



INTERJÚ

„Vajon ki tudjuk-e terjeszteni a tárgyak fogalmát a mai digitális világra. Nem terjesztem ki, ezért különböztetem meg a dolgokat a tárgyaktól, amit a szakirodalom „internet of things”, vagyis a dolgok közötti kapcsolatként ír le. De mi az a tárgy? Hajlamos vagyok a háromdimenziós, megfogható, fizikai értelemben definiálható tárgyak csoportján belül megkülönböztetni azt a formai komplexitást, amelynek köszönhetően már archetípusként, ikonikus jelként azonosítunk egy tárgyat...”

Wesselényi-Garay Andor a II. Ipar- és Tervezőművészeti Nemzeti Szalonról rendezett kerekasztal-beszélgetésen

ma
mű

Tárgyak és dolgok

Áthatások címmel rendezett kerekasztal-beszélgetést a Műcsarnok 2022. május 19-én. A II. Ipar- és Tervezőművészeti Nemzeti Szalon kiállítása számos elméleti kérdést vet föl a kortárs tárgyi kultúráról, az iparművészet és a dizájn, a tárgyalkotás és a médiaművészet, a nemzeti és a nemzetközi szintér kapcsolatáról.

A beszélgetés résztvevője volt:

Balogh Eleonóra üvegművész, építészeti üvegdiszajner, műemléki restaurátor

Harmati Hedvig textiltervező, a MOME oktatója

Tóth Fruzsina formatervező mérnök, dizájnmenedzser

Liszka Tamás médiaművész, filmproducer, egyetemi oktató, a Budapest Film Zrt. vezérigazgatója

Vadas József művészettörténész, a METU professzor emeritusa

Wesselényi-Garay Andor építészettheoretikus, egyetemi oktató, az MMA MMKI tudományos főmunkatársa

Falusi Márton, a *Magyar Művészet* főszerkesztője vezette a beszélgetést.*

Falusi Márton (F. M.): Engedjék meg, hogy egy rövid idézettel kezdjem, amely Szilágyi B. András kurátori bevezetőjéből származik, és lényegre törően foglalja össze mindazt, amiről beszélni fogunk. „A jelenleg zajló újabb ipari forradalom nagyon hasonló helyzetet teremt, mint amilyenben az első ipari forradalom idején, az 1860-as években William Morris és társai voltak. Látjuk, hogy a körülöttünk lévő világ radikálisan változik, sokszor kegyetlenül és igazságtalanul tipor át az embereken és a múlton, elidegenítő, riasztó struktúrákat teremt, disztópikus félelmeket hoz elő, és a két végponton – szintén a modern korhoz hasonlóan – a természetbe vágyó romantikusok és a technológia vezérelte világba tekintő utópisták csoportjai gyülekeznek.” Fekete György ismert könyvének címe: *Tárgyak természetrajza*. A II. Ipar- és Tervezőművészeti Nemzeti Szalon kiállítási anyagát elemezve meghatározható-e még, hogy mi az a tárgy? A digitalizáció, a virtualitás, a hiperrealitás világában élünk. Tudunk-e még bármit is kezdeni az ötven, hatvan, hetven évvel ezelőtti tárgyfogalommal?

Tóth Fruzsina (T. F.): Ez abból a szempontból is érdekes kérdés, hogy társas funkciót kapcsolunk-e a fogalomhoz,

vagyis el kell-e látnia a tárgynak valamely funkciót. Hiszen ma már vannak olyan tárgyak, amelyek digitális felület vagy digitális segítség nélkül nem tudnak megfelelni a feladatuknak. A telefonunk fizikailag megfogható tárgy, de ha kivesszük mögüle a digitalizációt, akkor csupán egy téglatest, amelynek – azon kívül, hogy esetleg letesszük papírnehezéknek – nem sok funkciója lehet. Másrészt vannak olyan funkciók, amelyeknek ma már nincsen fizikailag megfogható objektuma, és mégis segítik az ember életét. Mindennek van természetes evolúciója, a tárgy és a tárgyértelmezés evolúciója, hogy újabb dimenziót kapcsolunk hozzá. Ma már ez jól érthető a digitalizáció miatt, hiszen nélküle nehéz elképzelni az életünket.

Balogh Eleonóra (B. E.): Azok a tárgyak, amelyeket eddig tárgyként ismertünk és annak is neveztünk, többekévé közöttünk vannak, de körük kibővül új eszközökkel. Mindig újabb tárgyak készülnek, mert minden anyag keresi a maga útjait, megjelenési lehetőségeit, tehát ez az út gyakorlatilag végtelen.

Harmati Hedvig (H. H.): A textil tárgykultúrához köthető tárgyfogalom nem változott, de rengeteg új ismeret kapcsolható hozzá, és tradicionális struktúrái más anyagból, más léptékben egyre több területen jelennek meg. Ami változott, az a kortárs tárgytervezés felelősségvállalása, amely új tervezői attitűdöt kíván, és lehetőségeket is jelent.

Wesselényi-Garay Andor (W-G. A.): Vajon ki tudjuk-e terjeszteni a tárgyak fogalmát a mai digitális világra. Nem terjesztem ki, ezért különböztetem meg a dolgokat a tárgytól, amit a szakirodalom „internet of things”, vagyis a dolgok közötti kapcsolatként ír le. De mi az a tárgy? Hajlamos vagyok a háromdimenziós, megfogható, fizikai értelemben definiálható tárgyak csoportján belül megkülönböztetni azt a formai komplexitást, amelynek köszönhetően már archetípusként, ikonikus jelként azonosítunk egy tárgyat, például azt, amelyet telefonnak hívunk. De az egyre egyszerűsödő üveglap, a mobiltelefon már nem mérhető ahhoz a komplexitáshoz, amit Dreyfuss telefonja jelentett. Tehát az evolúciós folyamatban egyfajta abszolútumot is látok: 1933-ban Dreyfuss tervezése nyomán

* A beszélgetés szövegét Balogh Csaba szerkesztette.

a telefon eléri formai komplexitása csúcsát, és archetípussá, ikonikussá válik. Az idők során technikailag egyre jobb lesz, de formai értelemben degradálódik.

Vadas József (V. J.): Más definíció is megemlíthető: a tárgy az, amit érzékelni és használni lehet. Nehezebb kérdés: mi az iparművészeti tárgy? Fekete György tanulmányaiban és a bevezetőben említett könyvében főleg iparművészeti értelemben vett tárgyakról ír. Ezekhez a látványukon kívül a használatuk is hozzátartozik. Ha a maga nemében a Bell-féle telefon csúcstermék, akkor ez nemcsak a látványát, kinézetét jelenti, hanem azt is, hogy eszközként mennyire jól használható. A digitális kultúra által létrehozott kütyüknek is van egyfajta vizualitása és használata. Ha a funkcionalitás hozzátartozik a tárgy teljes értelemben vett esztétikájához, akkor a digitális kultúrában is beszélhetünk tárgyakról és iparművészeti vagy dizájnproduktumokról.

Liszka Tamás (L. T.): Az animáció nem tárgy, hiszen semmire nem lehet használni a filmet. Az elnevezés is ikonikus: továbbra is filmnek hívjuk, de az eredeti hordozót, médiumot már évtizedek óta nem használjuk a mozikban, hanem mozigépnek álcázott számítógépek vetítenek. Viszont a kultúrának e területén is megmaradt a perforált filmszalag, mint ikon, és a kamera vagy a vetítógép. Számomra ez a tárgyasulás, illetve a tárgy fogalmának kiterjedése húsba vágó kérdés, mert mára felköltözött a felhőbe az a filmes világ, amelynek nagyon is kézzel fogható és jellegzetes tárgykultúrája volt. A filmszínház tárgyai és terei, tehát az aurája szellemi értelemben is nagy válságban van: maga az ethosz kezd megkérdőjeleződni, talán a kis filmes ikon maradt még meg. A legöregebb gépészeink tudnak befűzni harmincöt milliméteres kópiát, a többiek már csak a play gombot nyomják meg. A filmnézés helyszíne, a klasszikus mozi, a tévé az összes többi hordozóval együtt meghaladottá, egyfajta ikonná válik, mert maga a művészi élmény, amellyel mi kereskedünk, még az eddiginél is megfoghatatlanabb lesz.

