

## FORMGIVNING

Ordet brukes i to betydninger, enten som betegnelse for *prosessen* der man fastsetter eller utformer produktets endelige utseende med sikte på å gjøre det visuelt tiltalende, eller som betegnelse for *resultatet* av denne prosessen. Begrepet kan referere både til industrielle og håndverksmessige fremstillingsmåter.

Hvorfor er det egentlig ikke tilstrekkelig at bruksgjenstander funksjonerer som de skal? Hvorfor har mennesker alltid vært villige til – så sant de har hatt råd – å betale ekstra for bruksting med tiltalende form? At vi alle foretrekker tiltalende former på de ting vi eier, synes å være en konsekvens av nettopp det å eie ting. Å foretrekke tiltalende form på våre eiendeler er noe vi i stor grad påtvinges utenfra. I andres øyne blir ting man sier oppfattet som en del av eieren selv. Om eieren liker det eller ikke, vil tingene han eier, representere ham, og representere ham godt eller dårlig. Å eie ting tvinger oss således til å eie ting som representerer oss godt – derav behovet for tiltalende form. Det er ikke bare klær som skaper folk, men også andre ting folk eier. Den som kjøper en bruksgjenstand, vil foretrekke en som har «pen» form – enten fordi man vil unngå å skamme seg over det å eie en «stygg» ting, eller fordi man positivt vil markere sin sosiale tilhørighet, ofte den ønskede tilhørighet. Det er også slik at jo høyere sosial status man har, desto større representasjonstrykk er man utsatt for. Hvis vi derimot bare bruker ting uten å eie dem, er vi langt mindre tilbøyelige til å skamme oss over eller være stolte av deres utseende. Det ikke å eie ting befri oss fra representasjonstvungen, og fører vanligvis til at vi tolererer mer stygghet rundt omkring oss. Årsaken er tydeligvis en fornemmelse av at stygge ting som ikke eies av oss, heller ikke skader vår anseelse. Det ser ut til at representasjonstvungen vi alle i forskjellige grader er utsatt for, er prisen vi må betale for det høye nivå innen formgivningskulturen i den vestlige verden.

Om det å eie ting skaper behov for formgivning, forklarer det ikke alene at en slik kultur oppstår. Det forklarer ikke hvorfor de vestlige industrialiserte land har frembrakt en overflod av industrielle produkter med høy funksjonell og estetisk standard, mens industrialiserte land med sosialistisk økonomi, som tidligere Sovjetunionen og Øst-Europa, heller er kjent for annenrangs industriprodukter, oftest med middelmådig formgivning. Forklaringen må søkes i Vestens sosialpolitiske og sosialøkonomiske ramme. Denne rammen tillater ikke bare høy grad av vertikal mobilitet mellom samfunnsklassene, men gjør det også mulig for private produsenter å tjene penger på å imøtekomme menneskenes behov for representativ, tiltalende form. Kategorien av ting som bevisst blir gitt en slik form, utvides stadig. Denne estetiske opptrapping foregår på alle områder. Den berører produkter vi bruker hjemme og på arbeidsplassen så vel som i offentlig miljø. Produsenter gjør dette fordi det er lønnsomt; hvis de ikke var nødt til å bry seg om produktenes estetiske kvaliteter for å få dem omsatt, ville de aller fleste sannsynligvis heller ikke gjøre det. Konkurransen innen det kapitalistiske system gjør utseende til et konkurranseelement, i tillegg til pris og funksjon.

I Norden ligger ikke bare Danmark, men også Sverige og Finland fremdeles foran Norge når det gjelder bevisst satsing på formgivning blant bedrifter. Dette har uten tvil sammenheng med at hovedvekten av Norges eksport tradisjonelt har ligget i råvareprodukter der formgivning spiller liten rolle; Norges ferdigvareindustri har lenge vært rettet mot eget marked og dessuten delvis vært spart for konkurranse fra utenlandske produkter. Like fullt finnes mange eksempler på norske bedrifter som har satset bevisst på god formgivning. Blant annet kan det nevnes norsk møbelindustri med sine store eks-

portfremganger, etter målrettet satsning på formgiving fra midten av 1960-årene.

Konkurransen som skaper behov for bedre formgiving på både ferdigvarer og kapitalvarer, fører til behov for industrielle formgivere eller industri-designere. Deres oppgave er, med utgangspunkt i fabrikantenes målsetting, å finne frem til en slik løsning at produktet samtidig blir tiltalende, hensiktsmessig og produksjonsvennlig. Utformingen er med andre ord resultat av avveining mellom hensyn til produktets ønskede estetiske virkning, dets formålstjenlighet, pris, tilvirkningsprosessen og andre faktorer. I dette ligner industridesigneryrket mest på arkitektens. Designerens oppgaver kan innbefatte alt fra rent kosmetiske forandringer av produktets ytre til komplett utvikling av et nytt produkt. Omfattende estetisk, ergonomisk, teknologisk og industriell kompetanse er en forutsetning for formgiverens virksomhet. Under designprosessen kommer formgiverens estetiske løsning stadig i konflikt med de funksjonelle og tekniske løsningene, og det kreves atskillig kunnskap og erfaring for en vellykket integrasjon av alle disse løsninger.

