

מבוא

בתרבות העכשווית האדם מוקף באין ספור מוצרי צריכה מעוצבים, המתקפים ללא הרף את חושיו ומבקשים לפתותו. תאוריות רבות דנות בהקשרים התרבותיים והחברתיים של הצריכה, ובכללן תאוריות פרי המפנה התרבותי, כגון: תאוריות סטרוקטורליסטיות, פוסט-סטרוקטורליסטיות, תאוריות מרקסיסטיות ונאו-מרקסיסטיות מבית מדרשה של אסכולת פרנקפורט. תאוריות אלה מתייחסות לתרבות הצריכה ולאובייקטים של הצריכה,¹ והן עוסקות ברובן באינטראקציה המעמדית והמגדרית של הסחורה, ביחסי הגומלין שלה בתרבות ובמעמדה של הסחורה כמכשיר של דיכוי ושליטה בידי בעלי הון. אך נראה כי הקשר אחד נותר מחוץ לדיון ולא זכה להתייחסות תאורטית מעמיקה עד לאחרונה: האסתטיקה של מוצרי הצריכה. נושא זה נעדר מן הדיונים הפילוסופיים בסוגיית האסתטיקה זה כמאתיים וחמישים שנה.² הדיון באסתטיקה של מוצרי הצריכה איננו אפוא בגדר מובן מאליו. ויש לכך שתי סיבות. האחת נעוצה בחשדנות המתמשכת של הפילוסופיה במהלך המאה ה-20 כלפי האסתטיקה כתחום חקירה פילוסופית. בשליש האחרון של המאה ה-20 ניסו פילוסופים מרכזיים "לחסל" את תחום האסתטיקה³ ולהצהיר כי הוא איננו רלוונטי עוד. האמן בארנט ניומן

1 ראו: פרסונס וקרלסון, 2012, עמ' 33.

2 שם, עמ' 32.

3 המאמץ המרכזי במהלך זה הגיע בעיקר מכיוונה של הפילוסופיה האנליטית. ראו: דאנטו, 2006, עמ' ix-xx, 2-15; לורנד, 2007, עמ' 36-46. לדיונים נוספים הקשורים לניסיון לבטל את האסתטיקה ראו: קארול, 2002; הנ"ל, 2000, עמ' 174-180; דיקי, 1974, פרק 1; הנ"ל, 1984; צמח, 1970, עמ' 123.

(Newman) טבע בתחילת שנות ה-50 של המאה ה-20 את האמרה הממצה ביותר את היחס המזלזל לאסתטיקה מצד אמנים ופילוסופים של האמנות: "אסתטיקה עבור האמנות היא כמו אורניטולוגיה [חקר הציפורים] עבור הציפורים".⁴

הסיבה השנייה נעוצה בנטייה של שדה האסתטיקה המחקרית להתמקד כמעט לחלוטין ביצירות אמנות ובטבע. האסתטיקה של מוצרים המשמשים בחיי היום-יום, כלומר מוצרי צריכה מעוצבים, לא נתפסה כמושא מחקר לגיטימי. העיסוק של שדה האסתטיקה המחקרית ביצירות אמנות ובטבע בלבד התעצם בין היתר בעקבות החיץ שנוצר בין מה שמכונה "אמנות גבוהה" לבין אומנות (קראפט) ועיצוב. להפרדה זו הייתה השפעה בולמת גדולה על היכולת לבנות תאוריה לחקר האסתטיקה של תחום העיצוב, והיא מהדהדת גם בתאוריות העכשוויות ביותר בתחום האסתטיקה המחקרית.

ועם זאת מאז אמצע העשור הראשון של המאה ה-21 החל להתבסס דיון פילוסופי המבקש לנתח את תופעת העיצוב והמוצר המעוצב במסגרת מחקר האסתטיקה. דיון זה עדיין אינו משתווה בהיקפו לדיון בתאוריה של האסתטיקה של יצירות האמנות, אבל הוא הולך וצובר תאוצה. גם בדיונים אלה ניכרת השפעתה של ההפרדה בין אמנות גבוהה לבין אומנות ועיצוב, וזו באה לידי ביטוי גם בניסיון לייחד את החוויה האסתטית והשיפוט האסתטי של האובייקט המעוצב ולהבדילם מאלה של יצירת האמנות. שני ספרים חשובים בתחום זה ראו אור בשנים האחרונות: "יופי שימושי" (*Functional Beauty*)⁵ מאת גלן פרסונס ואלן קרלסון (Parsons & Carlson) ו"האסתטיקה של העיצוב" (*The Aesthetics of Design*) מאת ג'יין פורסי (Forsey).⁶

