst diffuse, affectieve wijze gestuurd. 'The Hidden Persuaders' noemt Vance Packard ze in de jaren vijftig. Affectiviteit – liefde en haat, genot en pijn, hoop en angst, om er maar een paar te noemen – is voor een aankoop vaak doorslaggevend dan rationaliteit. We worden door iets beroerd of worden er beroerd van. De daarmee gepaard gaande emoties zijn cruciaal voor onze keuzen. In *Emotional Design* (2004) stelt de cognitieve wetenschapper Don Norman dat designproducten op drie manieren op ons inwerken: we reageren vanuit diepgewortelde affecten (visceral), met het oog op gedragscomfort (behavioral) en reflectief. Deze indeling stemt overeen met onze hersendelen: hersenstam, limbisch systeem en neocortex. De eerste bevat het 'feel good'-aspect, de tweede waardeert efficiënt gebruik en in de reflectie wordt design statusbepalend. Norman concludeert: "We zijn allemaal designers."<sup>07</sup> Design is ook volgens hem per definitie relationeel.

Individuele knooppunten in een netwerk. Wij worden met elkaar verbonden door media die, zodra ze ons milieu vormen, de tussenruimte verdelen waarin wij ten opzichte van elkaar staan. De vormgeving van dit 'inter' staat niet alleen bij Sloterdijk en de eerder genoemde Franse denkers centraal, het is als 'interesse' ook de crux van het werk van Hannah Arendt. In een recent boek van een van haar toenmalige studenten – de socioloog Richard Sennett – krijgt deze interesse zijn beslag in een voor designers uiterst relevante waarde: vakmanschap.

### **Avant-gardekunst: gesamtkunstwerk en intermedialiteit**

Maar is er in de eerste golf van het design, als ontwerpers vanuit een voormoderne ambachtelijkheid hun creatieve en nuttige arbeid spiegelen in avant-gardepraktijken, dan geen sprake van dit tussen, van relationaliteit? De nadruk op de autonomie van de kunstenaar laat daar weinig ruimte voor. De artistieke levensstijl van miskende genieën die in getormenteerde eenzaamheid als vrije kunstenaars scheppen is één groot gesamtkunstwerk. In de vroegtwintigste-eeuwse setting vinden we daar geslaagde pogingen van: Kurt Schwitters met

zijn Merzbau, het kunstleven van Marcel Duchamp en Dalí en na de Tweede Wereldoorlog: Beuys en Warhol. In een meer hedendaagse setting herkennen we dit streven bij Jeff Koons, Damien Hirst, Peter Greenaway en Rem Koolhaas, maar ik durf te wedden dat veel creatievelingen zich in dit streven herkennen. Design schurkt als vormexperiment tegen de avant-garde aan, het leven is uiteindelijk de scope van iedere designer.

### **Gesamtkunstwerk en intermedialiteit**

Het gesamtkunstwerk als bestaansaesthetica kent ook politiek-*economische* varianten: leefstijl en huisstijl. Maar ook politiek-*esthetische* varianten: Arts & Crafts, Wiener Werkstätte, Bauhaus en de gemeenschapskunst van Berlage. Hierin werkt dit streven door als 'Hang zum Gesamtkunstwerk', zoals Harald Szeemann de onweerstaanbare behoefte typeert om alles vanuit één perspectief consistent politiek-esthetisch betekenis te geven. In vooroorlogse bladen als *Wendingen* en *De Stijl* ontvouwt zich dit politiek-esthetische discours. De leidende gedachte is: "een goede vorm voor een betere wereld."<sup>08</sup> Politiek en esthetiek komen samen in een diepgewortelde intuïtie: fraai vormgegeven voorwerpen en omgeving appelleren aan het goede in de mens. Neurofysiologisch klinisch onderzoek toont inderdaad aan dat mensen zich in een plezierige omgeving opener en creatiever gedragen.

Maar de realiteit is robuuster. Architecten als Berlage in Amsterdam en Oud in Rotterdam proberen kunst en leven via architectuur dichter bij elkaar te brengen. Ze hopen zo de zelfreflectie en het culturele bewustzijn van burger-arbeiders op te krikken. Van Doesburg schilderde in de woonblokken in de Rotterdamse volksbuurt Spangen strakke ornamenten op patronen in huiskamers, terwijl Oud de ramen hoog liet inzetten in de hoop dat de bewoners meer naar binnen dan naar buiten gericht zouden zijn. Echter, het eerste wat bewoners deden was podiums onder het raam bouwen, zodat ze uit het raam hangend konden communiceren, en de ornamenten overschilderen of behangen. Hen dreef blijkbaar een ander gesamtsstreven.