F. M.: Anélkül, hogy médiaantropológiai okfejtésekbe bonyolódnánk, a tárgyi kultúra mibenlétének nyomvonalán érdemes továbblépnünk. Harmati Hedvig vetette fel a felelősség kérdését. Laikus tárgyfelhasználóként azt érzékelem, hogy egyre kevesebb tárgy vesz körül. Főképp ahhoz viszonyítva, hogy az előző nemzedékeknek milyen típusú tárgyai, eszközei, bútorai voltak. Másfelől egyre többféle tárgy vesz körül, ha ezt a digitális világra is kiterjesztjük. Vajon mennyire tudatos a ma embere a tárgyak vásárlása, felhasználása, igénybevétele és használata szempontjából? Mennyire igaz, hogy a tárgyakat mások állítják elő számunkra, mi pedig vagy meg tudjuk vásárolni, vagy



nem, és ezzel a választás lehetősége leszűkül? Felelősen és tudatosan cselekszünk-e ilyenkor? Szükséges-e edukálni ezen a téren a vásárlókat?

H. H.: A textiltervezés területei is jelentős átalakuláson mentek végig az elmúlt időszakban. Egyes területei, például a globális kereskedelmi struktúrák gazdaságélénkítő hatásai által generált látványos expanzió, azonban számos társadalmi és ökológiai kérdést is felvetnek. A textiliparnak és a folyamatokat, trendeket irányító textildizájnnek a globális fenntarthatóságban vállalt felelőssége rendkívüli mértékben megnőtt az utóbbi évtizedekben, ami számunkra azt diktálja, hogy az egyetemi textiltervező képzés kiemelt kulcselemének kell lennie a megfelelő szemléletmód kialakítása.

T. F.: Mi ipari formatervezéssel foglalkozunk. Ennek elsődleges célja, hogy olyan digitális és fizikai tárgyak jöjjenek létre, amelyek felhasználói igényeket elégítenek ki. E területen minden tervezőnek az az álma, hogy minél több ember problémáján segítsen. Ehhez nagyon jó eszköz a tömegtermelés és a nemzeteken, kultúrákon átívelő globalizáció. Ugyanakkor a tervező felelőssége, hogy ne károsítsa a környezetet, és megpróbáljon olyan megoldásokat nyújtani, amelyek nem erőszakosan innovatívak, hanem a múlt felé is fordulnak, felidézve elődeink eszköztárát. E két szempont szemben áll egymással. Nagyon szerencsések vagyunk, hogy a megoldásaink sok emberhez eljuthatnak, azonban a termelési folyamattal ártunk a környezetnek. Mégis pozitívan kell előretekinteni! Ma már létezik olyan tervezői mozgalom, amely visszafordulást hirdet a lokális megoldásokhoz, keresi a lokális forrásokat, le akarja rövidíteni az ellátási láncokat, mert hiába lesz egy ember otthonában öt tárgy helyett száz, ha levegőt sem tud venni a környezetszennyezés miatt. Ha ki-merítjük a környezeti erőforrásainkat, és kényszeres fel-

Közös tér |
II. Ipar- és
Tervezőművészeti
Nemzeti Szalon,
Múcsarnok,
Budapest, 2022
Fotó:
Nyirkos Zsófia

halmozásra, állandó tárgycsere neveljük a felhasználót, akkor a tervezés tárgya, eredménye is nagyon rövid életű lesz, ezt pedig egyik tervező sem szeretné.

L. T.: Visszatérve a tárgyak szerepéhez: abban nagyon határozott és tendenciózus emelkedést látok, hogy a tárgyak milyen mértékben töltenek be médiafelület-szerepet. A tervezett környezetnek, a háznak elsősorban az a funkciója, hogy élni, lakni lehessen bennük. Ennek megvolt a formakultúrája, csak hogy mára egyre inkább hatalmas molinókká, videófelületekké, óriási képernyőké válnak. Ha 360 fokban körülnézek, nagy valószínűséggel valamilyen médiafelület kerül a látóterembe, olyan is, amelynek eredetileg nem ez a funkciója, vagy tárgytörténetileg nem ez volt a funkciója, de a marketing, a médiaipar megtalálta a maga lehetőségét benne. Talán a mai gazdaság logikája diktálja, vagy a fogyasztói attitűdünk vált ilyenné, annyi bizonyos, hogy szinte minden vizuális mozgásban van, üzenetet közvetít, és ezzel médiafelületté válik, akkor is, ha egy műanyag székről, napernyőről vagy villamosmegállóról van szó.

