

KARÁCSONY ÁGNES
A DIZÁJN SOSEM LEHET ÖNCÉLÚ
BESZÉLGETÉS BENDZSEL MIKLÓSSAL
A FORMATERVEZÉS LEGFONTOSABB KÉRDÉSEIRŐL

IBendzsel Miklós majdnem húsz évig volt a Szabadalmi Hivatal, majd a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala elnöke. Ő kezdeményezte és alapította tizenöt esztendővel ezelőtt a Magyar Formatervezési Tanácsot. Megkértük, segítsen bizonyos fogalmakat tisztázni az ipari formatervezés kapcsán. De arról is szó esett: nagyobb védettséget kap-e a képzőművészet mint az iparművészet, hol húzódik az iparművészet és a dizájn határa, és miként vált a dizájnszemlélet mára gondolkodási iskolává is.

MC: Moholy-Nagy László szerint az ember által alkotott hagyományt szüntelenül újra kell értékelni. Ő mondta azt is: a dizájn végső célja maga az ember. Sűrített meghatározása pontosan kifejezi, mi is a dizájn?

IAz irányát, törekvését illetően nagyon is. Hiszen a dizájnt leginkább az jellemzi, hogy az ember szellemi és anyagi igényeihez van alakítva, ezért például sosem öncélú. A második ipari forradalom vetett föl új megközelítést a tömeggyártással és a fogyasztói igényekre való reagálással. Hozadékukat mondhatjuk hozzáadott értéknek is, amit persze még nem így hívtak akkor a közgazdászok. Tehát amit a 21. század nyelvén dizájnnak hívunk, az a 19. század iparművészetének tervszerű továbbfejlesztésében gyökerezik.

MC: Az ipari formatervezés kezdetől integrálta a mesterségbeli tudás elméletét és gyakorlatát, s egyben a művészetek, a társadalomtudomány és a műszaki tudományok eredményeit is?

IIgen, gondoljon csak akár az első magyar iparos „dizájnerekre”, például Lingel Károly bútoraira, a Thék asztalosműhelyre vagy Jungfer Gyula lakatosmesterre, Róth Miksa üvegeire. Ők sorozatgyártásra képes kiváló iparművészek is voltak, akik a kortárs formaízlés alakításának legmaradandóbbját, az építészeti dekorációt művelték. Például a Parlament és az Iparkamara bútorzatát, kovácsoltvas díszítményeit, üveglakait készítették.

MC: De voltaképpen mindig a piac diktált?

¶ Hogyne, a kínálat és a kereslet viszonya: a kelendőség. Vegyük csak példának a Ford-féle gépkocsik nagysorozatú gyártását a 20. század legelején. Sokan ezt „a jövő látnokai egyedi felismeréseként” értékelik. Valóban megvolt a vízió, hogy a távolság leküzdése az életminőség jobbításának velejárója lesz. De Henry Ford terveit a szükséglet is befolyásolta: kell egy költséghatékony új eszközt kínálni, amelyet a középosztály is meg tud fizetni, és amellyel elpöföghet bárhova – az akkor fellendülő tömegközlekedéstől függetlenül. Aztán jött Walter Gropius, a kultikus képző- és alkotóműhely, a Bauhaus alapítója, aki 1923-ban egy új, szükségyszerű és termékeny házasítás mellett kötelezte el az intézményt kiállításuk jelmondatával: *Művészet és technika – az új egység*. Az anyag és a forma kapcsolata, a sorozatgyártás, a tervezési módszertan mind-mind a Bauhausban kicsúcsosodó kérdések, amelyek megnyitották a társadalmi méretű útkeresés folyamatát a dizájn fogalmával. Egyébként az Arts and Crafts mozgalomból kinövő modern dizájnnak máig ugyanaz a kiindulópontja: a kereslet-kínálat dinamikus befolyásolása és az életminőség kategorikus imperativusaira adott válasz. Gyakran új szükséglet generálása. Matthew Hilton bútortervező zseniálisan mondta: „A dizájn jövője a csábítás.”