Gesprekspartners in het gesamt-discours zijn naast architecten en kunstenaars ook ambachtelijke vormgevers. Pas na 1925 melden zich industriëlen en technici. In de tweede helft van de twintigste eeuw worden pas de consumenten aan de gesprekstafel genodigd. Maar ondanks de dan doorwerkende interdisciplinariteit en interactiviteit staat in deze ontwerpprocessen het creatieve individu – met de architect als absolute heerser – nog pontificaal in het centrum. Als we echter in onze terugblik naar eerdere paradigma's de aandacht verschuiven van creatieve individuen naar samenwerkende disciplines blijkt het primaat van de relationaliteit ook daar door te werken. Voor dit inzicht is een

mislukt gesamtkunstwerk hoogst instructief: het interdisciplinaire experiment is duurzamer dan het totalitaire project. Mislukte gesamt-kunstwerken zijn inventieve interdisciplinaire en multimediale experimenten. In het mislukken van het gesamtkunstwerk komt de bindende kracht – het relationele, tussen of ‘inter’ – vrij. De samenwerking van disciplines – interdisciplinariteit –, de wederzijdse enting van artistieke en technologische media – multimedia – en de poging om product en ‘prosumer’ wederzijds te stileren – interactiviteit – levert in de jaren negentig een internationaal kunsttheoretisch discours op over de rol van het ‘tussen’. Onder de noemer ‘inter-medialiteit’ wordt onderzocht hoe maatgevend interdisciplinariteit, multimedia en interactiviteit voor de avant-garde zijn geweest. Om de beeld- en gedragsbepalende invloed van media en middelen te doorgronden worden nieuwe concepten gelanceerd als mediale reflectiviteit en mediale sensibiliteit.<sup>09</sup>

### **Einde van de kunst, einde van design?**

Toch blijft de flirt van designers met avant-garde kunst problematisch. Andersom lijkt het soepeler te verlopen. Joep van Lieshout – of beter: het collectief Atelier Van Lieshout – voegt functionaliteit aan kunstobjecten toe. Dit voelt minder onwennig dan het wegnemen van functionaliteit bij designproducten. Tenzij dit weer zo radicaal gebeurt als bij Studio Job die sier als exclusieve functie en zelfexpressie als hoogste doel stelt. Job Smeets en Nynke Tynagel willen slechts curator zijn van hun eigen gedachten.

Het statuut van pronkstukken die door Hella Jongerius en Jurgen Bey voor Koninklijke Tichelaar zijn gemaakt is minder eenduidig. Inzet is vakmanschap met lokale materialen en productiemethoden. In Tichelaars overwegingen klinkt Berlages kritiek op de Haagse firma Arts and Crafts door. We schrijven 1902. In zijn meubelontwerpen voor de firma ‘t Binnenhuis wilde Berlage alleen inheems Hollands eikenhout verwerken. Berlage eiste overigens ook dat de verbindingen in het houtwerk zichtbaar moesten blijven. Deze vormexperimentele en mediaal-reflectieve geste is wellicht ook een vingerwijzing voor het politieke belang dat hij toen nog hechtte aan transparante relaties.

Staan de peperdure pronkstukken van Jongerius en Bey nu in de traditie van kunstenaars als Duchamp en Koons of in die van Berlage, Rietveld en Bauhaus? Wanneer zij op de kunsttraditie mikken hebben ze een probleem. Want na post-, neo- en retro-avant-garde is de moderne kunst kortgeleden aan zijn eind gekomen. De ooit door Arthur Danto doorgeëxerceerde uitdrukking ‘het einde van de kunst’ betekent overigens niet veel meer dan dat het moderne discours rond de kunst is leeggelopen. Maar dat betekent toch weer meer dan het verhangen

---

van de bordjes of er een ander papiertje omheen doen. Het zegt iets over de legitimatie van de kunst in onze samenleving. Wat voor rol speelt ze nog nu alles geësthetiseerd is? Laat ik dat aan de hand van de laatste werken van Damien Hirst verduidelijken.

The Golden Calf, een werk uit 2008, werd direct naar Sotheby's doorgesluisd en voor een kleine twaalf miljoen aan een particulier investeerder verkocht. For the Love of God – een platina afgietsel van een menselijke schedel bezet met 8601 diamanten – volgde hetzelfde traject. Daarmee onttrekt Hirst zijn werk aan het publieke debat en vindt er, ondanks de 63 miljoen die er naar eigen zeggen voor geboden is, geen artistieke waardevermeerdering plaats. De uniciteit van het werk is absoluut, want niet langer te bekritisieren. Het werk circuleert in een kortgesloten circuit: van studio via veilinghuis naar bankkluis. Kunst, kitsch en commercie schurken gnuivend tegen elkaar aan. Als hedendaagse designers zich aan deze kortgesloten uniciteit spiegelen om hun artistieke waarde te vergroten, vissen ze helaas achter het net(werk). Design mag hoogstens kunst zijn, omdat hedendaagse kunst design is geworden.

