lesbók

Villt, frumleg og afski

Hugleiðing um íslenska hönnun

Í tilefni af opnun sýningarinnar Kviku – íslenskrar samtímahönnunar í Listasafni Íslands í dag veltir greinarhöfundur fyrir sér stöðu íslenskrar hönnunar og segir: „Vilji menn vera jákvæðir, eins og aðstandendur „Kviku“, hinnar nýju og glæsilegu yfirlitssýningar á íslenskri hönnun sem verður opnuð á Kjarvalsstöðum nú um helgina gætu þeir sagt sem svo að langvarandi andstreymi og vöntun á hefðum hefði hert íslenska hönnuði, aukið á útsjónarsemi þeirra og ýtt undir frumleika.“

Eftir Aðalstein Ingólfsson
adalsteinn@honnunarsafn.is

Á hvítum vegg í útskoti við Laugaveginn – og sennilega víðar um bæinn – er að finna eitt af mörgum gagnrýnum yfirlýsingum Nafnlausa Svarta Stenslarans. Þar er brugðið upp mynd af Völu Matt sem var til skamms tíma helsta „íkon“ hönnunarinnar á landinu, ásamt texta þar sem stendur eitthvað í þessa veru (búið var að mála yfir herlegheitin þegar ég grennslaðist fyrir um nákvæmt orðalag): Reynir að pranga inn á okkur vörum sem við þurfum ekki á að halda og höfum ekki efni á.

Bragð er að þá barnið finnur, kynni einhver að segja. Það hefur ekki farið framhjá neinum Íslendingi með ótrufluð skilningarvit hversu mjög hugtakið „hönnun“ hefur breitt úr sér í þjóðfélaginu á undanförnum árum. Og raunar merkilegt til þess að hugsa að það skuli ekki hafa verið til í málinu fyrr en um miðjan sjötta áratug síðustu aldar. Heilsíðuauglýsingar á margvíslegri hönnun birtast nú í dagblöðunum upp á hvern dag, auk þess sem viðtöl við hönnuði, hönnunartengt upplýsingaefni og marghátttuð ráðgjöf varðandi hönnun ratar inn í helgarútgáfur blaðanna, auglýsingapésa sem bornir eru í hvert hús og ólíklegustu tímarit, jafnvel þau sem stíluð eru á börn. Þar að auki mun vera rífandi sala í útlendum hönnunartímaritum á borð við *Wallpaper*.

Þá er ógetið sjónvarpsins, helsta áróðurstækis hönnunarinnar og vettvangs Völu Matt (sem nú er í þann mund að gera úttekt á „æðislegum“ matarvenjum þekktra Íslendinga). Þar er mest áberandi þátturinn *Innlit/Útlit* þar sem mikill tími fer í að sýna hvernig hreint ótrúlega ungum Íslendingum hefur tekist að búa sér heimili með hreint ótrúlega miklum tilkostnaði – sérteiknuð eldhús með stálvöskum og graníthellum eru „möst“ – og fjárfesta í mublum eftir þá hönnuði sem áðurnefndir fjölmiðlar hafa mesta velþóknun á: Jacobsen, Starck, Panton og Eames.

Er von að maður spyrji sig, eins og áðurnefndur Svarti Stenslari gerir óbeint, að hve miklu leyti þessi hringekja hönnunarinnar sé til hagsbóta hönnunarumhverfinu í landinu. Er hún ekki hluti af einhverju öðru: lífsgæðakapphlaupinu, ásókn nýríkra Íslendinga í smekk sem er nógu pottþéttur til að hægt sé að bjóða Húsum og híbýlum eða *Innliti/Útliti* í heimsókn og öðlast þannig virðingarsess í þjóðfélagi sýndarinnar?

Það er að minnsta kosti lítið samræmi milli grænna, innréttinganna og heimsfrægu hönnunargripanna sem viðmælendur tímaritanna og sjónvarpsþáttanna eru búnir að sanka að sér til að sýna okkur og annars sem íbúarnir vilja hafa í kringum sig til marks um menningarlegan staðal sinn. Ef myndlist er einhvers staðar að finna í kirfilega sérhönnuðu umhverfinu sem við sjáum, þá er hún ýmist yfirborðsleg/viðvaningsleg eða undarlega gamaldags, a.m.k. miðað við nýtískulega hönnunina. Bækur virðast yfirleitt ekki eiga upp á pallborðið hjá þeim smekkvísu einstaklingum sem tímaritin og sjónvarpið sækja heim.