MC: *Vagyis a dizájn az első pillanattól életformák kialakításáról, átformálásáról is szól.*

¶ Teljesen, ezzel pedig értékek és világképek átadásáról, működésbe hozásáról is. A tágan vett formatervezés a személyes tér rekvizitumaitól – lehetnek azok órák, tollak, ékszerek, ruhák, mások – a lakó- és munkaövezetek új tárgyain, a közlekedés és szállítás váróterein, autó-, hajó- és repülőgépgyártók friss modelljein át ível akár a vendéglátás és a színház, hangverseny tereiben keltett és alakított új életérzésig, élményig. A fogyasztó önkifejezésének, sőt identitásválasztásának része az is, hogy az ezernyi hasonló célú termék közül melyikkel azonosítja magát. A hallatlan áruválaszték identitásokat is kínál. Ez evidens, amikor férfinyakkendőt vagy női sálát vásárolunk, de akkor is, amikor egy német közép márkával építjük be a konyhánkat, vagy inkább prémiumtermékre hajtunk, vagy nagycsaládosként strapabíróbb termékekre, és majd később törekszünk az esztétikumra vagy arra, hogy márkareprezentáció alapján döntünk. Az európai dizájniskolák ars poeticájukba azért is emelik be Moholy-Nagy László meghatározását – „a dizájn végső célja maga az ember” –, mert dizájnon azt a műveletet, megfontolást és gondolkodási módszert értik, amely aktív párbeszédet kezdeményez a kijelölt, illetve megkeresett célcsoport és az alkotó között.

MC: *Őn többször is beszélt arról: mára kikerülhetetlenné vált a dizájnalkotó munka a rendeltetés, a funkció, a tervezés, a létrehozás rendszerelvű kreatív folyamatában. Másfelől mondta azt is: a dizájn – túl az eladhatóság követelményein – megkövetel egy esztétikailag és etikailag is felelősségteljes tervezői magatartást. Ez mit jelent?*

¶ Azt, hogy az alkotói víziónak a termék életciklusára, utóéletére ugyancsak ki kell terjednie, ami társadalmi felelősség is. A különféle autó- és hűtőmárkák idővel visszaveszik termékeiket, akár pótalkatrészeknek is – kímélve a környezetet. A termék elvetett és haszontalan fázisában sem szűnik meg a gyártó speciális viszonya a termékkel: mégiscsak ő ismeri legjobban az anyagának természetét, ő látja leginkább az újrahaznosítás lehetőségeit. Mindez nem pusztán a hatékonyságot javítja üzemgazdaságilag, de erősíti a fogyasztói lojalitást is: a márkahűséget nemcsak prémiumtermékkel, hanem azzal a felelősséggel is lehet formálni, hogy a későbbi gondokat a gyártó átveszi a vásárlójától.

MC: *De az ergonómiai, a funkciókövető szempont mellett csak ott van a dizájnban az esztétikai, művészeti többlet.*

¶ Sajnos sokszor tévesen csak ezt szokták kidomborítani. Ebből fakad a kétes elismerést sugalló „dizájnolt” kifejezés is. Természetesen a stílus a tárgy- és környezetkultúrában is „maga az ember”. Tehát életérzést sugall. Az ipari, gazdasági célú, tárgyú, területű alkotómunkában ez az egyénítés a brand tartalmát hivatott gazdagítani.

MC: *Ez felveti azt a kérdést is, hogy a dizájn inkább ipar vagy inkább művészet, s lehet-e határvonalat húzni a kettő közé? És hogy a funkcióból, a technológiai követelményekből fakadó forma létrehozásában eltűnik-e az alkotó egyénisége, az egyediség, a neve?*

¶ Nem tűnik el. Vegyük példának az Alessit, az olasz családi dizájnállalatot, amely formatervezőivel számtalan dizájnklasszikust produkált már a hatvanas–hetvenes évek olasz dizájnboomjának időszakában. Azóta is minden évben más-más neves alkotót, tervezőt hív meg. Ekler Dezső építész-szobrász több tárgyat, például teáskészletet is tervezett az Alessi felkérésére. Kortárs dizájnereink közül sportszergyáraknak is elég sokan dolgoznak nevesítve vagy nem nevesítve, és nagyra becsülik őket. Az igaz, hogy a fogyasztó nem tudja az Adidas, a Nike vagy éppen a magyar Budmil dizájnereinek a nevét. Ahogy azt sem, hogy a finn identitású, fantasztikus Marimekko textileket sem csupán finn, hanem magyar és távol-keleti alkotók is tervezik. Egy brand hétmérföldes léptékű

globalizálódásával ezt tapintatosan elkendőzendőnek érzi a gyártó. Sokszor viszont húzónév a tervező, mint például Pininfarina, aki sportkocsinak és fogkefének is amolyan „márkapecsétje”. Az ipari termelés az egyediesítéssel, a márkáépítéssel, magával a formatervezéssel ab ovo különbözni szeretne, bár ezt a szűken vett műszaki megfontolások nem mindig támogatják.

MC: *Michael Thonet széke egyesek szerint dizájn. Mások szerint iparművészeti alkotás. Ön mit mond?*

¶ Érzékenyebb a határ az iparművészet és a dizájn között. Előbbi hagyományos kifejezését fenntartjuk azoknak az egyedi alkotásoknak, amelyeket kiemelkedő kézműves tudás hoz létre, művészi értéket képviselnek – akár bizonyos műfaji korlátok átlépésével – egyediként, maximum kis sorozatúként. A dizájn a sorozatgyártott termékekben megtestesülő tudatos formaérzékenység, amelynek van műszaki, ergonómiai, esztétikai és más dimenziója. A Thonet egyértelműen dizájn. Annak a szerencsés együttállásnak a jó példája, amikor egy klasszikus, jó anyagválasztáson alapuló felismerés és technológia – a gőzölt bükkfa hajlíthatósága – időtlen, költséghatékony technológiává fejleszthető. Michael Thonet asztalosmester és gyári követői ma milliószámra gyártanak hajlított fából bútorokat.

MC: *Breuer Marcell 1925-ös hajlított acélcsöves Vaszilij-széke, amíg csak egy volt, iparművészet volt, nem?*

¶ Ez igaz, de inkább mondanám dizájnlevű prototípusnak. Majd sikeressége és kereslete után, amit szándékoltan idézett elő a zseniális alkotás korszerűsége, elkezdték a gyártását, majd az utángyártását. Amúgy Breuer és társai stúdióiban zavarba ejtő tudatossággal alkottak később kereskedelmi sikerű egyedi műveket. A művészi féltékenység náluk nem kerítette körbe az alkotásukat, mi több, jól gazdálkodtak a sokszorozást, hasznosítást értékesítő szerzői vagy akár feltalálói jogaikkal. Egyébként erre a sikeres magatartásra jó példa Losonczi Áron üvegbetonja is. A harmadik évezred nyitányán a dizájnt már olyan alkotó aktivitásnak tekinthetjük, amelynek célja a tárgyak, folyamatok, szolgáltatások és rendszereik sokarcú, minőségi megteremtése. Az IKEA dizájnya kapcsán is érzi az ember: a rendszer úgy van megalkotva, hogy miközben a jegyei mutációkat hordoznak, mégis visszavezethetők egy alap vektorforrásra, amely anyagválasztásban, vonalvezetésben, összeszerelhetőségben túlmutat a művész egyedi szempontján. Kozma Lajos iskolateremtő építész, bútortervező és grafikus – ahogy Vadas József művészettörténész fogalmaz róla: „az elmúlt évszázad

legvirtuózabb magyar dizájnere” – éppen száz éve, 1917-ben írta le azt a látnoki gondolatot, hogy „a mi korunk emlékei mind a technika nagy műhelyéből kerülnek ki”, és „a jövő művésze a mérnök építész”. Élete utolsó évében, 1948-ban megjelent összegzésében ennek az alkotófolyamatnak az eredményét már az „ipari forma” elnevezéssel illette.

