pt?



leikjaframleiðandans Eve Online, ELM fatahönnuða, Össurar, Marels, Steinunnar Sigurðardóttur o.fl., þá eru þetta allt aðilar sem hafist hafa upp af sjálfum sér.

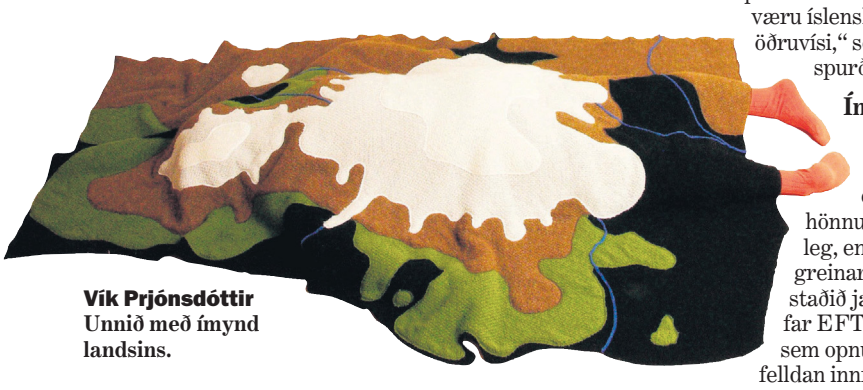
Aðrir íslenskir hönnuðir sem gert hafa sig gildandi á erlendri grund hin seinni ár hafa hlotið brautargengi fyrir milligöngu erlendra starfsbræðra sinna eða fyrirtækja, ekki gegnum íslensk átaksverkefni, sjá t.d. Siggu Heimis, Hlyn Vagn Atlason, Sigurð Gústavsson, Katrínu Pétursdóttur, Margréti Adolfsdóttir, Hjalta Karlsson og Guðrúnu Lilju Gunnlaugsdóttur.

Því miður er eins og áhrifamenn mistúlki velgengni þessa fólks af ásettu ráði. Þannig er frumkvæði dugandi hönnuða lagt út sem sönnun þess að Íslendingar, þessir eitilhörðu einstaklingshyggjumenn, muni ávallt pluma sig, hvað sem öllum styrkveitingum líður. En hafi menn séð jafn mörg ágæt hönnunarverkefni koðna niður vegna vöntunar á styrkjum og annarri fyrirgreiðslu eins og undirritaður, er ekki ólíklegt að þeir færu að hugsa sinn gang. Ég nefni aðeins þær mörgu og athyglisverðu hugmyndir sem urðu til meðal íslenskra hönnuða eftir að álverið í Straumi tók til starfa fyrir mörgum áratugum.

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.

Það er kannski skammgóður vermir fyrir hönnuði sem ekki hefur tekist að koma verkum sínum í framleiðslu, en umsagnir erlendra sérfræðinga sem hafa kynnt sér hönnunina og handverkið í landinu eru allar á þann veg að hvorttveggja einkennist af villtri og frumlegri sköpunargáfu sem eigi sér fáar hliðstæður. Þetta kemur m.a. fram í bók Katherine Nelson: *New Scandinavian Design* (2004), bók Ingrid Sommar: *Skandinavisk Design* (2004), sýningarskrá eftir Jordönu Pomeroy fyrir sýninguna Nordic Cool í Washington (2004) og loks yfirlitsriti um grafíska hönnun á Norðurlöndum, *55°North*, eftir Patrick Sundqvist (2002). Eitthvað hlýtur þetta veraldarvana fólk að hafa fyrir sér.

Að íslensk hönnun væri frábrugðin hönnuninni annars staðar á Norðurlöndum varð mér ljóst þegar ég fylgdist með þýskum safnamönnum losa úr gámum norræna hönnun sem fara átti á sýninguna Scandinavian Design-Beyond the Myth í Listiðnaðarsafninu í Berlín haustið 2003. Hönnunargripirnir voru ekki merktir eftir löndum, en safnamennirnir voru alltaf með það á hreinu hverjir þeirra væru íslenskir. „Þeir eru bara öðruvísi,“ sögðu þeir aðspurðir.



Vík Prjónsdóttir
Unnið með ímynd landsins.

Ímynd landsins

Það er líka deginum ljósara að ekki er öll íslensk hönnun jafn villt og frumleg, enda hafa hinar ýmsu greinar hönnunar ekki staðið jafnt að vígi. Í kjölfar EFTA-samninganna sem opnuðu fyrir stórfelldan innflutning á ódýrum erlendum húsgögnum á sjöunda áratugnum, hefur húsgagnaiðnaðurinn í landinu ekki talið svara kostnaði að vinna náið með íslenskum hönnuðum. Það eru því erlend fyrirtæki sem tryggt hafa velgengni þeirra húsgagnahönnuða sem mest hafa látið að sér kveða hin síðari ár, hins „sígræna“ Péturs Lúthersonar, Erlu Sólveigar Óskarsdóttur, Sigurðar Gústavssonar, Leós Jóhannssonar og Siggu Heimis. Nú þegar íslenskur markaður virðist þola dýr húsgögn – annars staðar í heiminum fjárfesta menn í húsgögnum – væri e.t.v. lag fyrir húsgagnaframleiðendur að breyta um taktík.

Vöruhönnun hefur einnig átt undir högg að sækja. Prátt fyrir bullandi frumleika, sem ræktaður hefur verið upp af ágætum kennurum í hönnunardeild Listaháskólans, eru ungir vöruhönnuðir mjög upp á framsýni fyrirtækja komnir. Og eins og nefnt er hér að framan vantar enn töluvert upp á þá sýn hjá þeim. Ljósið í myrkrinu er skipuleg viðleitni þessara hönnuða til að „vinna“ með ímynd landsins í breiðasta skilningi sem getið hefur af sér ýmislega smávöru fyrir ferðamannaiðnaðinn. Ég nefni til dæmis nýstárlega prjónavöru, merkt Vík Prjónsdóttur og „Súkkulaðifjöll“ þeirra Brynhildar Pálsdóttur og Hafliða Ragnarssonar, en hvorttveggja má sjá á „Kviku“ að Kjarvalstöðum.

Ég held samt að fáum blöðum sé um það að fletta að sú „heimatilbúna“ hönnun sem borið hefur hróður lands og lýðs víðar en nokkur önnur og á e.t.v. mesta framtíðarmöguleika er fatahönnunin, þar með talin hönnun ýmiss konar fylgihluta. Og hér er „heimatilbúin“ innan gæsalappa, því fatahönnunin hefur notið meiri velvildar hins opinbera en nokkur önnur grein. Velgengni ELM-þríeykisins er ekkert einsdæmi, 66° Norður er í mikilli sókn, Steinunn Sigurðardóttir er fyrir löngu orðin “klassíker“ á erlendum markaði, og önnur íslensk fatafyrirtæki eru reglulega kynnt í erlendum tískublöðum: Spaksmannsspjarir, María Footwear, Farmers Market, Aftur, Nakti apinn, Nikita …

Ég sé ekki betur en Nafnlausi Svarti Stenslarinn, sem nefndur er hér í upphafi sé nú farinn að hanna fótboltaauglýsingar fyrir Landsbankann. Fleiri fyrirtæki mættu virkja sér til framdráttar villta og frumlega sköpunargáfu íslenskra hönnuða.



Skór eftir Egil Kalevi Karlsson.



Stóll eftir Guðrúnu Lilju Gunnlaugsdóttur

» Það er líka deginum ljósara að ekki er öll íslensk hönnun jafn villt og frumleg, enda hafa hinar ýmsu greinar hönnunar ekki staðið jafnt að vígi.

Höfundur er forstöðumaður Hönnunarsafns Íslands í Garðabæ.

starf og deilt fjárhagslegri ábyrgð. En því er sjaldnast að heilsa. Þeir sem staðið hafa í samningaviðræðum við ráðuneytisfólk vegna hönnunarverkefna vita að vilji ráðuneytin á annað borð koma að þeim, vilja þau hafa þau fyrir sig. Einkum ef um er að ræða svokölluð „prestige“-verkefni, sýningar á fínum stöðum í útlandinu, þangað sem óhætt er að senda ráðherra til að halda opnunarræðu. Í utanríkisráðuneyti hefur það gerst að sendiherrar hafa skipulagt hönnunaruppákomur á svipuðum tíma, án þess að vita (eða vilja vita) hvor af frumkvæði hins.

Þrautseigja og fórnarlund

Að hönnuðum okkar skuli nokkurn tímann hafa tekist að lifa mannsæmandi lífi af hönnun sinni, jafnvel að gera hana að arðbærri útflutningsvöru, má einungis þakka þrautseigju þeirra og fórnarlund. Með því að eyða þriðjungi starfævi sinnar í söluferðalög tókst Pétri Lútherssyni að koma húsgagnahönnun sinni á erlenda markaði; sjálfsagt hefði hann viljað hafa þau hlutföll öðruvísi. Valdimar Harðarson þurfti einnig að eyða mörgum árum og miklum peningum í að vekja athygli útlendinga á stólnum Sóleyju, einu mesta – og ábatasamasta – afreki íslenskrar húsgagnahönnunar.

Og ef litið er til þeirra hönnuða og fyrirtækja sem eru í þann mund að mala gull höfundum og þjóð:

