

TAKÁCS JUDIT

## Hogyan változtatta meg a finn design a világot?

### Miért a finnek?

Írásom ötlete Karen Bartlett (*How Finnish design changed the world*<sup>1</sup>) cikke nyomán született. A szerző címválasztása sokak szemében tűnhet túlzónak, de az írás sorait végigolvasva egyértelműen kiderül, hogy valóban született jó néhány olyan terméke a finn tervezőknek az elmúlt néhány évtizedben, amely nemcsak, hogy megváltoztatta a Finnországról és a finnekről kialakított képet, de inspirálóan hatott más tervezőkre s ezáltal a design egészére is.

A legtöbben talán csak a Nokia telefonról tudják, hogy finn, de nem is sejtik, mikor virágmintás Converse tornacipőt vagy fekete-fehér Marimekko ruhát látnak, sárga nyelvű Fiskars ollót használnak, háromlábú Artek széken ülnek vagy egy kézbesimuló litala pohárból isszák a reggeli kávé, hogy ezek is mind ismert finn termékek.

Sokan hiszik, hogy a formatervezés „elitművészet”, azaz különleges, megdöbbentő, drága, s emiatt nem mindenki által hozzáférhető tárgyak tervezését jelenti, és a figyelemfelkeltés, formabontás jellemzi akár a használhatóság kárára is. Ám az egész skandináv designban, így a finneknél is, nincs „magas” és hétköznapi formakultúra, nincsenek kiemelt, „megtervezett” és hétköznapi, használati tárgyak. A két vonal szervesen összetartozik, esztétikai és használati szempontok páratlan összhangban vannak: odafigyelnek a mindennapi élet összes apró tárgyának, jelenségének kialakítására, minőségére, legyen az cipő, pohár, bicikli vagy jelzőlámpa.

Bár korábban – a Debreceni Disputa tematikus finn számában<sup>2</sup> – már írtam a finn formatervezésről, újra aktualitást adott a témának, hogy 2012-ben Helsinki volt a világ design fővárosa (World Design Capital). Az alábbi összefoglalóval azt kívánom megmutatni, hogy a város és a finn tervezők korántsem érdemtelenül kapták ezt a megtiszteltetést.

---

<sup>1</sup> <http://conversations.nokia.com/2012/01/25/how-finnish-design-changed-the-world>

<sup>2</sup> [http://www.deol.hu/disputa/2008/Disputa\\_08-09.pdf](http://www.deol.hu/disputa/2008/Disputa_08-09.pdf) (*Száz év design. A finn formatervezés múltja és jelene* 41–5.)

## Miért épp a formatervezés? – Egy kis finn történelem

A két világháború között valamennyi északi ország magas színvonalú formatervezési kultúrárt hozott létre, amely a természetes anyagok, és köztük is elsősorban a fa szeretetére és ismeretére épült. A német, francia, holland tervezők kemény, sima (nemegyszer fémelemeket is használó) felületeivel szemben a svéd, finn, norvég, dán designerek alkotásait a lágyabb forma és anyaghasználat jellemzi. A legtöbb bútort rétegelt és hajlított nyírfalemezből készült, melynek technológiáját a finn Alvar Aalto találta fel. A bútorok egyszerű szerkezetűek, praktikusak és szépek voltak. A fához mint anyaghoz való vonzódás mögött az állt, hogy a népi-paraszti kultúra ekkor még élő hagyomány volt északon. A 20. század elején az északi országok még sokkal közelebb álltak a paraszti életmódhoz és mentalitáshoz, ezáltal a természethez is, mint a közép-európai országok.