B. E.: Eleink számos, nagyon művesen kialakított tárggyal éltek együtt, mára a funkció lett a fő szempont. A mai tárgytervezés sokszor erősen funkcionális, az embert messzemenően kiszolgáló, sőt elkényelmesítő. Mindez kiegészül azzal a vizuális ingerrel vagy sok esetben vizuális szennyezéssel, amely körülvesz minket. Régen nem így

éltek az emberek, még száz évvel ezelőtt is viszonylag békésen teltek az esték, gyertyafénynél, minimális világításnál, kevés vizuális ingerrel, és bizonyára többet beszélgettek. Ez mára teljesen átforgalmódott. Magam az újrahasznosíthatóságot képviselem, és az üvegszakmán belül nagyon komoly törekvések vannak a művészi szintű újrahasznosításra. Sőt, az egyetlen, síküveget gyártó nagy világscég, a Saint-Gobain megkezdte az első lépést a karbonsemleges gyártás irányába.

W-G. A.: Sok kacatunk van, mégis többfajta tárgya volt a régiaknak, mert ritualizáltabb volt az élet, az étkezés, az öltözködés. Egész eszközrendszerünk arra predesztinál bennünket, hogy minél többet dolgozzunk egy teljesen független, személytelen helyen, a munkahelyünkön. A tagoltabb egyéni és közösségi idő, a ritualizáltabb élet megteremti a maga tárgykultúráját. És kultúrán nem valami magas dologt értünk. Érdekes a klasszikus polgári öltözködést példaként venni: a férfiak leveszik a zakót, visszaveszik a zsakettet, külön zakó van a szmokinghoz, máshogy kell felöltözni a vacsorához, az ebédhez – és az idő efféle tagolása megjelenik a tárgykultúrában is. Ma sokkal egyszerűbbek az ügyeink, de sokkal uniformizáltabban is nézünk ki, mint akár száz évvel ezelőtt.

H. H.: A textilekkel kapcsolatban is elmondható, hogy még arról sem tudjuk hogyan, miből készült, amit napon-ta magunkon viselünk. Nem ismerjük az anyagait, a létre-

A kerekasztal-
beszélgetés
résztevői
(balról jobbra):
Falusi Márton,
Balogh Eleonóra,
Harmati Hedvig,
Wesselényi-
Garay Andor,
Vadas József,
Tóth Fruzsina,
Liszka Tamás
Fotó:
Nyirkos Zsófia



jöttének módját, amely a tulajdonságait is meghatározza. Elődeink, akik maguk készítették textiljeiket, öltözékeiket, másként értékelték, használták ruhatárukat. Megszűnt az érzelmi kötődés, minőségi megmunkálás és alapanyag igénye, amióta nem magunk készítjük a ruháinkat. A többi tárgyhoz való viszonyuknál is hasonló a helyzet: a mai piaci működés felelőtlenebb vásárlóvá tett bennünket, megváltoztatta a tárgyakhoz való viszonyunkat is. Ha felismerjük ennek hatásait, akkor tudatosabb felhasználói magatartással választhatunk, és döntéseinkkel befolyásolhatjuk a kínálatot is.

T. F.: Nagyon szomorú, hogy a magyar eszközkészlet csak szűk réteget ér el. Ugyanis a magyarországi tervező nem tud óriáscégekkel versenyre kelni, mert az a termelési apparátus, amely náluk természetszerűleg megvan, a magyar tervezők számára elérhetetlen. A magyar tárgykészítő ipar többnyire versenyképes árat sem tud kínálni a hazai felhasználóknak. Képtelenül drága a legnépszerűbb mobilmárka, de ha Magyarországon ma elkezdene egy rendkívül tehetséges innovatív csapat okostelefont fejleszteni, végigjárva az egész termelési láncot, akkor a végén még drágább lenne a termékük, mint a multinacionális riválisé. Ugyanis nincsenek olyan eszközeink, apparátusunk, amellyel olcsóbban tudunk fejleszteni és gyártani, mint az óriáscégek. És ez nagyon kritikus pont, mert megkérdőjelezheti a tervező felelősségét: gyakorlatilag fegyvertelenül kell harcolnia a nemzetközi konkurenciával.