Er is echter nog een andere optie. Het oordeel van de toeschouwers die toestroomden toen Hirsts werk bij hoge uitzondering werd prijsgegeven aan de semi-openbaarheid van het museum luidde: knap vakmanschap, maar is dit kunst? Precies dat waar Tichelaars design prat op gaat – vakmanschap – blijkt nu in de kunst herkend te worden: als nutteloos vakwerk steekt het de pronkstukken naar de kroon. Maar is met het einde van de kunst dan ook het einde van het design ingeluid? Of is dit vakmanschap niet precies het criterium dat beide door hun inbedding in het leven verbindt?

### **Japan: imperfectie, vakmanschap en levenskunst**

Ik probeer een andere invalshoek. Hirsts schedel is perfect. Dit is een ambigu statement. Perfectie vernietigt de tijd omdat het verval eruit is weggeretoucheerd. Perfectie evocert onveranderlijkheid, eeuwigheid, onsterfelijkheid. Toch motiveert Hirst zijn werk – als was het een 17de-eeuws vanitasschilderij – met een beroep op imperfectie: het zou toeschouwers moeten herinneren aan de vergankelijkheid van het bestaan. Deze imperfectie komt naar mijn mening echter indringender naar voren in Hirsts doorsnee koeien en schapen.

Maar imperfectie is in de cosmetische ideologie die het Westen beheerst nu eenmaal een ontoelaatbare gedachte. Iets dat gerimpeld, gebutst, gescheurd of besmeurd is, wordt meedogenloos bij het oud vuil gezet om ingeruild te worden voor een nieuw exemplaar of nog beter: voor de allernieuwste versie. De houdbaarheidsdatum van pro

---

ducten wordt steeds korter, de afvalbergen steeds hoger. Dit heeft ongetwijfeld iets met onze verstandverhouding tot onze dood, tot onze sterfelijkheid te maken.

De gouden exemplaren van Philippe Starcks fameuze citroenpers Juicy Salif – Hyundai autoreclame – zijn ook perfect. Je kunt ze niet gebruiken omdat anders de goudlaag door het citroenzuur wordt aangetast. Starck tilt, geheel in overeenstemming met het tweede designparadigma, de functie van zijn product naar een ander vlak: “Mijn pers is niet bedoeld om citroenen uit te persen; hij is bedoeld om tot gesprekken aan te zetten.”<sup>10</sup> Als discoursaanjager blijft de pers functioneel.

### **Imperfectie: wabi-sabi**

Er zijn culturen waarin vormgeving en imperfectie elkaar beter verdragen. In Japan verhoudt design zich niet tot de avant-garde maar tot het leven als kunst, tot levenskunsten. Op een druilerige zondagnamiddag met egoloze aandacht een kop thee voor je gasten inschenken, is niet het eerste waar we dan aan denken. Toch geeft dit wel aan waar het in design om gaat: om gefocuste aandacht voor kwalitatieve relaties. Iedere product heeft een performance, elk gebruiksvoorwerp kent zijn ritueel. Zelfs bij Bourdieus ‘distinction’ is het opsmukken van de leefstijl relationeel gemotiveerd.

In de concepten en ontwerpen van sommige Nederlandse designers wordt soms bewust met imperfectie gewerkt: de uit sloophout samen gestelde meubels van Piet Hein Eek, de verbrande meubelen van Maarten Baas die bewust imperfectie creëert of de verrotte kledingstukken van de Belgische modeontwerper Martin Margiela. Misschien roepen deze ontwerpen dat op wat in de traditionele Japanse esthetica ‘wabi-sabi’ heet. ‘Wabi’ drukt een sensibiliteit uit voor materialen die door de tijd zijn aangetast, voor doorwerkte slijtage, en ‘sabi’ evoceert een lichte droefheid en melancholie. Uit de vakmatige, ambachtelijke omgang met simpele materialen spreekt meer ‘handicraft’ dan manipulatie. Japanse kunst maakt de spanning voelbaar tussen het tijdelijke en het eeuwige, tussen schijn en zijn, tussen leven en dood. De vergankelijkheid van schoonheid roept een nostalgische mijmering op over de kortstondigheid van het bestaan. In Japan schuiven esthetiek en spiritualiteit in elkaar. Het gaat om onthechting in hechting.

Het gaat dus niet om grandeur, grootsheid, maar om ‘utsukushisa’, schoonheid. Sublimiteit in de westerse romantische zin van het woord is ver te zoeken. Dat ondervond stardesigner Philippe Starck. Steen des aanstoots voor veel Japanners is het arty object dat hij op het dak van het hoofdkwartier van Asahi-bier in Tokyo liet plaatsen: ‘de gouden vlam’. In dit drie ton wegende, goud ogende object dat op een op z’n

kant geplaatste gouden druppel lijkt, herkent de westerse designfreak onmiddellijk het Starck-icoon. Maar voor de doorsnee Japanner is het gewoon het 'shit'-gebouw, omdat het ding hen doet denken aan drollen uit mangastrips.