Az első világháború utáni gazdasági-társadalmi rend teremtette meg igazán a kibontakozás lehetőségét. A finnek szellemi nyitottságára jellemző, hogy úgy voltak képesek befogadni a nemzetközi törekvéseket (pl. a Bauhaus egyes áramlatait), hogy integrálni tudták a hagyományos kézműves kultúra legfőbb elemeivel. Az így született tárgyak pedig egyszerre finnek és nemzetköziek, s valószínűleg ez a titka a skandináv kultúra tárgyformálásban akkor és azóta is játszott vezető szerepének.<sup>3</sup> A harmincas évek volt a stílus kialakításának nagy időszaka, meghatározó jelentőségű tárgyak születtek ekkor. Ekkor született a Kilita készlet, Aalto híres székei (a legyező- és az Y-lábú, illetve a Paimio-szék), ekkor lett ismert többek közt az Artek neve, Kaj Franck, Tapio Wirkkala vagy Timo Sarpaneva munkássága. A nagy áttörést, a nemzetközi sikereket azonban csak az ötvenes évek hozták meg. Ez volt a finn design nagy korszaka is, melyet a természetszerűség, biztos formaalkotás, egyszerűség és magas színvonal jellemez. Ekkorra már volt vásárlói igény a formatervezett cikkek tömeggyártására és kialakult a gyártás technikai háttere is. Az ötvenes évektől Finnország design nagyhatalommá vált.

Ezekre az előzményekre építve indították el 2000-ben a *Design 2005!* programot, mely egy jól átgondolt nemzeti designstratégia volt, azzal a céllal, hogy állami támogatással felfejlessze és a világ élvonalába juttassa a finn formater-

---

<sup>3</sup> Judith MILLER: *Design. A forma művészete a 19. század végétől napjainkig*. Geopen 2010, 76.

vezést, a designtermékeket pedig a finn kulturális export részévé tegyék. A formatervezés kiemelt stratégiai ágazattá vált.<sup>4</sup>

Céljuk eléréséhez a finnek rendkívül gyakorlatiasan fogtak hozzá. A kormánystratégia részeként a vállalatok jelentős erőfeszítéseket tettek a finn ipari technológiák fejlesztése érdekében, széles tanácsadói irodahálózatot építettek ki és képzési stratégiát is hirdettek. A 90-es évek közepén ugyanis még csak 7000 képzett formatervező dolgozott a design területén, ipari formatervező pedig különösen kevés volt. A program célul tűzte ki, hogy 2005-re a design lehetséges alkalmazóinak 30%-a minősített tervezőt alkalmazzon, és a finn vállalatok feléne stratégiai tervében szerepeljen a design szempont. Ugyanezeket az arányokat 2010-re 50%-ra tervezték emelni. Ehhez természetesen az oktatási hátteret is kialakították.

## Jellemzők

A finnek már kezdetektől igyekeztek a formatervezés ipari felhasználását erősíteni, s ez a vonal ma is erős. A formatervezés ipari felhasználásának jó példája, hogy a dekoratív tányérok, tálalóeszközök, porcelánokat gyártó Arabia cég WC csészéket és mosdókagylókat is készít. A praktikumra, használhatóságra törekvés vonzó tulajdonsága nemcsak a finn, de a skandináv design egészének is. A svéd formatervezéssel kapcsolatban hangzott ugyan el, de a finnre is érvényes, hogy „a tervezők sohasem csupán szép tárgyakban gondolkodtak. A designer mondanivalót is kell, hogy megfogalmazzon. Szolgáltatot teljesít a gyártó és a felhasználó között. A svéd designerek mindig is azt tartották szem előtt, hogy az általuk megalkotott autóbusz, repülőtér vagy honlap hogyan hat majd annak felhasználójára. Számunkra ez az egyik legfontosabb szempont, tekintet nélkül arra, hogy egy, ezer vagy tízmillió emberről van szó”.<sup>5</sup>

A funkcionalizmus vezérelvvé vált a finneknél is. A finn formatervezés nagy alakját, Aaltót nagymértékben inspirálta a hagyományos japán építészet funkcionalizmusa és anyaghasználata, az egyszerű és tartós szépség iránti vonzódás, a hasonló színvilág. A japán és finn design hasonlóságai motiválták

---

<sup>4</sup> <http://www.culturalpolicies.net/web/finland.php?aid=91>

<sup>5</sup> Az idézet a Svéd Ipari- és Formatervezők Szövetségének elnökével, Robin Edmannel készült interjúból való; lásd: <http://www.svedasztal.com/svedkreativkommunikacio/a-jo-design-legyen-mindenkie-65422.html?print=1>

a Marimekkót is, hogy több japán tervezőt is foglalkoztasson. Katsuji Wakisaka 1968 és 1976 között tervezett a Marimekkónak, Fujiwo Ishimoto 1974-ben lett a cég tervezője és egészen 2006-ig dolgozott náluk.<sup>6</sup>

