

Szöveg: BIRCSÁK ESZTER

Fotó: PHIL SHARP

DESIGN HATÁROK NÉLKