



Petrik Rita

TŰNT IDŐK EMLÉKEZETE

**Somlai Tibor: Volt és nincs
Nagypolgári és arisztokrata enteriőrök
1900-1945**

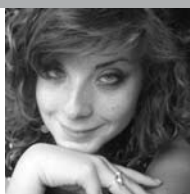
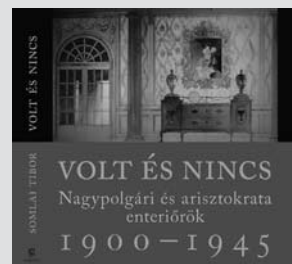
Corvina Kiadó, Budapest, 2012

Budapest csodálatos történelmi épületei között járva mindig hiányérzettel töltött el, hogy nem láthattam a várost fénykorában és az azt követő néhány évtizedben, a pusztulás, romlás, rontás előtt. A házak – bár új élettel teltek meg – csupán üres héjak, amelyekből elveszett az a miliő, amelynek befogadására építették őket. Somlai Tibor legújabb kötete feleleveníti ezt a végérvényesen elmúlt időt, a történelem és a környezeti kultúra iránt érdeklődők legnagyobb öröme.

A huszadik század belsőépítészeti irányzatait 1970-ig bemutató sorozatának harmadik kötete (amely az időrendet tekintve az első

is lehetett volna) nem csupán a főváros nagypolgári és arisztokrata enteriőrjeit, hanem vidéki kastélyok és villák belső tereit, valamint három neves műgyűjtő otthonát is elénk tárja. A komoly kutatómunkán alapuló válogatás hangsúlyozottan szubjektív jellegű, tudományos igényű leírások helyett a szerző saját értékrendjét osztja meg olvasóival. A fényképek fele közgyűjteményekből, másik része családi fotóalbumokból származik. A könyv szinte lehetetlen, bár a befogadást megnehezíti, hogy a képeket csak a főszövegben lehet beazonosítani. Ha második kiadásra kerülne sor, érdemes lenne megfontolni, hogy képaláírásokkal egészítsék ki az eredeti anyagot. Az igényes és nagy szeretettel összeállított mű értékét tovább növelné az adatok pontosítása, az igazolható feltevézésekre adott korrekt válasz.

4/5 ●●●●●



Szilágyi Dorottya

„HALLGASSANAK RÁM, MOST VEGYENEK KERTITÖRPÉT”

**Poós Zoltán: Állami Áruház
– Egy letűnt kor kultikus tárgyai**

Collective Art Kft., Budapest, 2012

A fentebbi idézet – noha a kötetével azonos című filmből való, s az évszám sem egyezik – azért tűnik jó címnek, mert jól összefogja Poós Zoltán kötetének mondanivalóját, hangulatát. Poós legújabb könyve ugyanis a kor tárgykultúráján keresztül remekül reprezentálja a hajdani szocialista (kis)kereskedelmet, és a fogyasztói társadalom első szárnycsapásait.

Az *Állami Áruház* című kötet szerzője – aki egyébként szépíróként vált népszerűvé – újragondolta és kibővítette *Szivárvány Áruház*, illetve *Szivárvány Nagyáruház* című regényét, melynek végeredményeként megszületett az immáron 122 db „kultikus tárgyat”, és 18 régi plakátot tartalmazó *Állami Áruház* című könyve.

A kötet inkább design albumra emlékeztet, mintsem regényre, viszont az író egy kedves kis történetet kanyarint a műben felsorakoz-

tatt tárgyak és plakátok köré. Ezáltal válik tárgykatalógus és kortárs szórakoztató irodalom elegyévé.

A sztori főszereplője Józsi, a huncut délkelet-magyarországi kisfiú, aki időközben lázadó kamasz-szá cseperedik; utalva akár az író gyerekkorára, ezzel a momentummal zárul az *Állami Áruház*.

A fiktív események és színes képek mellé viszonylag részletes termékleírást is kapunk, amelyek segítségével a most fiatal generáció is megismerheti a manapság virágkorát élő retro kultusz szimbólumainak, kultikus tárgyainak és totemeinek eredeti kerettörténetét.

Az *Állami Áruház*at korosztálytól függetlenül bátran ajánlom mindenkinek. Nem azért, mert kiegészítő ismereteket nyújthat, és nem is pusztán a retro képek miatt, hanem mert visszacsalja azt a sokat sejtető mosolyt az arcunkra, amely valami régi kedves emlék felidézésekor bújjik elő.