A design hétköznapi életbe emelése rendkívül fontos eleme a finn formatervezésnek. Az ergonómia, az ember térarányainak messzemenő figyelembevétele a tervezéskor mindig fő szempont. A Fiskars cégről például tudjuk, hogy ők gyártottak először ollót balkezeseknek, Aalto Paimio-széket (a Paimioi tudószanatórium betegek számára készített hullámvonalat idéző szerkezetű pihenőszéket) pedig úgy emlegetik, mint humánus választ a modernizmus végletes geometriájára. Fontos jellegzetessége a finn formatervezésnek a más vonatkozásban már említett hagyománytisztelet. Sok harmincas-negyvenes évekbeli ikonikus designtárgyat máig gyártanak, persze gyakran a megváltozott igényeknek megfelelően átalakított formában. Aalto legyezőlábú székeit ma is készítik, de rétegelt falemezen kívül gyártják plexiből is.

Jellemző példa a hagyományok tisztelésére a finnek zászlóshajója, a Nokia példája. A céget 1865-ben alapították, kezdetben fűrészmalom volt, majd sok mindennel foglalkoztak. A kaucsukiparban is működtek, gumitermékeket, kábeleket, huzalárukat és többek között gumicsizmákat gyártottak horgászok és bányászok számára. A nyolcvanas években a Nokia már papírt, számítógépet, gumicszimat és televíziókészüléket egyaránt gyártott. A 90-es évek elején aztán megszületett a stratégiai döntés, hogy a cég mobiltelefonokat fog gyártani, s ezzel a döntéssel világmárka is született. Nem dobták azonban el véglegesen a kezdeti sikereket hozó ágazatokat, csak háttérbe szorultak a fő profillá váló mobiltelefon-gyártás mellett. Ma is megvannak a Nokia eredeti ágai: a Nokian Jälkineet folytatja a csizmagyártás hagyományát, a Nokian Renkaat pedig az autógumi gyártást.<sup>7</sup> Ne feledkezzünk azonban meg arról, hogy mindezek mellett a nemzeti designstratégia szellemében természetesen elsősorban exportcikkekről van szó, melyekkel az állam célja bevételek szerzése, tehát a designnak számottevő pénzügyi vonzata is van a piaci versenyben. Jelszavuk is lehetne: „Good design is not only better life, it is also better business”<sup>8</sup> (szabad fordításban: „A jó design nemcsak jobb élethez, több pénzhez is segít”).

Ma már egyáltalán nem elég ugyanis csak a minőségre, praktikumra vagy megbízhatóságra utalni egy-egy termék esetén, hiszen bárki tud megfelelő

---

<sup>6</sup> <http://fi.wikipedia.org/wiki/Marimekko>

<sup>7</sup> <http://www.nokia.com>

<sup>8</sup> <http://wdchelsinki2012.fi/en/roots-new-growth>

feltételek között jó minőségű terméket gyártani. De ha ez nem elég tetszetős, hiába jó minőségű, nem fogják megvenni. Ilyen értelemben a design marketingstratégiai kérdés, célszerű, és pl. a Nokia példáján keresztül látható is, hogy bőven megtérülő befektetés a designra költeni. A Nokia figyelt fel először arra, hogy a telefon az ezredfordulóra használati tárgyból divatcikké lépett elő, és (főleg a nők igényeinek megfelelően) előállt a telefonjaihoz készített cserélhető előlapokkal, melynek köszönhetően újra piacvezető lett a mobiltelefonok piacán. Ez a példa jól mutatja, hogy nem túlzás az a kijelentés, hogy minden termék a designnak köszönheti, ha megveszik.

A finn termékek sikerének tartható, hogy követőkön kívül csakhamar utánzókra is leltek. Aalto termékeinek (a Paimio-székeknek, illetve a háromlábú székeknek) a hatását látjuk az IKEÁ-ban forgalmazott, Gillis Lundgren által készített Poäng fotelenen, vagy a Frosta ülőkén (ld. 1. kép).