ספרה של פורסי הוא ניסיון חשוב ראשון לבנות תאוריה פילוסופית מקיפה וסדורה בנושא האסתטיקה של האובייקט המעוצב. הספר יסודי כל כך עד שלהערכתו לא ניתן לכתוב כיום על תחום זה בלי להתייחס אליו. פורסי פורסת משנה פילוסופית הדוקה לאפיון העיצוב והאובייקטים

4 ובלשונו: "Aesthetics is for art what ornithology is for the birds". ראו: דאנטו, 2006, עמ' 1.
5 ראו: פרסונס וקרלסון, 2012.
6 ראו: פורסי, 2013.

העיצוביים המצייתת לגישות המרכזיות של שדה האסתטיקה המחקרית, והיא עושה זאת באופן מרשים. תאוריית האסתטיקה שלה מסתמכת ברובה על משנתו של עמנואל קאנט, ובעיקר על סעיף 16 בביקורת כוח השיפוט העוסק ביופי נלווה, ועל כך ארחיב את הדיון בהמשך. היא מגדירה, לשיטתה, את האובייקט המעוצב כשימושי, כאימננטי, כמיוצר לצריכה המונית וכאילם. הפעילות שביסוד עבודה מעוצבת יכולה להיות יצירתית, ספונטנית, מדויקת, רציונלית, ולעתים קרובות היא תוצר של שיתוף פעולה. התוצר של תהליך העיצוב הוא אובייקט פונקציונלי-אינטנציונלי המאובחן ככזה, והוא מקורי או אינדיבידואלי על בסיס התכונות הנראות והפורמליות שלו.⁷

פורסי מבקשת להגדיר את האובייקט המעוצב במסגרת שדה האסתטיקה, תוך הבחנתו הברורה מיצירות אמנות ומעבודות אומנות (קראפט).⁸ גישתה של פורסי, המחדדת את ההבחנות המבדילות את שדה העיצוב מתחום האמנות והאומנות, תורמת להרחבת השיח של שדה האסתטיקה המחקרית מעבר לגבולות הדיון ביצירות אמנות. המגמה המסתמנת בספרה היא הניסיון לעגן את תחום העיצוב במסגרת פילוסופית חמורה, כזו שאינה פורצת את גבולות שדה האסתטיקה המחקרית כפי שהתמסדה סביב התאוריה האסתטית של קאנט. אבל נראה שפורסי שבויה עדיין בתפיסה המקובלת המפרידה בין אמנות גבוהה לבין אומנות. בסופו של דבר, האובייקט המעוצב שהיא עוסקת בו דומה ואולי אף זהה בהגדרתו ליצירת אמנות. בספרי זה אעסוק בהרחבה בטיעונים המרכזיים של פורסי, ואבדוק לעומק את הבעייתיות של המסקנות הנובעות מטיעוניה.

פורסי נטלה על עצמה משימה נוספת, והיא לעגן את האובייקט המעוצב במסגרת התרבותית היום-יומית. גם שם הצלחתה מוטלת בספק. התיאור הדקדקני של האובייקט המעוצב בהיבט פילוסופי טהור אינו מבחין בין אובייקט מעוצב לבין מוצר צריכה מעוצב, והרי זו הבחנה בסיסית וחשובה. ניתוחה מייתר במידה רבה את ההקשר התרבותי שאובייקטים מעוצבים "חיים" בתוכו. פורסי מתעלמת כמעט לגמרי ממהותו של האובייקט המעוצב כאיבר אינטגרלי בתרבות הצריכה –

7 שם, עמ' 68-69.

8 שם, עמ' 36-37.

כתוצר של חיקוי, של המרת חומרים ושל ביקושים. כמו במחקרים רבים אחרים בתחום האסתטיקה,⁹ גם בדיון של פורסי מהדהד ההיעדר הגדול – הבידוד מן ההקשר התרבותי. פורסי חוקרת את החפץ המעוצב במעבדה של מושגים קאנטיאניים. היא מציגה אובייקט ריק מהיבטים אתיים וזר לתרבות הצריכה שהוא מתקיים בתוכה. מחקרה מדגיש את ההיבט האסתטי של האובייקט המעוצב כפועל יוצא של מילוי תכליתו השימושית עבור היחיד. נראה שהתאוריה האסתטית הנאורקאנטיאנית שפורסי דבקה בה מתקשה להכיל תופעות של תרבות.

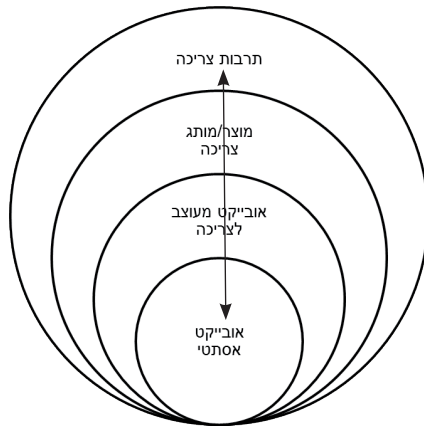
אין ספק שדיון המבוסס על בידוד האובייקט המעוצב מהקשריו התרבותיים הרחבים מאפשר חקירה פילוסופית נקייה יותר, הרמטית ונאמנה לאסתטיקה הקאנטיאנית. אבל משהו חשוב אובד בדרך. האם ניתן לומר על אובייקטים מעוצבים שהם אילמים? איך אובייקטים אילמים, נטולי תוכן, מתקשרים לאפנה? איך אובייקטים שהם פונקציונליים בעיקרם, לפי תפיסתה של פורסי, נטענים במשמעויות דרמטיות של סמלי נעורים, נצחיות והחיים הטובים? האם נכון "לנתק" את האובייקט העיצובי משלל הקשריו האתיים, מהיותו חלק ממערך סימבולי עשיר, ולבחון אותו במעבדת המחקר הקאנטיאנית האסתטית-פילוסופית, הנקייה ככל האפשר מרבב תרבותי?

חקר המוצר המעוצב

הגישה לחקר העיצוב שאבקש להציג כאן מעמידה במרכז החקירה את מוצר הצריכה המעוצב ולא את האובייקט המעוצב.

כפי שמציג התרשים המופיע בעמוד הבא, מחקר זה רואה באובייקט האסתטי איבר אחד במערך המורכב של מוצר הצריכה המעוצב. לצורך החקירה האנליטית אפשר להציג את האובייקט המעוצב עטוף במעגלים תפקודיים במסגרת התרבות, שמשפיעים השפעה מכרעת על השיפוט האסתטי שלו. זהו חפץ עטוף שכבות של ידע תרבותי, ידע טכני והתניות

9 יוצאת מן הכלל בכתיבה תאורטית המעוגנת בתוך התרבות היא אסכולת "Everyday Aesthetics and Design". לקריאה מרחיבה בנושא זה ראו: סאיטו, 2007; שרי, 2008.



אתיות, ושכבות אלו מטעינות אותו במשמעויות חדשות ומשנות את תפקודו ואת טבעו.

לדוגמה, מכנסי ג'ינס של מותג מסוים (ליווייס או דיזל, למשל) נחווים כ'פנים', בין היתר בשל הביקושים הגדולים שהם מייצרים. יופיים נובע במידה רבה מהקשר האסוציאטיבי שלהם למושגים כמו "הצלחה", "נעורים", "כוח". "יופיים" נובע גם מכך שהם מציתים את הדמיון של אלה הלובשים אותם ומעניקים להם תחושה שהם נוטלים חלק באותה "הצלחה", או שהם "צעירים" ו"נכונים" מבחינה חברתית. כידוע, מכנסי ליווייס או דיזל או כל מותג אחר מיוצרים במתפרות שרחוקות מאוד מן האסוציאציות "הנכונות" שמעורר המותג. מוצר הצריכה המעוצב, במקרה של מכנסי הג'ינס, הוא תוצר של מערכים והקשרים תרבותיים, המבנים אותו כאובייקט אסתטי הזוכה להערכה חיובית ונחווה כ'פה'. לא ניתן להפריד את האובייקט שנועד לשימוש מעיצובו, ובהיותו אובייקט מעוצב, לא ניתן להפרידו מייעודו כמוצר צריכה. כמוצר צריכה מעוצב, במקרים רבים משמעותו מתרחבת כשהוא מתפקד כמותג. בסופו של דבר, כל מוצר צריכה מעוצב מתפקד מטבעו בכל רגע ובמסגרת תרבות של צריכה. מאכן שדיון אנליטי אסתטי במוצר צריכה מעוצב צריך להביא בחשבון את כל המרכיבים הבאים: אובייקט אסתטי, עיצוב, מוצר, מותג, תרבות צריכה. לאחר בירור מעמיק של המרכיבים הללו יש לבצע סינתזה, שתגדיר את אופיו של מוצר (מותג) צריכה מעוצב במסגרת תרבות של צריכה.

גישה זו מנוגדת לגישתה של פורסי, הרואה את הפונקציונליות של האובייקט המעוצב כתכליתו. לפי פורסי, האובייקט המעוצב קיים לשימוש של האדם, ומכאן גם נובע יופיו – מתוך התואם (fitness) בין תכליתו של האובייקט המעוצב לבין היותו טוב מסוגו. זהו קריטריון מרכזי עבור פורסי בתיאור ההיבטים האסתטיים של האובייקט המעוצב. המטוס נועד לטיסה, הנעל ננעלת, ועל הכיסא המשרדי יושבים, טוענת פורסי.¹⁰ אבל כל אישה יודעת, שרבות מהנעליים שהיא קונה אינן משרתות את תכלית הנעילה, ולא כולן הן הטובות מסוגן לתכלית זו. יש נעליים שאינן נוחות, הפוצעות את הרגליים, מעייפות את הגב וכל תכליתן אינה באה לשרת את ההליכה, אלא יש להן תכלית אחרת לגמרי. הנעליים מיועדות לרוב להיות מכירות, אופנתיות (ועוד ארחיב את הדיון על מושג זה בהמשך). עליהן לשרת מושגים של "נשיות", ולא פעם גם לפתות. הראייה של הפונקציונליות של הנעליים, כאובייקט שאמור להינעל, היא ראייה צרה שאינה כוללת את ההיבטים התרבותיים והאתיים-האסתטיים הטבועים באובייקט המעוצב. ההיסטוריה של תרבות הצריכה מצביעה על כיוון, שפורסי וחוקרים אחרים אינם ערים לו כלל, והוא החיבור – ואולי נכון יותר לומר ההיתוך – בין אובייקט מעוצב למוצר צריכה. את נקודות ההיתוך בין אובייקט אסתטי מעוצב לבין מוצר במסגרת תרבות של צריכה אפשר לאתר בתהליכים ההיסטוריים של התפתחות תרבות הצריכה, שראשיתם באנגליה של המאה ה-18. במרכז תהליכי הצריכה שהתפתחו באותה תקופה עמדו אובייקטים מעוצבים של סחר חליפין בעלי תכלית שימושית, שמטרתם הייתה לייצר ביקושים על מנת להפיק רווחים מצד אחד ולמלא סיפוקים מצד אחר. ההגדרה של מוצר הצריכה המעוצב התפתחה באותה תקופה, והשפעתם של תהליכי הצריכה במאה ה-18 היתה דרמטית עד כדי כך, שהם ממשיכים לעצב את תרבות הצריכה עד היום.

תהליכים ההיסטוריים של התפתחות תרבות הצריכה חשובים להיבט הפילוסופי של אפיון מוצר הצריכה המעוצב, מכיוון שבהם באה לידי ביטוי תופעת החיקוי (imitation), שהיא אפיון אסתטי ייחודי למוצרי צריכה מעוצבים (להבדיל מחיקוי כמובן של מימזיס אמנותי). הוגים רבים ברחבי הממלכה הבריטית עסקו בתופעה זו במהלך המאה ה-18 בהקשר של מוצרי צריכה, ביניהם אדם סמית (Smith) וג'ושוע ריינולדס (Reinolds). מסיבות

שונות, שיפורטו בהמשך, החיקוי כאפיון אסתטי נעלם עם השנים מהדיון במוצר הצריכה המעוצב, אבל תופעת החיקוי, שהייתה ליבת הפעילות של תעשיית הצריכה והעיצוב במאה ה-18, ממשיכה להיות דומיננטית וחשובה לדיון במוצר הצריכה המעוצב גם כיום.

בספר זה אנסה לבחון לעומק את החיקוי כגורם דומיננטי באסתטיקה של מוצרי צריכה מעוצבים, וכאחת מנקודות ההיתוך בין אובייקט מעוצב למוצר צריכה. בחינה זו תצביע על החיקוי כגורם הנאה הנובעת מן היופי המצוי בתהליך החיקוי. יופי זה מתגלה במסגרת השיפוטים האסתטיים שאנו מפעילים על מוצרי צריכה מעוצבים, שהם חפצים שעברו תהליך הכולל המרה של חומר וידע, תוך יצירת תואם וחדשנות העונים על פונקציונליות האובייקט.

חקירה אסתטית במסגרת פוסט-מודרנית

כפי שצינתי בפתח המבוא, אפשר לחקור את אפיונו האסתטי והתנהלותו של מוצר הצריכה המעוצב גם באמצעות תאוריות פילוסופיות וסוציולוגיות שונות במסגרת הכללית של המפנה התרבותי. תחום הצריכה וחקר המוצרים זוכה לתשומת לב רבה בתאוריות הביקורתיות והפוסט-סטרקטורליסטיות ובשדה המחקר של התרבות החזותית – שדה מחקר צעיר הנגזר מלימודי התרבות (Cultural Studies).¹¹ החוקרים בתחום התרבות החזותית משלבים בהגותם תאוריות פוסט-מודרניות, פוסט-סטרקטורליסטיות ונאו-מרקסיסטיות, אבל השימוש בתאוריות אלה מעלה קשיים רבים בכל הנוגע לתיאורים אסתטיים. המונח "אסתטיקה" בתאוריות אלה מלווה במקרים רבים בנימה ביקורתית שלילית או בחשד מסוים. בסופו של דבר, מונח זה נותר מעורפל ואניגמטי, ובשל עמימותו אפשר לעשות בו שימוש גמיש בהתאם להשקפות עולם שונות.¹²

על פי רוב, נקודת המוצא של שדה התרבות החזותית בזיקה לאובייקטים מעוצבים היא מוגדרת מאוד: הניסיון לבדוק את יחסי הכוח, שבתוכם מתפקדים מוצרי הצריכה והדימויים הצרכניים. לפי התפיסה הרווחת בשדה

11 ראו: דיקוביטסקאיה, 2005, פרק המבוא; רוגוף, 2002, עמ' 24; פוסטר, 1990, עמ' xv-ix; האריס, 2002, עמ' 35; אוסבורן, 2000, עמ' 7-8.

12 לביקורת על השימוש במונח "אסתטיקה" בעת ויכוחים אידאולוגיים ראו: שוסטרמן, 1986, עמ' 319-321.

זה, העולם הוא זירה של מאבקי כוח שונים – בין בעלי הון לבין חסרי הון, בין המרכז ההגמוני לבין השוליים, בין הנורמטיבי לבין הבזוי, ועוד.¹³ הדיון באמצעות תאוריות אלה אינו מחייב עיסוק ישיר במושא המחקר, אלא נוגע יותר לתהליכים חברתיים-תרבותיים המתרחשים סביבו, בהיותו גורם המשרת צד מסוים במאבקי הכוח, או איבר אחד בתוך מערכת גדולה יותר המשפיעה על תפקודו ועל אופיו. בסופו של דבר, תיאור האובייקט כשלעצמו נזנח ברוב המקרים.¹⁴ זו אחת הסיבות לכך ששדה האסתטיקה המחקרית חשדן כלפי תאוריות פילוסופיות הנקשרות במפנה התרבותי ופתוח יותר לתאוריות פילוסופיות נאו-קאנטיאניות, פרגמטיות ואנליטיות. רוב המחקרים האסתטיים אינם עוסקים אפוא בהשפעתו של ההקשר התרבותי על החוויה האסתטית והשיפוט האסתטי, אלא בתכונות האובייקט, בטבעו, או לחלופין בחוויה שהאובייקט מעורר כתוצאה ממנגנונים סובייקטיביים של הצופה. ההקשרים התרבותיים הרחבים, שממוקם בהם מוצר הצריכה המעוצב, באים פחות לידי ביטוי בחקר האסתטיקה, כפי שהדבר ניכר במחקרה של פורסי. לפיכך החקירה של מוצר הצריכה המעוצב בהקשרו הרחב והשפעתו של מוצר זה על שיפוטיו היופי והשיפוטים האסתטיים שלנו צריכה לנוע בתוך המתודה האסתטית המחקרית, אך ללא הכבלים המצמיתים של המעבדה הנאו-קאנטיאנית, שיש לה השפעה דרמטית כל כך על חקר האסתטיקה עד כה. כמו כן, ההקשר התרבותי כתופעה המשפיעה על האסתטיקה של האובייקט או אף מייצרת אותו צריך להיבחן לעומק דווקא בכלים אנליטיים אסתטיים.