Fag eða föndur

Síðan er eins og þessir miðlar geri ekki upp við sig hvort hönnun sé í eðli sínu fag eða föndur. Annars vegar halda þeir á lofti merki fagmanna í aðskiljanlegum greinum hönnunar, sýna hvernig þeir hugsa og bera sig að, hins vegar er ámóta miklum tíma og plássi eytt í að fjalla um fólk sem telur sig hafa þegið í vöggugjöf náðargáfuna að geta umbreytt híbýlum og útliti fólks, án viðkomu í nokkrum skóla, sjálfskipaða „stílista“ eða útlitshönnuði.

Ekki færi maður að agnúast út í þessa lausgopalegu hönnunarvæðingu íslensks samfélags ef hún hefði í för með sér faglega umræðu um eðli og tilgang hönnunar, hlutverk hennar á hinum breiða sjónmenntavettvangi, í viðskiptalífinu og í útflutningsiðnaðinum. Ég tala nú ekki um ef sú umræða leiddi af sér stóraukinn áhuga hins opinbera á því að virkja hönnun með svipuðum hætti og nágrannaþjóðir okkar hafa gert, t.a.m. í Danmörku og Bretlandi, þar sem hún stendur undir útflutningstekjum upp á hundruð milljarða. Menn gætu ýmislegt lært af þeim faglegu skoðanaskiptum sem oft eiga sér stað í málgögnum íslenskra arkitekta.

Vissulega berst tal að ýmsum þáttum hönnunar víða í þjóðfélaginu, innan Listaháskólans, innan samtaka á borð við Form Ísland og Hönnunarvettvang, á viðræðufundum samtaka atvinnurekenda og/eða útflutningsaðila og ýmissa talsmanna hönnunargeirans. Stundum komast menn að einhverjum niðurstöðum og þá eru búin til tveggja-þriggja ára próject sem eiga að stuðla að framgangi tiltekinna hönnunarverkefna, t.d. fatahönnunar, en að þeim loknum eru þátttakendur látnir sigla sinn sjó, hvort sem þeir hafa náð markmiði sínu eður ei. Saga íslenskrar hönnunar á undanförnum áratugum er slóði meira og minna misheppnaðra verkefna, sýninga eða samkeppna, sem ýmist hafa ekki skilið neitt eftir sig eða hefur ekki verið fylgt eftir.

Allt stafar þetta af því að raunhæf langtímamarkmið, grundvölluð á vel grundaðri heildarstefnu, hafa aldrei verið skilgreind til hlítar af þeim sem mestan hag gætu haft af íslenskri hönnun: atvinnuvegunum og ríkisvaldinu. Kannski hafa fulltrúar íslenskra hönnuða ekki verið nógu fylgnir sér í viðskiptum sínum við þessa aðila, hvað veit ég. Smákóngaviðhorfin hafa einnig verið til trafala í þeirra hópi, eins og annars staðar í menningargeiranum.

Að sumu leyti hefur fulltrúum hönnuða verið vorkunn, því viðsemjendur þeirra hafa verið sem margheiðfa þurs, sérhver haus með eigið „agenda“ eins og segir á útlensku.

Meðal hagsmunaaðila hönnunarinnar á frjálsum markaði eru t.a.m. Samtök atvinnulífsins, Samtök iðnaðarins, Samtök ferðaþjónustunnar, Samtök verslunar og þjónustu, Útflutningsráð, Fríhöfnin á Keflavíkurflugvelli og sjálfsagt einhverjir fleiri.



UII Klippimynd eftir Gúnda og Huldu Helgadóttur.



Steinunn Sigurðardóttir Er fyrir löngu orðin „klassíker“ á erlendum markaði.

Enginn þeirra hefur komið sér upp sjóðum sem hægt væri að nota til brýnna hönnunarverkefna. Nú þegar útlitsbreytingar á fyrirtækjum eins og Bláa lóninu og 66° Norður hafa sannarlega stóraukið hagnað þeirra, hljóta þessir aðilar að fara að draga rökréttar ályktanir af því.

Í opinbera geiranum þurftu hönnuðir til skamms tíma einungis að biðja ásjár velviljaða a málaráðuneyti, en nú eru hönnunarmál borði iðnaðarráðuneytis, auk þess sem sendiherrar í utanríkisráðuneyti skipul hönnunarviðburði í löndum sínum. Pess unarvakning hjá hinu opinbera væri au og merkileg, ef ráðuneytin gætu átt me