### **Vakmanschap en levenskunst: maat en proportionaliteit**

Wie is er verantwoordelijk voor dit design? Een op controverser gefocuste designer als Starck laat zich niet door zijn publiek ter verantwoording roepen. Maar kan een medium zijn maker ter verantwoording roepen? Respecteert de schilder zijn verf? Verantwoordelijkheid lijkt mij een kenmerk van vakmanschap. In de Japanse esthetiek en receptie spelen autonomie en uniciteit geen rol, maar draait het inderdaad om skills en sensibiliteit. Toewijding aan de vorm – 'kata' in het Japans, welbekend bij de judoka onder u – gaat samen met een juiste inschatting van de schaal waarop het product relaties sticht. Leven en design verhouden zich als natuur tot kunst. Maar natuur toont zich voor Japanners juist in de cultivering. Natuurlijkheid wordt geassocieerd met vakkundig afgemeten proportionaliteit. Een bonsaiboompje is natuurlijker dan een 'wilde' boom. Er bestaat geen romantisch idee van een voorgegeven natuurlijke orde, een paradijs. Leven is stileren. Een levensstijl wordt door vakmatige stileren levenskunst. Een individueel leven is deel van een groter geheel. Een product verbindt naar alle kanten. Bij een product staat niet de expressie van individuele autonomie voorop, maar de harmonie van de groep.

Vinden we dit terug bij hedendaagse topdesigners? Tegen deze achtergrond krijgt het concept *Super Normal. Sensations of the Ordinary* dat door Naoto Fukasawa en Jasper Morrison is geïntroduceerd, een diepere betekenis.<sup>11</sup> Net als Sudjic zijn beide ontwerpers verontrust over de hoeveelheid rotzooi die wordt geproduceerd. Zij selecteerden 210 reeds bestaande designarchetypen en kwalificeerden die als Super Normal. Intuïtief voelen deze producten als 'sensations of the Ordinary' zeer natuurlijk aan. Ze leggen de schoonheid in de normaliteit bloot. "Schoonheid kan naar vorm of verschijning verwijzen, maar in dit geval denken we in termen van schoonheid met betrekking tot de relaties tussen mensen, de omgeving en de omstandigheden".<sup>12</sup>

### **Relatiegeschenk: ambiguïteit van de gift**

Het Japanse vakmatige kwaliteitsbesef is de inspiratie voor spiritueel-esthetisch ontwerpen met een existentiële basis. In tegenstelling tot de Bourdieuaanse distinctie bevestigen producten een fundamentele verbondenheid van alles wat hen omringt. Design is een relatiegeschenk en als gift kent het altijd een bijbehorende performance. Dat toont de in Japan nog springlevende traditie van het cadeaus inpakken en geven. Niet alleen je relatie, ook de ziel van het product – volgens het

Shintoïsme – wordt virtuoos ingepakt. Maar de verpakking is niet the message. De boodschap der boodschappen is afstemming op de samenhang van het relationele veld, het netwerk, je milieu. Een cadeau vestigt of bevestigt een relatie. Japanners doen dit massaal in december en juli, respectievelijk met oudejaar en Allerzielen, het Bon feest. Maar zo'n gift blijft ambigu: het is een geschenk en vergif.<sup>13</sup> Het moet namelijk de juiste proporties, de juiste maat hebben. Het gebaar, de geste moet geïnteresseerd zijn: afgestemd op de onderlinge verhouding. Is de gift buitenproportioneel dan wordt de ontvanger met een plicht opgezadeld om iets soortgelijks terug te geven. En daarmee breng je het geheel uit balans.

## Relationeel design en politiek

Oké, Japan is inderdaad een heel andere samenleving. In een poging de afvalberg met verpakkingsmaterialen te verkleinen, voert de overheid al enkele jaren campagne om de traditionele draagdoek – 'mottainai furoshiki' – waarin alles kan worden ingepakt, te herintroduceren. Hele dorpen proberen zich ecologisch te heroriënteren. Toch is Japan ondertussen doordeesemd van westerse waarden. Omgekeerd begint het Westen inmiddels lichtelijk allergisch te worden voor de waarde-loosheid van het hyperindividualisme. Wat heet tegenwoordig bijvoorbeeld corporate responsibility? De recent ontdekte excessen in de bancaire en verzekeringswereld hebben niets met verantwoordelijkheid te maken. In het zelfverzekerde leven draait alles om aansprakelijkheid. Ik wil niet zover gaan als de Republikeinse senator Charles Grassley die topmanagers van de verzekeraar AIG, waar miljoenen van de belasting-gelden als bonussen aan deze falende CEO's zijn uitgekeerd, aanraadt naar beproefd Japans gebruik óf heel diep te buigen óf harakiri te plegen. Maar aan een herwaardering aller waarden zijn we wel toe.