13 האסכולה הסטרוקטורליסטית והאסכולה הפוסט-סטרוקטורליסטית מנתחות את החברה והתרבות לפי יחסי כוח. נציגייהן המרכזיים הם ההוגים הצרפתים מישל פוקו, רולאן בארת וז'אק דרידה. ראו: מילס, 2005, בעיקר פרקים 2, 3; פוקו, 1972; הנ"ל, 2003; בארת, 2004; גופמן, 2006.

14 תיאודור אדורנו ומקס הורקהיימר, הוגי אסכולת פרגפורט, דנים בהרחבה בתופעה זו. השניים מתייחסים לאובייקטים שונים של תרבות הצריכה ואמנות ההמונים, כגון השימוש השדוף בחיקוי זול של מוזיקת ג'ז, יישום זול של מוזיקה קלאסית בסרטי קולנוע, או סירוס משמעותו של רומן קלסי בעיבודו הקולנועי: "[...] יצרני תעשיית התרבות יכולים לסמוך על כך שאף במצב של פיזור נפש מוצריהם ייבלעו בערנות. כי כל מוצר ומוצר הוא דגם של מכונת הענק הכלכלית, שתמיד פירנס את ההמונים בעבודה ובנופש". ראו: אדורנו והורקהיימר, 1993, עמ' 164, והרחבה בנושא זה בעמ' 158-170 שם.

הבחינה האנליטית של השפעת ההקשר התרבותי, שתיעשה להלן בפרק 6, היא מבחינתי הכרח מייגע, אבל יש לו חשיבות בניסיון לקשור בין חקירה במתודה האסתטית לבין המוצר המעוצב ומקומו במסגרת תרבות הצריכה. לסיכום, כדי לחקור את מוצר הצריכה המעוצב אקלף בספר זה שכבה אחר שכבה את מרכיבי מוצר הצריכה המעוצב (כפי שהוצג בתרשים שלעיל) ואתח אתם, בניסיון להציע לו הגדרה אחת כוללת תוך אפיונו האסתטי. תפיסת הקליפות מדמה את מוצר הצריכה המעוצב לבצל: קילוף הקליפות מוביל לבסוף לריק, אך מכלול הקליפות יוצר את הבצל. כך הוא הדבר גם לגבי המוצר המעוצב. מכלול הקליפות והאינטראקציה התמידית ביניהן מהווים את מה שאני מכנה: מוצר צריכה מעוצב. מכאן שהמחקר לא יסתפק בבחינת האובייקט האסתטי או בבחינת משמעותו של האובייקט המעוצב, אלא יחתור להגדרה של מכלול השכבות המגדירות את טבעו של המוצר המעוצב במסגרת תרבות של צריכה. כאמור, לשם גיבושה של תאוריית אסתטיקה בתחום הצריכה, יש לבדוק מחדש את טיבם של כלים מרכזיים של שדה המחקר האסתטי, המותאמים לדיון ביצירות אמנות ובטבע, ולהתאים אותם לתחום הצריכה ולתפיסות אסתטיות המתחשבות בהקשר התרבותי של האובייקט האסתטי. נוסף על הניסיון לאפיין את מוצר הצריכה במסגרת תפקודיו האסתטיים, ייבחנו בספר גם מרכיבים מרכזיים של מוצרי צריכה, ובכללם יופי אתי-אסתטי ומניפולציה, וכן האופן שבו הם מגיבים לתרבות ולשדה האסתטיקה. בסופו של דבר תוצע כאן מסגרת תאורטית חדשה – "אסתטיקה של תרבות", המסתמכת על הכלים המרכזיים של שדה המחקר האסתטי תוך שילובם בהקשר התרבותי של מוצרי הצריכה.

כאמור, חקירה פילוסופית חמורה, נטולת התייחסות רצינית לתרבות ולהיבטים בסוציולוגיה של התרבות, אין בכוחה להבין את המשמעות של המונח "מוצר צריכה מעוצב". לאורך הספר, החקירה הפילוסופית של מוצר הצריכה המעוצב תהיה שזורה אפוא באלמנטים של חקר התרבות, של ההיסטוריה של תרבות הצריכה ושל הסוציולוגיה של התרבות בזיקה לעיצוב ולאמנות. הדיון שאציע בספר זה מתרחק במכוון מחקירה פילוסופית אסתטית חמורה בנוסח הנאו-קאנטיאני, המאפיינת את ג'יין פורסי וכותבים אחרים בתחום האסתטיקה. הוא גם אינו נצמד בלעדית לז'אנר תאורטי זה או אחר. כל דרך אחרת, לדעתי, תחטא להגדרה הפילוסופית האסתטית של מוצר הצריכה המעוצב.