MC: *Kozma ugyancsak elsők között vetette fel úgy 1930 körül, hogy a gyakorlat új típusú tervezőket kíván, és ezért változásra van szükség a művészképzésben. De csak 1950-ben indult az ipari formatervezés szak az Iparművészeti Főiskolán.*

¶ Az alapítók ugyanakkor olyan nyitottak voltak, és annyira jogfolytonosan vették át a szellemi hagyományt a nagy művészgenerációktól, és olyan jó időben, hogy azzal „el is kapták” a dolgot. A magyar formatervezésnek P. Horváth György farmotoros Ikarusa az ötvenes évek elején vagy az Orion rádiók, Bozzay Dezső egész rádiócsaládja, vagy a házgári konyhaprogram, vagy később Jánosi Marcell floppyinnovációja, Rubik Ernő kockája éppoly kifejező vívmányai, mint a két világháború között a MÁV 424-es gőzmozdonya, a Ganz sínautóbuszai és villamosai vagy Breuer Marcell csővázás széke. Mind a meghaladás és a kitörés esélyét jelentették. Ma is így van. Az ideai Design Hét egyik díjazott terméke egy rendkívül egyszerűnek tűnő, innovatív kerékpáros kiegészítő. Kis eszköz, amely ugyanakkor sok mindent tud. Funkciókat – lámpa, csengő, lopásriasztó, útvo-nalkövető – integráltak egyetlen okos kütyübe, és alkotói, a MAFORM tervezői tehetségének köszönhetően akár Európában is ikonikus lehet. Ez is jól példázza a dizájn rendszerelvűségét, holisztikusságát és a hozzáadott értékét, hiszen ilyen még nem volt. Ha úgy tetszik: a dizájn a technológia humanizált megújításában és a kulturális, gazdasági fejlődés katalizálásában meghatározó tényező.

MC: *A hamisítás is a piaci keresletet használja ki. A dizájnban nyilván azt érdemes hamisítani, ami kelendő, hiszen annak az egyedi ára is magas.*

¶ Pontosan. Aki másol, az gyors haszonszerzést remél, jogosulatlan profitot vág zsebre, és a divathullám azonnali lefölezésében érdekelt. Az elmúlt században az összes nagy angol, francia vagy német porcelánmárka a hamisítóival küzdött. A műtárgypiacon Giacometti jellegzetes szobrait is nagy tételben hamisítják – kiaknázva a tájékozatlan, de gazdag keresletet. Rippl-Rónai hamisításával ugyanúgy próbálkoznak. Amikor az Andrassy család az előző századforduló idején Rippl-Rónait megbízta, hogy tervezze meg az ebédlőjüket – aztán csodálta Európa az egészet –, ő nemcsak bútorzatot, vitrineket, tálalót, asztalokat

tervezett, de textileket, függönyöket, még teljes étkezészetet is. Ez a legmagasabb szintű iparművészet, miközben utat nyitott egy sajátos stílus és ornamentika akár nagy sorozatú gyártása előtt. Az Alföldi, a Herendi és a Zsolnay porcelángyárak – ügyelve a mintaoltalomra – Rippl-Rónai, Schrammel Imre, Szász Endre és mások okos, jogosított követőivé váltak. Voltaképpen ezek az irányzatok nem blokkolhatók le. De példálózhatok Arne Jacobsennel, Dánia korszakos építészével, dizájnerével is...

MC: Az ő lakberendezési tárgyait láthatjuk Stanley Kubrick 1969-es 2001: Űrodüsszeia című kultuszfilmjében is.