### Duurzaamheid: tussen onthechting en hechting

Daartoe dienen designers zich anders te verhouden tot het kernstuk van de moderniteit: vernieuwing. Hella Jongerius hekelt de vluchtigheid van hedendaags design: "De mensen hebben genoeg van vernieuwing en wachten op zinvolle objecten. Op dingen waaraan je gehecht raakt." Op het snijpunt van onthechting en hechting dient duurzaamheid zich als emotionele waarde aan. Richard Hutten probeerde met zijn No Sign of Design-credo de functionele tussenruimte open te houden en maakt niet-ontwerpen tot ontwerphouding. De initiatiefnemers van Eternally Yours, waaronder Ed van Hinte, benadrukken het vermogen om te koesteren. Zij waarderen de veroudering van producten – zoals bepaalde typen camera's of sieraden – en zetten dit in tegen verspilling en constante vervanging.

Sudjic zet ook vraagtekens bij louter vernieuwing. Super Normal introduceert een interessante vorm van recycling. Zelfs Philippe Starck, die het naar eigen zeggen helemaal heeft gehad met egodesign, roept op tot transgenerationale verantwoordelijkheid. Hij opteert voor dienstbaar en duurzaam design dat het cynisme van het grote geld en het narcisme van de individuele uniciteit achter zich laat. Maar hoe verhouden Jongerius' intergenerationale hechtingswens, Starcks transgenerationale verantwoordelijkheid en Super Normals intragenerationele herinvestering zich tot relationeel design?

Wat bedoelt Sudjic met de eindconclusie van zijn boek: "We leven in een tijd waarin de relatie met onze bezittingen een radicale transformatie ondergaat"?<sup>14</sup> Indirect suggereert hij de recycling van materialen zoals in het werk van Ron Arad. Kunst blijft Sudjics referentiekader. Het is echter de vraag of het bij relationeel design nog om objecten gaat. En inderdaad, het derde designparadigma verschuift de aandacht in toenemende mate naar processen. Designers stellen hun creativiteit in dienst van eindgebruikers door open te programmeren. Het accent verschuift van semantiek naar pragmatiek.

### **Relationele esthetiek, relationele architectuur, relationeel design**

Elders in de kunstwereld zien we in de jaren negentig soortgelijke ontwikkelingen. Nicolas Bourriaud introduceert het concept 'relationele esthetiek' als basis voor het mede door hem geïnitieerde Palais de Tokyo in Parijs. Kunst wordt een interactieproces. Het is "een samenstel van artistieke praktijken waarvoor het theoretisch en praktisch uitgangspunt het geheel van menselijke relaties en hun sociale context is en niet de onafhankelijke en private ruimte."<sup>15</sup> Aldus Bourriaud. Kunstwerken zijn knooppunten van intermenselijke relaties die ze representeren, produceren of suggereren. Vouwt Bourriaud de museale ruimte uit tot een relationeel interactief netwerk, de Canadees-Mexicaanse kunstenaar Rafael Lozano-Hemmer intervineert in de openbare ruimte met zijn dynamische installaties en noemt zijn werk 'relational architecture'.

Geeft design zich rekenschap van deze 'relational turn'? In de architectuur en urban planning komt relational design steeds nadrukkelijker naar voren in de vorm van social design. Zelf ben ik betrokken bij de grootschalige renovatie van Rotterdam-Zuid met het integrale ontwikkelingsmodel 'Rotterdam Vakmanstad/Skillcity'.<sup>16</sup> Inmiddels is er in elke grote stad wel een interdisciplinair samengestelde groep studenten bezig zich interactief en bottom-up te oriënteren.

Maar de term duikt al in 1969 op. Eerst puur programmatisch in Relational Database Design. Daarin kan met tools als de 'impact



graph' gevisualiseerd worden hoe elementen binnen een systeem veranderen wanneer je één parameter aanpast. 'Relationeel' slaat hier nog uitsluitend op een 'tabel' die een set van relaties herbergt. Van interactiviteit met de eindgebruiker is nog geen sprake. Dat begint pas bij open-sourcedesign. Open-eind processen en generatieve systemen zoals Wikipedia, YouTube en Facebook hebben nog een webadres, maar een BitTorrent waarmee muziekbestanden worden uitgewisseld heeft geen webadres en geen eigenaar of beheerder van muziekbestanden. Het is een knooppunt met een verwijfsfunctie.

In het afgelopen decennium komen er steeds meer designdisciplines bij: metadesign, experience design, inclusive design, conditional design en zelfs slow design. In wezen, dat wil zeggen: in zijn meest basale zijnswijze, ontologisch – of met Sloterdijk: relatietechnisch – stileren deze designvarianten interesse. Dasein als design wordt hier mediaal reflectief. De onkritische radicale middelmatigheid wordt naarbuiten gevouwen, ontplooid, ontwikkeld. Daardoor verplaatst creativiteit zich van het innerlijk van de designer naar het medium waar creatieve eindgebruikers op inhaken. Met deze basaal-democratische geste komt creativiteit niet langer in, maar tussen individuen te liggen. Do-it-yourself design gaat nog een stap verder door productdesign te hacken en te transformeren. *Hacking Ikea* en *Repairing* bij Platform 21 maakt de consument van wegwerper tot ontwerper. Als micropolitiek statement resoneert het in de geopolitieke geste van de bestuurders van Sao Paolo toen deze in 2008 besloten om alle reclame uit de openbare ruimte te bannen.

### **Ecopolitiek als geopolitiek: HEW**

Zo wordt radicale middelmatigheid getransformeerd tot interesse. Het besef deel van een groter geheel te zijn is door de globalisering inmiddels exponentieel toegenomen, maar het viel mij in de jaren zestig toe na het lezen van Rachel Carsons *Silent Spring* (1962). Ik besepte dat de pesticiden die verderop over de akkers werden gespreoid in de kabeljauw zaten die op mijn bord lag en dus over tien minuten in mij zouden zitten. De Club van Rome zette computers in om in 1972 de grenzen aan onze groei aan te geven en na de oliecrisis in 1973 werd dit ecopolitieke inzicht geopolitiek toen in één klap duidelijk werd hoe grondstoffen, productielijnen, transport en consumptie samenhangen. Energiebesparing en hergebruik – consuminderen en recycling – is alleen zinvol als lineaire productielijnen naar cyclische productielijnen worden omgebogen. De onstuitbare groei van onze mobiliteit vraagt om een cyclische verstandshouding, ook in het design. Afval moet, zoals in de Cradle to Cradle-gedachte (C2C) van Braungart en McDonough, voedsel worden voor een nieuwe cyclus.

Productdesign heeft dus een ecopolitieke en geopolitieke reikwijdte. Niet alleen door de consumptie en het afval maar ook door de productie: het gebruik van materialen en arbeidskracht. Kleinschalige productie verkort kwetsbare aanvoerlijnen en stimuleert lokaal vakmanschap. Voor het produceren van unieke pronkvazen voor Koninklijke Tichelaar doet ook Jongerius een beroep op lokaal vakmanschap. Haar vazen voor Ikea worden echter elders op de wereld geproduceerd. Consumentendruk heeft Ikea ertoe aangezet schone en rechtvaardige productielijnen te garanderen. Dit zijn geopolitieke implicaties van design in een geglobaliseerde wereld. De verhouding lokaal-globaal is binnen het design aan een herdefiniëring toe. Alastair Fuad-Luke en Ezio Manzini wijzen op het belang van creatieve gemeenschappen en kosmopolitisch lokalisme. In hun pogingen “het idee van design te revitaliseren”<sup>17</sup> propageren zij “een design met, voor en door de samenleving.”<sup>18</sup> De netwerksamenleving is voor hen allereerst een multi-lokale samenleving waarin deze gemeenschappen knooppunten zijn.

Maar hoe verhoudt dit relationele design zich tot de schaarste? Hoe doet Sloterdijks principe van de overvloed zich hier gelden? In het postfossiele tijdperk is er een overvloed aan informatie, energie en relaties. Zonnestrallen en datastromen zijn bronnen van een alternatieve verspilling. De openheid die eigen is aan meervoudige relaties die als een netwerk creatieve energie naar ieder afzonderlijk lid doorsluis, ondergraaft de schaarste-ideologie. Met de overgang van schaarste naar overvloed wordt overleven samenleven. Onthechting en consuminderen is nobel, maar de meest adequate aanpak van onze milieuproblemen is het circulair in omloop brengen van ongebruikte energieën. Web 2.0 toont wat dit betekent. Kevin Kelly, een van de goeroes van de virtuele Newconomy, dacht nog in termen van Web 1.0 toen hij schaarste verwoordde als een gebrek aan aandacht: wat werkelijk schaars wordt in onze overvloedswereld is menselijke aandacht.<sup>19</sup> De wederzijdse aandacht die Web 2.0 faciliteert, levert de digitale basis voor interesse.