F. M.: Ezen a ponton kettéágazik az előttünk álló út. Iparművészet – ez a neve a Szalonnak, és ebben szerepel a művészet szó. A legtöbb mai megközelítésében a médium fogalma vált uralkodóvá. Dizájn, médium, iparművészet, műalkotás – mennyiben azonosak? Ha párhuzamosan élnek egymás mellett a különböző fogalmak – mint az iparművészet és a dizájn –, más lesz a valóságképünk, amikor az egyikről, és más, amikor a másikról beszélünk? Az egyedi alkotások, illetve a sorozatgyártás, a tömegtermelés egyfajta feszültségben áll egymással. Lehet-e művészet a sorozatgyártás, vagy az csak médium? Az iparművészetben benne rejlik az „ipar” kifejezés is. Vajon milyen helyzetben van a hazai ipar, amely a magyar iparművészet mögött áll? A gazdaságossági szempontok bizonyosan szűkítik a mozgásterét.

W-G. A.: A kérdésben szereplő fogalmak felfűzhetők egy evolúciós ívre: művészet, művészi ipar, iparművészet, formatervezés, dizájn. Ez egy műfaj emancipációjának és autonómmá válásának különböző stációit írja le. A magam részéről senkit nem kárhoztatok azért, ha azt gondolja, művészet, amit csinál, és iparművészként határozza meg

önmagát. Az a csodálatos ebben a folyamatban, hogy alkotóként – például filmesként vagy médiadizájnerként – szabadon választhatok ebből a spektrumból. Ami nagyon erősen érezhető, hogy a dizájn olyan korszakművészeti stációra vagy státuszra kezd törni, mint amilyen címet kapott a festészet a XIX. vagy az építészet a XX. században. Tehát a dizájn olyan olvasztótégellyé válik, amely a dolgozat és a tárgyakat ötvözi. De nem kardoskodnék a pándizájnizmus mellett, amely korunkra jellemző.

F. M.: Tehát mindkettő használható és használandó is. A médiaművészet fogalma a kettőt eleve ötvözi.

L. T.: Igen. A médiadizájn szakelméletórán azt szoktam mondani, hogy valójában az összes művészet médiadizájn. Csak az üvegművészetnek, építészetnek, filmnek vagy bármi másnak van saját neve, mert kanonizálódott. Léteznek olyan médiadizájnernek, akik olyan formákban, technikákkal és anyagokkal dolgoznak, amelyek még nem szervesültek, és tevékenységük még nem intézményesült kellőképpen, de előbb-utóbb ezeknek is lesz külön műzsája. Rengeteg mindent lehet tanulni egymás művészeti ágaiából, és egymásra is vagyunk utalva. A zenélő vasaló és az MP3-lejátszóval felszerelt körfűrészes nyomasztó orwelli hatást kelt, ugyanakkor művészeti szempontból nagyon inspiráló lehet, mert azt bizonyítja, olyan területekre is legálisan átléphetünk, ahol egyébként semmi keresnivalónk nincs.

W-G. A.: És az ebben a csodálatos, hogy nagyon sok, kreatív energiától fűtött fiatal számára biztosít belépést. Festő lesz vagy tűzoltó. Korábban nem volt átmenet. Ma millió van.

F. M.: Másik analógiával folytatom. Amikor a kultúrateremtő elterjedt, azt tapasztalták, hogy irodalomtudósok próbálták megfogalmazni a kultúra egészének mibenlétét, és a különféle médiumokról irodalomtörténészek, irodalomtudósok írtak. Mára a kulturális párbeszéd elszakadt az irodalomcentrikusságtól. Kérdés-e még – ami az irodalomtörténetben állandóan fölvetődik –, hogy a nemzeti sajátosság és a nemzetközi szcénák, a nemzetközi trendek követése miként találhat valamiféle közös horizontot? Beszélhetünk-e egyáltalán honi, nemzeti sajátosságokról a mai iparművészetben és dizájnban? Vagy arról van szó, hogy kezdetben valami mindig nemzeti sajátosság, később az egész világon elterjedt és sikeres produktum lesz? Vagy a mai dizájnernek, iparművésznek szükségképpen nemzetközi trendeket kell követnie? Nem feltétlenül azért, mert érvényesülni akar, hanem a mai világállapot, a mai ember technikai elvárásai ilyenek. Abban is a nemzetközi trendek igazítanak el, hogyan kell viszonyulni az anyaghasználathoz?