5/5 ●●●●●



Martinkó József

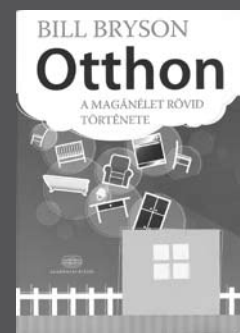
MINDENKINEK, MINDENRŐL

**Bill Bryson: Otthon – A magánélet rövid története
Akadémiai Kiadó, 2012**

Akik olvasták Bill Bryson zavarbaejtően ambiciózus címen megjelent kötetét, a *Majdnem minden rövid története* címűt, nagyjából tudhatják, mire számítsanak. Hatalmas jegyzetapparátussal, adatgazdagon, mindazonáltal rendkívül lazán és arányosan megírt szövegek ezek, amelyek képesek a tudomány- és kultúrtörténet tényeit a laikus közönség számára is közérthetően feldolgozni. Ebben a munkában az angolszász zsurnalizmus, a tényújságírás hagyománya válik Bryson legfontosabb eszközévé. Kerülve mindent, ami a „brit tudósokra” emlékeztetné szerzőnket: humorral, fanyar kiszólásokkal fűszerezi nagyívű összefüggéseit mindarról, amit napjaink embere kézenfekvőnek, hétköznapiaknak, szóra sem érdemesnek tart. Miután az amerikai születésű szerző másodszer is letelepszik Nagy-Britanniába, Norfolk közelében megvásárol egy viktoriánus házat, ahova négy gyermekével és feleségével költözik be. Immár friss ingatlanulajdonosként, egy beázás nyomát követve keveredik fel a padlásra, ahonnan egy titokzatos ajtón keresztül lép ki a párkányra,

amiről nagyszerű kilátás tárul fel. Ez az a pillanat, amikor szerzőnk elhatározza, hogy megírja egy letűnt kor történetét úgy, hogy nem mozdul ki otthonról. Kutatásának tárgyát tehát az épület, a táj, a település, a ház berendezése, helyiségei és elrendezése adja. Az eredeti építető egy lelkes, Thomas Marsham tiszteletes volt. A ház építésének éve 1851, ez az évszám Bryson számára állandó, vissza-visszatérő viszonyítási ponttá válik. Forrásai, „tárgy életrajzai” ehhez az évhez kötődnek, azonban ha az összefüggések megértése azt kívánja, akkor a Római Birodalom előtti időkbe, vagy Palladio korába tesz hosszabb kirándulásokat. Amerikai születésű lévén a két ország viszonyát, politikátörténetét is értő módon vázolja fel, és egy-egy technikai találmány, vagy élethelyzet illusztrálásaképpen zseniális mikro-életrajzokat vet papírra. Mindazonáltal nem az uralkodók és a nagypolitika hivatalos történetét olvassuk, hanem pletykák, kudarcok és sikerek, gyarlóság és esendőség privát történetét. Mivel Bryson egyik kutatási területe az etimológia, ezért a magyar fordítás kapcsán ki kell emelni Gilicze Bálint szerkesztő, és Erdeős Zsuzsanna fordító nagyszerű munkáját is. Megjegyzéseik, lábjegyzeteik nélkül szegényebb lenne a szöveg, aminek elolvasásától senkit se rettentessen vissza az a tény, hogy az utolsó hatvan oldalt a felhasznált irodalom, illetve a tárgy- és névmutatató foglalja el.

5/5 ●●●●●





Kaptár F. Krisztina

KORTÁRS DIVATTEREK

Fashion Worlds – Contemporary Retail Places
Braun Publishing AGC, 2012

Michelle Galindo számos építészeti és belsőépítészeti tematikus kötet szerzője. A Braun Kiadó által megjelentetett, üzleteket bemutató sorozatának előző – könyvesbolt, illetve kávézó enteriőrökkel foglalkozó – kötetei után figyelmét napjaink leggyorsabban változó iparágára, a divatra fordította. A divatüzletek belsőépítészeti kialakítása és annak minősége a kezdetek óta az üzletpolitika elválaszthatatlan részei, napjainkra, az internetes kereskedés és a virtuális üzletek korába érve fokozott jelentőséggel bírnak. Ahhoz, hogy érdemes legyen ott honunk melegéből kilépni, és vállalni a kattintáshoz képesti idő- és energiárfordítást, a hagyományos üzletben sétálgató vásárlónak jelentős plusz élményt kell kapnia. Pozitív érzésekkel kell feltöltenie már magának a nézegetésnek is, különben egyre kevesebben fogják venni a fáradságot az üzletek személyes felkeresésre. Ez a jelenléte, a divat műfajából adódó állandó lépéstartási kényszerrel kiegészülve új kihívások elé állítja e terek megtervezőit. Az üzletek desingja egyrészt fenn kell tartsa a divatmárka vagy a divattervező arculati elemeit, másrészt az állandóan változó kollekciókhoz is illeszkednie kell. Legyen szó akár urbánus-szabadidős, utcai prêt-à-porter vagy haute

couture divatról, a feladat ugyanaz: a kollekciónak tökéletes térbeli környezetének megteremtése, és ezzel a célcsoport még pontosabb megszólítása.