¶ Így van, és Jacobsen 1951-ben elkészítette a „Hangya” széket, amely fémlábakon áll, és a karcsú ülőteste egyben, egy darab hajlított-préselt fából készült, majd az ülőforma műanyagra váltott, de még ma is a technika magas színvonalú és zseniálisan egyszerű használatának csúcspontja ez. Jacobsen követői ma mozgalmat jelentenek a világban: akár amerikai vagy ausztrál alkotóknak is megengedett skandináv stílusban tervezni, csak nagyon vigyázni kell, ne gyenge utánérzés legyen az, inkább megújítás. Oda akartam csak kilyukadni: ha van egy nagytiszteletű és szerzői joggal vagy dizájnoltalommal körbeástaított alkotó, őt lehet plagizálás nélkül is követni. A Mackintosh-féle hosszú, karcsú háttámlás székek klasszikusak, időtlenek, tekintélyt parancsolók. Nemegyszer igyekeznek hasonlót gyártani. Ha csak a stílust utánozza valaki, az nem bántó, ám ha utángyártva, „eredetiként” értékesítve próbál ilyesmit csinálni, az büntény. A szellemi tulajdonvédelem jól körülhatárolt entitásoknak és csak azoknak ad bizonyos feltételek megléte esetén olyan oltalmat, amely kikényszeríthető kizárólagosság. Ez a lényege. És ha valakinek van ilyen, akkor már csak egy lépés választja el az áralakító hatalomtól.

MC: De kap-e itthon ugyanolyan védelmet, mondjuk, Gorka Géza, Kovács Margit, mint Rippl-Rónai?

¶ Egyformát kapnak. A szerzői jog hatálya nemcsak az írott és komponált művekre terjed ki, hanem építészeti tervre, iparművészeti, képzőművészeti alkotásokra és így tovább. A jogtalan sokszorosítást, illetve elorzást a szerzői jog ugyanazokkal a feltételekkel és műfajfüggetlenül rendeli büntetni. Az iparjogvédelem pedig a szabadalmak, védjegyek és az úgynevezett ipari minta kiemelt oltalmára szolgál. Az én kezdeményezésemre alakult meg 2010-ben a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület – piacfigyelő, ajánlástevő, tudatosságfejlesztő

kormánystratégia letéteményeseként. Segítő szerepkörében a Formatervezési Tanács ikerszervezete. 2018 tavaszán jelenik meg kézikönyvünk a műtárgyhamisítások kapcsán – végigvesszük az alkotók, műkereskedők, a művészettörténészek és a műgyűjtők szempontjait, a jogászokét, a galeristákét is. Gyakorlati tanácsokat is adunk, hova kell fordulni, mit kell ellenőrizni satöbbi.

MC: Visszatérve még a dizájn oltalmához: Rubik Ernő kockája mégsem igazán élvezett világviszonylatú védelmet a szocialista rendszerben, hogy ne legyen büntetlenül másolható.

¶ Ez sajnos igaz. Bár ennek menedzseriális okai voltak és tőkehiány – dacára az itthoni és fejlett piaci szabadalmának. Viszont a jó minőségű és eredeti „signature” kiadású Rubik-kockák piaca s védjegycsaládja védett maradt, miközben a szabadalom már az ezredforduló előtt lejárt, mivel a védelem húsz évre terjedhet ki. De ma már kifogástalan védelmi stratégiával rendelkezik a Rubik-műhely is. Fontos tanulás volt ez a magyar dizájnban, és jó hír: a Rubik-brand az alaptermékével és az azt követőkkel is rendben van.

MC: Tud olyan termékről, amelyet védelem híján kiengedtünk a kezünkéből?

¶ Beszéltem már a floppylemezeiről, amely Jánosi Marcell találmánya, akit a hardveripar Rubik Ernőjének is neveznek. A floppy magyar prototípussal indult a világban, viszont Amerikában látták meg benne a lehetőséget, pedig itt volt nekünk akkor már a Videoton. Nem sikerült rá kellő figyelmet fordítani itthon. Holland, dán, lengyel vagy olasz példák is hozhatók minden évtizedből – persze nem vigasztal –, amelyek a legnagyobb iparú piacokon és idegen tőkéből tudták csak kifutni magukat.