B. E.: Az üvegművészeti kiállítás egyik részén öt olyan művészt mutatunk be, akik a 70-es években világhírűvé váltak, és meg is hódították a világot. Olyan időszakban, amikor ez szinte lehetetlen volt. A közép-európai régióra nagyon jellemző a Craftjellegű kézművesség. Minden erőnkkel próbáljuk védeni, pedig az utolsó üveggyár a múlt évben eltűnt, és itt maradtunk szinte meglehetősen üveg nélkül, a kicsi manufaktúrákat, apró magáncégeket leszámítva. Az üvegművészeknek az a feladatuk, hogy saját körülményeik között keressék, kutassák az anyagban rejlő lehetőségeket. Amikor ez megvan, az ipari háttér is megszülethet, amely már igényli a tervezést. Talán az segítheti a kézműves szemléletet, hogy nyomában autonóm és személyes karakterű tárgyak szülessenek.

H. H.: A dizájn szerepe a gyökeresen átalakult az elmúlt néhány évtizedben, egyrészt a globális gazdasági, politikai társadalmi változások, másrészt a minden rendszert újraértelmező digitalizációs technikai forradalom révén. Miközben a dizájn kezében levő lehetőségek megsokszorozódtak, ezzel párhuzamosan nemcsak a kompetenciái, de a felelőssége is minden korábbinál nagyobb és szerteágazóbb. A dizájn mára nem csupán foglalkozás, feladat, igényeknek való megfelelés, hanem ennél sokkal komplexebb tevékenység, egyfajta gondolkodásmód, magatartás, amely nem megfelelni igyekszik, hanem keres, kutat, egyre inkább a maga által felvetett kérdésekre fókuszál,

mintsem a primer válaszok megfogalmazására. Egyre inkább összefüggésekben és rendszerekben gondolkodik, miközben elengedetlen, integráns részeként meghatározó az emocionális, intuitív attitűd. Nem felülírja, hanem rohamosan bővíti szerepét. Továbbra is, sőt egyre fontosabb a szerepe a tudományos, gazdasági folyamatok humanizálása területén, míg integratív hatását egyre több területen képes kifejteni, ráadásul ezeket a folyamatokat egyre inkább ösztönző, sőt gyakran kezdeményező pozícióból teszi. Ehhez elengedhetetlenül szükséges az inter-, illetve multidiszciplináris szemlélet, valamint a dizájn kutatás eszközként való alkalmazása.

W-G. A.: A szociális dizájn a 2008-as válság nyomán vált ismertté: a kisebbségek, a periférián élők megsegítésére tett tervezési gesztusok megjelennek a világ nagy múzeumaiban, vagyis ekkor kapott institutionális kereteket. Részben azért, mert fantasztikus képességű tervezők maradnak munka nélkül, és tömegesen jöttek ki jó építészek, jó dizájnerek az egyetemről. Erre a változásra Magyarország nagyon gyorsan reagált. A MOME-val a közép-pontban a divatot, a trendet feltérképező és követő beszélgetések indulnak az új tervezői praxisokról. Lesz hazai magyar dizájn, ha megpróbálunk regionalitásban gondolkodni, és megkeressük a kultúránkra jellemző dolgokat. Például meg lehetne tervezni a világszerte jegyzett, több ezer kilométer hosszú kék túránk jelzéseit, pecségeit, meg-

Közös tér |
II. Ipar- és
Tervezőművészeti
Nemzeti Szalon,
Műcsarnok,
Budapest, 2022
Fotó:
Nyirkos Zsófia



jelenését, dokumentálását, emléktárgyait. Ennek szellemében tervezték meg a hazai borászathoz kapcsolódó fantasztikus épületeket. Rengeteg, csak a magyar régióra jellemző kincsünk van, az ezekhez kapcsolódó új tárgykultúra megtalálása, tervezése, gyártási feltételeinek kialakítása, egyéb folyamatainak megszervezése bőven adna feladatot.

V. J.: Nem vagyok ennyire derűlátó, mert nem érzékelem a magyar gazdaság fogadókészségét. Vártuk a rendszerváltást: végre a piacgazdaság meghozza a dizájnt, az iparművészetet, a kis- és nagyszériát, valamint az egyedi dolgok fellelvőpiacát. De ez nem következett be. Nagyon hosszú folyamat lesz, amíg a magyar iparművészet valóban megtalálja cselekvési terét és ihlető forrását.

T. F.: Ebben a kérdésben én sem vagyok optimista. Ugyanis a tervezők csapdába kerültek: a minket körülvevő tárgyi minimalizmus azért jött létre, mert ebben kevés olyan tényező van, amelyekbe bele lehet kötni. Ezért lehet sokaknak eladni, és az ízlés efféle legyalulása globálisan érzékelhető. Azzal szembesülünk, hogy a kliensek, a felhasználók már ezzel az igényrendszerrel jönnek, mert megszokták a minimalizmus jegyében készült tárgyakat, és ezt a minőséget és formát várják el. Lehet nemzeti szempontból beazonosíthatót csinálni, csak senki nem

fogja megvenni. A közeljövőben a nemzeti lehetőséget jelentő területek – a profit szempontjából – nem fognak olyan szinten felfutni, ami megteremtené a jó tervezők bevonásának feltételeit. Ezért állami megrendelésre van szükség ahhoz, hogy megtervezzük például a kék útvonal infografikáját. Ez a kritikus kettősség: a tárgypiacon a felhasználók legyalult ízlésvilágától vezérelt dizájn vezet, a másik oldalon pedig még nem érzékeljük, hogy az állam érdemi tőkét fektetne abba, hogy felfuttassa a nemzeti területekkel kapcsolatos tervezést. A világ bármely pontján a skandináv dizájn jól azonosítható stílusjegyeket, anyagszerűséget, formákat jelent. Magyarországon, a mi területünkön ezt nem lehet látni, mert nincsenek olyan elemek, amelyek egyértelműen a régióinkhoz kötnék az itt született tárgyakat.

B. E.: A skandináv dizájn mögött óriási ipar áll. A regionális dizájn vagy a kézműves tárgyak esetében az anyagokban kutakodó, nagyon elmélyült, aprólékos, mives és kidolgozott technika képzelhető el. Ezt szemlélteti az üvegkiállítás. Az első teremben láthatók az ipar által vagy az ipar segítségével innovált találmányok. A kortárs üvegtárgyak mögött nincs ipar, de a szakma élni, működni akar, és a semmiből épít várat. Lehet, hogy ez nagyobb inspiráció, mint bármi más.

Közös tér |
II. Ipar- és
Tervezőművészeti
Nemzeti Szalon,
Műcsarnok,
Budapest, 2022
Fotó:
Nyirkos Zsófia





Közös tér |
II. Ipar- és
Tervezőművészeti
Nemzeti Szalon,
Műcsarnok,
Budapest, 2022
Fotó:
Nyirkos Zsófia

F. M.: A magyar animáció világhírű.

L. T.: Valóban. Nálunk is az a helyzet, mint más kelet-európai országokban. A lengyel, a horvát animáció craft-jellege nagyon erősen kezd védjeggyé válni. A kiállításra másfél tucat művet választottunk ki az elmúlt öt évből, és a szakmai konszenzus szerint ez reprezentatív minta. Tanulságos, hogy ezek közül kettő a kézi rajz eredménye. Egy tényező miatt a területünk nem összemérhető a tárgykultúrával, iparművészettel, de a filmszakmának ez kifejezetten jól tesz. Amióta filmtörvény van, a filmipar felfutott, nagy sztárok érkeznek hozzánk, és ez sok pénzt jelent. Mindenki mindenben dolgozik, nagyprodukciókban is, és amit ott megkeres, amilyen technikai tudást elsajátít vagy amilyen kapcsolati tőkére szert tesz, az a prémium kategóriás, craftjellegű művek létrejöttét támogatja. Így lesz idő, pénz, lehetőség egyedi és világszínvonalú műveket alkotni. A kiválasztott filmek közül számos nem készülhetett volna el, ha az országban nem dübörögne egy teljesen kereskedelmi jellegű filmipar.