Aandacht en interesse worden pas ecopolitiek als ze over hun eigen bestaansgrond nadenken: wat maakt mijn frictieloze, radicale middelmatigheid mogelijk? Dasein wordt pas geopolitiek als gemonopoliseerde machtsverhoudingen geëxpliciteerd worden. Op de concrete uitwerking in een postfossiele tijd gaat Sloterdijk niet in. Maar met Manzini, Cradle to Cradle en Jeremy Rifkin komen we een stap verder. Rifkins visie, uiteengezet in zijn in 2003 gepubliceerde boek *De waterstofeconomie* lijkt eco- en geopolitiekproof. Waterstof is geen energiebron maar een opslagbuffer die ontstaat door het splitsen van het water- (H) en de zuurstofmolecuul (O<sub>2</sub>) door elektrolyse. Bij de fusie

---

van beide bestanddelen komt energie en schoon water vrij. De voor elektrolyse benodigde elektriciteit wordt niet conventioneel opgewekt – fossiel of uranium – maar duurzaam: zon, wind, water.

Deze ecopolitieke inzet krijgt een geopolitieke kwaliteit door het streven naar gedecentraliseerde opwekking van Manzini's creatieve gemeenschappen als "een uitgebalanceerde interactie tussen de lokale en globale dimensies enerzijds en een duurzame versterking van lokale (fysieke en socio-culturele) hulpbronnen anderzijds."<sup>20</sup> Cradle to Cradle biedt weliswaar een alternatief voor het grondstoffendilemma door herbruikbare polymeren te ontwerpen, maar ondanks de omslag van schaarste eco-efficiëntie – meer met minder – naar overvloedige eco-effectiviteit,<sup>21</sup> blijft C2C 'corporate': zij laten de grootschalige machtsmonopolies waar Rifkin een breekijzer in wil zetten, ongemoeid. Rifkin opteert voor aan elkaar gekoppelde netwerken à la Web 2.0 en pleit voor kleinschalige opwekking dicht bij de gebruikers: in wijken en bedrijven of andere units die hun eigen energie opwekken met een kleine 'centrale' ter grootte van een kratje bier. Ongebruikte energie wordt net als muziekbestanden via het Hydrogen Energy Web teruggeleverd. Volgens Rifkin kan zo'n net de energiebehoefte van de hele wereld bestrijken. De interesse voor zijn inzichten van de zijde van de leiders van Europese landen is veelbelovend.

Het gaat dus om meer dan alleen cyclische productielijnen en duurzame energiedistributie. Rifkins geopolitieke insteek beoogt kleinschaligheid, korte, minder kwetsbare toevoerslijnen om naast creativiteit ook macht te delen. Dat de grote energiebedrijven niet staan te springen om te decentraliseren laat zich raden, tenminste zolang ze de distributie niet in eigen hand kunnen houden. Dat Shell al lang geleden in IJsland de productie van waterstof voortvarend ter hand heeft genomen, zal ook niemand verbazen.

### **Relationeel ontwerpen: van een wegwerp- naar een ontwerpcultuur**

Ik kom tot een afronding. Global warming en extreem hyperconsumptisme zijn even hecht met elkaar verbonden als de meltdown van de WTC-torens op 9/11 en extremistisch fundamentalisme. Ecosfeer en technosfeer zijn niet meer van elkaar te onderscheiden. De lineaire lijn van de technologie – steeds sneller op weg naar een betere toekomst – moet teruggebogen worden in de cyclische processen van de ecosfeer. De toekomst – Morrison en Fukasawa gaven het al aan – buigt zich via het heden terug naar het verleden. C2C meent dat intergenerationele terreur omgezet moet worden in intergenerationele verantwoordelijkheid. Omdat de cirkel rond is, is er geen buiten. Alle wegen leiden

uiteindelijk naar zichzelf. Victor Papanek, een van de pioniers van het geëngageerde ecodesign, typeerde het oprukkende consumentisme in het in 1972 gepubliceerde *Design for the real world* als 'onze Kleenex cultuur'.<sup>22</sup> De wegwerpcultuur heeft inmiddels astrale proporties aangenomen: rond de aarde scheert zoveel 'nasaal' zwerfafval dat er opruimacties nodig zijn om de toekomstige ruimtevaartprogramma's zeker te stellen.

Maar moet design de wereld redden? Het mag duidelijk zijn dat alleen al deze gedachte van een hoogmoed getuigt die slechts door de bancaire wereld kan worden geëvenaard. Eén discipline kan de wereld niet redden. Eén mens kan wel de kettingreactie veroorzaken waardoor de wereld in een finale geste wordt vernietigd. Op dat existentiële niveau is iedereen een designer, ook al blijft het gesamtkunstwerk onaf. Ieders leven is geworpen-ontwerp, hoe weinig intelligent ook.