MC: A Magyar Formatervezési Tanács – a hazai dizájn menedzselésére – 2002-ben alakult meg. Ön volt az első elnöke a szervezetnek. Az induláskor úgy nyilatkozott: a „bukott termékek” 85 százaléka a formatervezés hiányosságai miatt nem aratott sikert, és a vállalkozásoknak érdekük felismerni a formatervezők kreativitását s azt hasznosítani a gyártási folyamatokban. A szemléletbeli változástól a tényleges menedzseri és fejlesztői aktivitás megduplázódását várta. Teljesült ez?

¶ Túlteljesült az a vágyunk, hogy megduplázzuk az új kibocsátású és többnyire vállalkozói körökhöz köthető termékfejlesztésben a formatervezés jelenlétét. A legutóbbi felmérések szerint – szektortól függően – a hazai vállalkozások

40-60 százalékában már jelen van a dizájn – szemben a 2002-es 15 százalékkal. A minőséget azonban ez még nem érinti. Tavaly a Moholy-Nagy Egyetemen abban a megtiszteltetésben volt részem, hogy én lehettem a Dizájn Intézet államvizsgaelnöke. Három szakon – a teljes formatervezés, a tárgyalkotó művészet és a textil- és divattervezés – majdnem félszázan diplomáztak. A mezőny első harmada világszínvonalú munkára képes. Óriási arány ez! Persze a többiek képességeire és elsajátított készségeire is nagy szüksége van a hazai gazdaságnak. És itt jön a mi felelősségünk: tudunk-e megfelelő környezetet biztosítani a táalentumígéreteknek. Kijönnek az egyetemről, még el kell jutniuk az első saját, kisebb-nagyobb sikertermékükig, „találmányukig”, az pedig hosszú idő. A brit James Dyson korszakunk egyik dizájnerezsenije, mégis több száz, több ezer prototípusát képzelte el, rajzolta meg és modellezte a forradalmi porszívójának és „airblade” kézzárító berendezésének, amire eljutott a végsőig. Azon dolgozik a Magyar Formatervezési Tanács, hogy a magyar vállalkozók ne a középzsert eresszék rá a termékeikre, és tudatos, kockázatvállaló és ösztönző megbízásokat adjanak a formatervezőknek. Máskülönben a dizájn világszövetség legfrissebb alapvetése az újra jelzős fogalomként használt „industrial design” olyan stratégiai problémamegoldó folyamatként írja le, amely – innovatív termékrendszereket, szolgáltatásokat és gyakorlatokat teremtve – irányítani képes az innovációt, üzleti sikereket biztosít, és hozzájárul a jobb életminőséghez.

BENDZSEL MIKLÓS a Magyar Formatervezési Tanács alapítója, jelenleg tiszteletbeli elnöke, és a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület életrehívója. A Budapesti Műszaki Egyetemen 1976-ban gépészmérnökként diplomázott, 1983-ban okleveles mérnök-közgazdászként végzett a Marx Károly Közgazdaság-tudományi Egyetemen, majd felsőfokú iparjogvédelmi szakképesítést szervezett. 1976-tól négy évig a Gépipari Technológiai Intézet tudományos munkatársa volt. 1980-ban került az Országos Találmányi Hivatalba (OTH), amelynek neve '97-ben Magyar Szabadalmi Hivatalra, majd 2011-től Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalára változott. Intézményének 1997 és 2016 között elnöke. A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem címzetes egyetemi tanára. Az Európai Szabadalmi Szervezet Igazgatótanácsának elnökhelyettese 2010 és 2016 között. A European Design Leadership Board és a BEDA (The Bureau of European Design Associations) elnökségének tagja. 2014-ben az Európai Tudományos és Művészeti Akadémia tagjává választották.

ARTMAGAZIN



100

Ajándékozzon Artmagazin-előfizetést!
elofizetes@artmagazin.hu