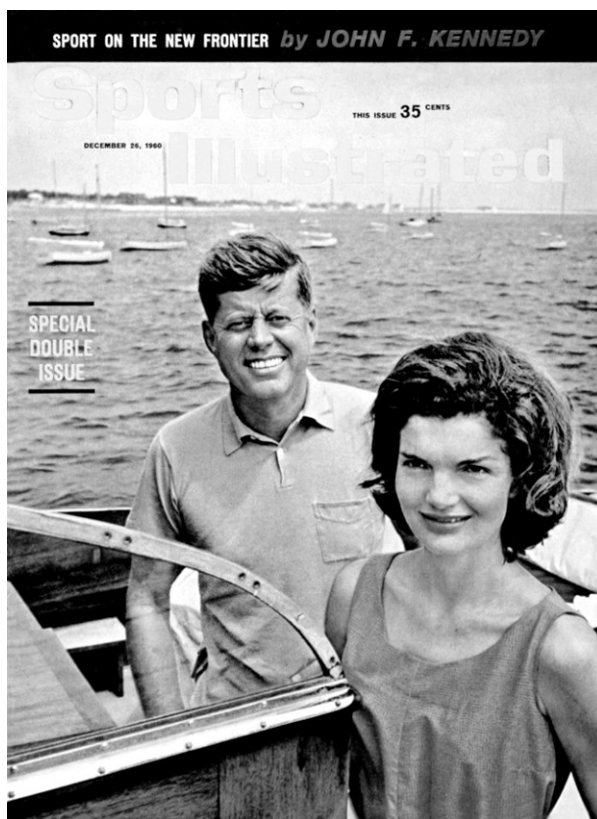


*Frosta-ülőke (1. kép)*

A tudatos marketingen kívül azonban néha meglepő helyről is kapnak váratlan reklámot a finn termékek. A '60-as, '70-es években Finnországot élénk színű mintáival és egyszerű vonalvezetésével már meghódító Marimekko textiljei 1961-ben például amiatt váltak hirtelen világszerte ismertté, hogy az akkor divatikonnak számító Jackie Kennedy többször is megjelent a cég ruháiban, amivel hatalmas érdeklődést keltett irántuk (2. kép).

Összesen 7 olyan ruhát viselt, amelyek a finn designcég anyagaiból készültek, ezekben 400 újság és magazin címlapjára került, így segítve férjét az amerikai elnökválasztási kampányban. Napjainkban a Converse tornacipőt, a Dolce & Gabbana pedig nagy sikerű kollekciót tervezett a Marimekko híres pipacsmintájával (3. kép).

Jackie Kennedy (2. kép, jobbra) és a pipacsmintás ruha (3. kép, balra, lent)

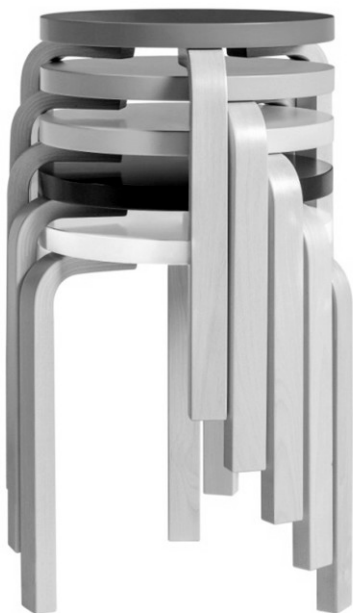


## Design ikonok Finnországból<sup>9</sup>

Alább néhány rendkívül önkényesen kiválasztott „designikont” mutatok be, amelyek mára a finn formatervezés jelképévé váltak. Legtöbbjük 30–40 éves, de java részüket most is gyártják, és szerepük meghatározó, nem egyszer iskolatehertő a finn, sőt az egyetemes formatervezés történetében is.

### *Alvar Aalto háromlábú széke (4. kép)*

Aalto 1933-ban tervezte azt a háromlábú széket, amivel folytatta a világos vonalvezetésű, funkcionális skandináv design hagyományát. E szék esetében alkalmazta egyik első alkalommal az általa kifejlesztett fahajlítás technikát, amely később sok Aalto-bútor formájában tér vissza. A Viipuri Könyvtár számára készültek ezek az egymásba rakható nyírfalemez székek, s mikor Aalto néhány más munkájával együtt több helyen, köztük a londoni Fortum & Mason áruházban kiállították, óriási szenzációt keltett. A széket az Artek cég hozta forgalomba, és gyártja ma is.