Formgivere arbeider aldri i estetisk vakuum; de forholder seg til de rådende estetiske normer og filosofier. Den desidert mest innflytelsesrike av disse har på 1900-tallet vært funksjonalismen. I tråd med dens hovedparole *form følger funksjon*, var funksjonalismen basert på den tro at funksjonelle og estetiske løsninger egentlig var sammenfallende, og at formgiveren følgelig kunne arbeide uavhengig av brukernes individuelle smakspreferanser, mote og kommersielle mekanismer. Modernistiske arkitekter og formgivere var opptatt av tanken på å frembringe den moderne tidens «eget stiluttrykk», og ettersom de mente tiden var dominert av maskinen, ble «maskinestetikken» utropt til tidens naturlige estetikk. Man unngikk bruk av ornamentale dekorasjoner og referanser til tidligere stilarter.

Det sofistiskert nakne formspråk som funksjonalistene hadde utviklet, var allikevel ikke resultat av at former fulgte funksjoner; det var basert på funksjonalistenes estetiske forkjærlighet for ingeniørenes tekniske former og, fremfor alt, på den post-kubistiske abstrakte kunsten. Dette nye formspråket, som begynte å gjøre seg gjeldende i arkitektur og formgivning allerede i 1920-årene, ble av funksjonalistene fremstilt som vår tids eneste ekte stiluttrykk, og etter den annen verdenskrig ble det så godt som enerådende i den vestlige verdens arkitektur. I løpet av 1960- og særlig 1970-årene mistet det imidlertid sin tidligere status som eneste «riktige» formspråk og kom til å bli betraktet som én stilistisk mulighet blant flere. Siden den tid tales det i arkitektur om en post-modernistisk, dvs. post-funksjonalistisk utvikling, som karakteriseres av stilpluralisme, med bl.a. ny interesse for og bruk av klassisistisk formspråk og ornamentikk. Til denne stilpluralismen hører tydeligvis også ny-modernistiske strømninger som dekonstruktivisme, som er kritiske mot post-modernismens arkitekturfilosofi.

I industridesign har derimot kritikken av funksjonalismen ikke ført til noen spesiell interesse for historiske stilarter. Særlig i *hard design*, dvs. i kategorien av de teknisk mer krevende kapitalvarer og profesjonelle produkttyper, er den funksjonalistiske stiltradisjon fremdeles enerådende. Dette tyder på at det abstrakte funksjonalistiske formspråket er blitt allment godtatt som en passende påkledning for de aller fleste nye maskiner, apparater, instrumenter og utstyr, med andre ord for alt som utfører nyttig arbeid og samtidig skal se akseptabelt og moderne ut. Når det derimot gjelder tradisjonelle gjenstander for hjemmeinnredning fra bestikk til møblement – som oppfattes som personlige og nære ting – har former med hentydninger til historiske stilperioder stadig vært populære. Det var kanskje mest i de nordiske land at funksjonalis-

men i hjemmeinnredning fikk gjennomslagskraft: 1950- og 1960-årenes stilistiske bølge av såkalt *Scandinavian Design* viser det.

Det har like fullt skjedd mye nytt på formgivningsområdet. Forskjellige designgrupper i Europa og USA satte i 1960- og 1970-årene spørsmålsteget ved praktisk talt alle sider ved funksjonalismen – fra dens rolle i kapitalistisk produksjon og dens dyrkelse av teknologi, til dens designmetode. Amerikansk økologisk og pasifistisk bevegelse, pop-design i England, italiensk antidesignbevegelse og andre grupperinger brakte nytt alvor, men også humor, ironi og fantasi inn i formgivningen. De eksperimenterte med individuelle formspråk, og fokuserte på formenes symbolske betydning. De la vekten på alt det man følte den funksjonalistiske stilperioden hadde utelatt. Alt dette brakte nytt liv i designens formspråk og ble ført videre i begynnelsen av 1980-årene av bl.a. to italienske designgrupper, *Alchymia* og i særdeleshet av *Memphis*, oftest betegnet som postmoderne. Den siste gruppens lekfulle og provoserende fornyelse, særlig innen hjemmeinnredning, påvirket norsk formgivningsmiljø etter en Memphis-utstilling i Galleri F 15 i Moss i 1984. Norsk industridesign har vært åpen for påvirkninger utenfra, men som helhet har den ikke mistet sin forankring i en tradisjon av skandinavisk saklighet. Dette viser også de internasjonalt kjente norske produkter som Jordans tannbørster, Balans-stoler, Helly-Hansens arbeidstøy og Tomras returemballasjeautomater.

Når det gjelder nyere designteorier, er den såkalte produktsemantikken i 1990-årene blitt en del av de skandinaviske designskolenes pensum. Denne formgivningsfilosofien ble lansert tidlig i 1980-årene i USA av tysk-amerikanske designere og fikk senere vind i seilene bl.a. takket være to store internasjonale produktsemantikk-konferanser i Helsinki i 1989 og 1991. Produktsemantikken ser på formgivning som meningsbærende, brukerrettet kommunikasjon, ikke bare som formuttrykk slik det var tilfellet under modernisme-perioden. *JaMi*