A könyv ehhez ad ihletet és ötletet. A kötet legelején egy igen érdekes és részletes divattörténeti esszét olvashatunk, majd a divatüzletek ikonikus példáit veszi sorra. A vizsgálódási kör nagyon széles: kis designerboltoktól (Kings Road Anthropologie, London) kezdve, egy-egy márka flagship üzletein (Zara, Róma) át, a legnagyobb divatházakig (Hermès Rive Gauche, Párizs). A világ minden tájáról alfabetikus rendben bemutatott félszáz divattér sorát egy japánnal nyitják, a 24 Issey Miyake egyik üzletével, zárásként pedig a Zuo Corp varsói pop-up üzlete kerül bemutatásra. A gazdagon illusztrált, alaprajzokkal is ellátott könyvben külön öröm számunkra, hogy két magyarországi üzlet – a Nanushka Beta Store és a Capsula Multibrand Store – is részletesen bemutatkozik.



5/5 ●●●●●



Kadlót Nikolett

MUTASD A BICIKLID, S MEGMONDOM, KI VAGY!

Velo 2nd Gear – Bicycle culture and style
 Szerk.: Sven Ehmann, Robert Klanten
Gestalten, Berlin, 2013

Kétségtelen (és szerencsés) tény, hogy a kerékpáros kultúra terjedőben van: egyre többen ismerik fel benne a környezetbarát, hatékony közlekedési eszközt, a sportolási, sőt mi több: az önkifejezés lehetőségét! Elég Budapestet néznünk: ahogy jön a tavasz, ellepik az utcákat a csajos, laza, elegáns, sportos, pasis, vicces biciklisek. Az interneten terjedőben a kerékpárosokra vadászó paparazzi műfaj: blogok, weboldalak gyűjtik csokorba az aznapi kerékpárosokat, megjelenésük, felszerelésük vagy drótszamaruk alapján kategorizálva őket.

A berlini Gestalten kiadó frissen megjelent kötete sem tett mást, mint hogy különböző aspektusok szerint rendezve összegyűjtötte a téma legjobbait. Az így összeállt gyűjtemény sajátos egyvelege egy tematikus katalógusnak, egy adott tárgykultúrát feltérképező, történeti elmélkedésnek, és egy képes albumnak. Itt ugyanis gyönyörű fotók ébresztenek kedvet és kíváncsiságot az olvasóban, s miközben a legnevesebb gyártók, ötletemberek és tervezők munkáit nézegetjük, óhatatlanul elkap az a jó érzés, hogy mi is tagjai legyünk ennek a globális közösségnek. S éppen ez a komplexitás teszi szerethetővé, fiatalossá, és főként lendületessé a kötet olvasását, nézegetését.

Ugyanis a szerkesztésnek köszönhetően, amíg sorra megismerjük a klasszikus versenykerékpárokat, high-tech kétkerekűket, városi cirkálókat és vintage darabokat: ezeken keresztül azt is körüljárjuk, hogy ez a globális szubkultúra hogyan reprezentálja önmagát tárgyain, vázain, felszereléseiben vagy egyszerűen csak az egyes kerékpárosok megjelenésén keresztül? Hogyan fejezheti ki a személyre és igényekre szabott közlekedési eszköz a világról vallott nézeteinket, s személyiségünket, hogy kik vagyunk, vagy kik szeretnénk lenni? A bicikli öltöztet – egyre elterjedtebb ez a mondás. S valóban:

ha ruházatról, kiegészítőkről van szó: a tervezők is méltóan merítenek ihletet a kerékpározásból. Nemcsak a praktikum, hanem a kreativitás is vezeti a kezüket: ezt sugallja a légszák ihlette puha bukkósik; a trendi bicikliseknek kitalált, elegáns öltözet; a táskára szerelhető irányjelző, vagy a minőségi kidolgozású nyereg. Persze a technológiai újítások mellett a vintage, a retro is virágkorát éli: alkatrészekből összeállított barkácsbiciklik, nagyapáink kifogyott kerékpárjai éppúgy egyenrangú tagjai ennek a kultúrának, mint az elektromos meghajtásúak, vagy az utópisztikus megoldások.

A kötet rámutat az egyes kerékpár típusok közötti finom eltérésekre, amelyek nemcsak funkcionális, hanem egyúttal kulturális, életérzésbeli differenciák is, amelyek jótékonyan színesítik ezt a szubkultúrát. Az összeállítás révén világossá válik, hogy a kortárs kerékpáros kultúra fénykorát éli; rohamosan terjed, és élőbb, mint valaha: egy pezsgő nemzetközi közösség.

A közel 260 oldalas kötetben mindenkinek jut kétkerekű, az extrém sport kedvelőinek éppúgy, mint a városi kerekzőknek, vagy a biciklisfutároknak. Valamennyiükben közös a hitvallás: I bike, therefore I am.



5/5 ●●●●●