Aalto egyébként nemcsak tehetségével, hanem sokoldalúságával is kivívhatja tiszteletünket. Eredetileg építész volt, de belsőépítészként, lakberendezőként és formatervezőként is jeleskedett, dolgozott fával, üveggel, textillel, tervezett többek között könyvtárat, templomot, közösségi és magánházakat, bútort, ékszert, vázát, poharat és textilt.

*Alvaar Alto háromlábú széke (4. kép)*

---

<sup>9</sup> A [http://www.designforum.fi/Design\\_Icons](http://www.designforum.fi/Design_Icons) alapján.

Tervezőként elődleges célja mindig is az volt, hogy hozzájáruljon az emberek kényelméhez és boldogságához. Mind a tárgyak, mind az épületek tervezése során nagy figyelmet fordított a természetes formák alkalmazására. Már egyik elő nagy projektjét, a Paimiöi Tüdőszanatóriumot is annak szellemében tervezte, hogy a betegek és a kiszolgáló személyzet is minél elégedettebb legyen a környezettel. A padló például portaszító anyagból készült, a lépcsőket meg vidám citromsárga színűre festették. A tüdőbetegek részére készült el híres pihenőszéke, melynek alakját úgy alakította ki, hogy a betegek a lehető legkönnyebben tudjanak lélegezni.<sup>10</sup>

*Kaj Franck Kilta készlete (1953) (5. kép)*

Kaj Franck kiemelkedő szerepet játszik a finn formatervezés történetében: nemcsak üveg- és kerámiatervezője volt az Arabiának és Nuutajarvi üveggyárnak, de tervezők generációinak tanította is a mesterséget. Munkásságával forradalmasította a terítéktervezést, eltávolítva róluk mindent, ami felesleges, és csak a lényegi elemeket hagyta meg. Gyakran említik úgy is, mint a finn formatervezés lelkiismeretét.



*Kaj Franck Kilta készlete (1953) (5. kép)*

<sup>10</sup> Judith MILLER: *Design. A forma művészete a 19. század végétől napjainkig*. Geopen, 2010, 76–7.



A Kilta készletet az Arabia kezdte gyártani 1953-ban. Megjelenése egész kis forradalmat indított el. Letisztult formavilágú, egységes megjelenésű, több-funkciós elemekből állt, melyek egyenként is használhatóak voltak. Az egymásba rakható elemekből álló készlet igen praktikus volt a második világháború utáni időszakban, amikor kis háztartásokat vezettek és a lakások is szűkösek voltak. A készletet ebben a formában 1975-ig gyártották, de Franck és társai 1981-ben újraindították Téma néven, mellyel kapcsolatban a tervező így fogalmazott: végtelenül kombinálható és mindig alkalmazkodó, a Téma illeszkedik ahhoz, ami már van otthon.<sup>11</sup>

*Annika Rimala Tasaraita pólója (1968) (6. kép)*

Annikka Rimala tervezte 1968-ban az azóta igazi ikonná vált csíkos pólót. Az ő ötlete volt az egyenlő, keskeny sávokkal csíkozott pamutanyagok használata, mely a tasaraita 'egyforma csík' nevet kapta. Rimala olyan pólót akart tervezni, mely jól illik az akkor divatba jött Levi's farmerhoz, ezért egyszerű, csíkos, mindenhez és mindenkihez illő (uniszex szabású) ruhát tervezett. A póló sikere az egyszerű szabással, egymáshoz illő, de kontrasztos színekkel magyarázható, és azzal, hogy minden testalkatra megfelelő. Viselői szerint a mindennapi öltözködés igazi Jolly Jokere. Tervezése óta folyamatosan gyártják több színben is, és nagy sikerrel forgalmazzák.<sup>12</sup>



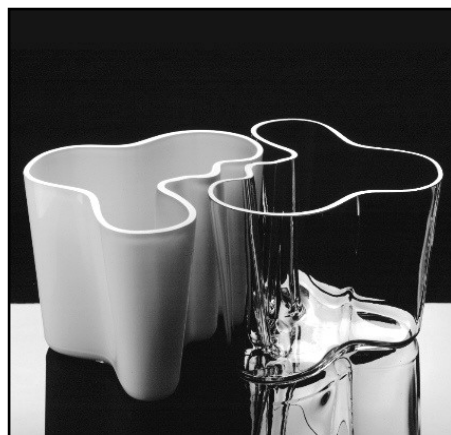
*Annika Rimala Tasaraita pólója (1968)  
(6. kép)*