Relationeel ontwerpen is meer een oproep dan een beschrijving. Het schrijft niets voor, maar appelleert aan een bewustzijn dat zijn samenhang ontleent aan een ander bewustzijn: esthetisch, ethisch en politiek. De politisering van het design – ecopolitieke en geopolitieke keuzes – komen voort uit een andere verstandhouding tot de ambiguïteit van onze technosfeer. Design is immers even tweeslachtig als de Japanse gift. Een product kan relaties stichten, maar kan je ook van de groep afsnijden. Teveel Hyves-vrienden kan ook een teken van digitale eenzaamheid zijn. Design verfraait je omgeving, maar vergroot ook de afvalberg. Games zijn relationeel een geschenk, maar als digitale dope puur vergif. Wanneer design ons denken en doen, onze creativiteit en keuzevrijheid van binnenuit oriënteert, wordt het een vorm van relationeel ontwerpen. Dan wordt Dasein als design reflectief en wordt onze radicale middelmatigheid interesse.

Wat wordt design in de 21ste eeuw? Vanwege zijn doorslaande succes evenals de kunst aan het eind van zijn Latijn gekomen, staat design in de 21ste eeuw voor de opdracht zich als levend discours te ontvouwen. Relationeel design blijkt de opmaat naar een creatieve leefstijl met als hoekstenen ecopolitieke duurzaamheid en geopolitieke verantwoordelijkheid. Vakmanschap en het gevoel van proportionaliteit is daarbinnen cruciaal. Dat is echter geen oproep om terug te keren naar de 19de-eeuwse ambachtelijkheid, maar een herwaardering van erin besloten waarden als verantwoordelijkheid, eer en respect om de excessen van het hyperindividualisme en hyperconsumentisme te begrenzen. De kern van de Grote Afvalrace die overleven heet, is een geopolitieke wegwerpcultuur. De transformatie van deze wegwerpcultuur in een ecopolitieke ontwerpcultuur lijkt mij een voorwaarde voor wat dan met recht 'samenleven' genoemd kan worden.

**Literatuur**

- David B. Berman  
*Do Good Design. How Design  
Can Change the World*  
2009
- Aaron Betsky & Adam Eeuwens  
*False Flat: Why Dutch Design  
Is So Good*  
2004
- Nicolas Bourriaud  
*Relational Aesthetics*  
2002
- Michael Braungart &  
William McDonough  
*Cradle to Cradle. Afval = voedsel*  
2007
- Cara Brower Rachel Mallory  
Zachary Ohlman  
*Experimental eco-Design*  
2009
- Rachel Carson  
*Dode lente*  
1962
- Jonathan Chapman & Nick Gant  
*Designers Visionaries + Other Stories*  
2007
- Naoto Fukasawa &  
Jasper Morrison  
*Super Normal.  
Sensations of the Ordinary*  
2008
- Kevin Kelly  
*Nieuwe regels voor de nieuwe  
economie*  
1999
- Donald A. Norman  
*Emotional Design. Why We Love  
(or Hate) Everyday Things*  
2004
- Henk Oosterling  
*Radicale middelmatigheid*  
2000
- Victor Papanek  
*Design for the Real World*  
1972
- Jeremy Rifkin  
*De waterstofeconomie. Schone en  
duurzame energie voor iedereen*  
2003
- Richard Sennett  
*De ambachtsman. De mens als maker*  
2008
- Mienke Simon Thomas  
*Goed in vorm. Honderd jaar  
ontwerpen in Nederland*  
2008
- Peter Sloterdijk  
*Sphären III. Schäume*  
2004
- Peter Sloterdijk  
*Het kristalpaleis. Een filosofie  
van de globalisering*  
2006
- Deyan Sudjic  
*The Language of Things*  
2008
- Deyan Sudjic  
*The Edifice Complex. How the Rich  
and Powerful Shape the World*  
2005

- 
01. Betsky & Eeuwens 2004, p. 12.
  02. Simon Thomas 2008, p. 230.
  03. Sloterdijk 2006, p. 246.
  04. Sudjic 2009, p. 6.
  05. Sloterdijk 2006, p. 203.
  06. Oosterling 2000.
  07. Norman 2004, p. 224.
  08. Simon Thomas 2008, p. 89
  09. Zie: <http://www2.eur.nl/fw/cfk/>.
  10. Norman 2004, p. 112.
  11. Fukasawa & Morrison 2008, p. 106.
  12. Idem, p.103.
  13. Oosterling 2000, p. 102.
  14. Sudjic 2008, p. 216.
  15. Bourriaud 2002, p. 113.
  16. Zie: <http://www.henkoosterling.nl/rtd-vakmanstad.html>.
  17. Chapman & Gant 2007, p. 28.
  18. Idem, p. 37.
  19. Kelly 1999, p. 74.
  20. Chapman & Gant 2007, p. 81.
  21. Braungart & McDonough 2007, p. 85.
  22. Papanek 2000, p. 86.