F. M.: Funkció és esztétika nem választható el egymástól, ugyanakkor már többször elhangzott e két fogalom vagy kategória egymástól elkülönítve is. Vajon beszélhetünk-e még az iparművészetben giccsról? Ha a megbízói érdekek és az ipari, gazdaságossági szempontok dominálnak, vajon a giccs meghatározható-e?

W-G. A.: Az úrhajó és a tintahal szerencsés találkozásából krómacél szerelemgyerek született, amely egy citromfacsaró volt: ezt tartják a dizájtörténészek az utolsó olyan tárgynak, amely tényleg dekoratív és kifejezetten ezért gyártották. Amikor huszonöt éves lett a tárgy, Alessi megcsinálta aranyból, és mellétettek egy kis táblát: „Kérjük, ne használja citromcsavarásra, mert az leoldja az ara-

nyozást a tetejéről!” Ezzel markánsan szétvált egymástól a használhatóság és a funkció. Már mosogatni sem lehetett, három lábon álló, gyönyörű szobor volt. Az a csodálatos a tárgyak történetében, hogy végül kiderül, gyakorlatilag bármire használhatók. A dizájn rengeteg értelmezési, alkotási lehetőséget hordoz, és ezt lenyűgözőnek tartom.

F. M.: Lehetséges, hogy a giccs a használat módján múlik? Nem magán a tárgyon?

B. E.: Ilyen szempontból az üveg veszélyes terület. A természetben talált anyagról beszélünk, amely a transzcendens fény által kel életre. Különleges, titokzatos, izgalmas, egyfajta misztikuma van, az emberek rácsodálkoznak, álmélkodnak, nem értik, kicsit félnek tőle, ezért könnyű vele visszaélni. És ezzel visszatérünk a tervezői felelősséghez: aki üveghez nyúl, annak felelősségteljesen és átgondoltan kell ezzel az anyaggal bánnia. Az üvegesek nem szeretik, ha valaki csak médiumnak használja az anyagot. Tervezése is felelősségteljes feladat.

V. J.: A kiváló művészetszociológus, Abraham Moles giccsról szóló könyve magyarul is olvasható. Az egyik illusztráció, a Sagrada Família-ról, vagyis a barcelonai Szent Család-templomról készült kép is jelzi, hogy a giccs rendkívül képlekeny fogalom. Ezen a kiállításon nem találtam giccses művet, de jó pár rossz, kommersz darabot láttam.

L. T.: A tárgyi környezet egyre inkább medializálódik, médiafelületté válik. Az autókban egyre nagyobbak az érintőképernyők, sőt lassan az egész műszerfal egy érintőképernyő, egyetlen médiafelület. Mindennek van egyfajta interface dizájnja, amely interaktív animációnak is tekinthető. Megjelenhet-e ott a giccs? A nagy interface standardok szabványai, mint a Windowsé, a Google-é nagyon funkcionális dolgokra épülnek, bárki tervezhet ilyen sémában, de működni csak akkor fog, ha ezeket a dizájn is figyelembe veszi. Egyre csak az egyszerűsödés, a letisztulás tapasztalható. Ebből a szempontból picit optimista vagyok, mert a technológiai lehetőségek varázsolják el mai felhasználót, ezért kicsi a giccs lehetősége.

T. F.: Tőlünk szoktak kérni giccses dolgokat. Nem szoktuk megcsinálni. Akik giccset készítenek, hülyének nézik a felhasználókat, és kivetítik rájuk az ízléstelenséget, amely pedig nincs meg bennük. Ha ezt a megrendelő, a tervezés finanszírozója el tudja engedni, vagyis felnőtt, értelmes, a funkcióra kíváncsi embernek tekinti a felhasználóit, akkor nem jön létre giccs.

F. M.: Köszönöm a beszélgetést!