<sup>11</sup> [http://www.iittala.com/web/littalaweb.nsf/en/home\\_teema\\_kartio](http://www.iittala.com/web/littalaweb.nsf/en/home_teema_kartio)

<sup>12</sup> <http://www.haute-world.com/2010/01/marimekko-helsinki-finland.html>

***Alvar Aalto Savoy vázája (1936) (7. kép)***

Aalto és a Savoy váza neve annyira összeforrt, hogy sokan kifejezetten Aalto-vázaként is emlegetik ezt a felülről víztócsára, oldalról a tenger hullámaira, mások szerint az eszkimó asszony bőrcsizmájának redőzetére emlékeztető több színben és változatos méreteken is elkészített gyönyörű vázát. Az 1937-es Párizsi Világkiállításon mutatták be, ahol egyébként maga Aalto tervezte a finn pavilont is. Ez a hullámformájú váza hamar forradalmasította az üvegtervezést és szinte azonnal jelképévé vált a finn formatervezésnek. Aalto ugyanebben az évben tervezett egy Helsinkiben álló, Savoy nevű éttermet, mely ugyancsak díjat nyert: a váza innen kapta a Savoy nevet. Az általa a mai napig gyártja hatalmas sikerrel.



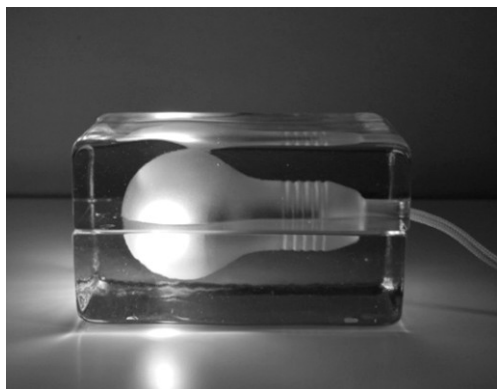
*Alvar Aalto Savoy vázája (1936) (7. kép)*

***Yrjö Kukkapuro Karuselli pihenőszéke (1964) (8. kép)***

A belsőépítész Kukkapuro hosszú időt töltött a Karuselli szék tervezésével, melyet végül 1964-ben kezdtek el gyártani. A lágyan hajló hintaszék üveggyapotból és kárpitozott bőrből készült. Tervezésekor mind a szék anyaghasználata, mind pedig hihetetlen kényelmessége forradalmi újításnak számított, sokan az 1900-as évek egyik legjelentősebb formatervezési termékének tartják. Az ergonómia és a bűtor szerkezeti jellemzői egyaránt fontosak voltak a tervező számára. A szék vicces elnevezését Kukkapuro Isa nevű hét éves lánya adta, aki mikor meglátta a prototípust, így szólt: „Ez olyan, mint egy körhinta” (carousel). Kukkapuro 1995-ben megkapta a tervezők legrangosabb díját is, a Kaj Frack Design Díjat.

***Harri Koskinen Block lámpája (1996) (9. kép)***

Harri Koskinent a legismertebb mai finn tervezők között tartják számon. Ipari üvegtégla ihlette lámpái tették elsősorban a nagyközönség előtt is ismertté, melyek még a híres New York-i Museum of Modern Artban (MoMA) is ki vannak állítva. Magát „az ipar barátjának” nevezi, mind a gyártók, mind a felhasználók számára újszerű megoldásokra törekszik, és a feltétel nélküli funkcionalitás iránti igénye jellemzi. Elsősorban üvegtárgyakat és bútorokat tervez, de edények, sőt parfümös üveg is fűződik a nevéhez. 2000-ban őt választották Finnországban az Év Fialat Tervezőjévé.



*Yrjö Kukkapuro Karuselli pihenőszéke  
(1964) (8. kép, középen)*

*Harri Koskinen Block lámpája (1996)  
(9. kép, jobbra, lent)*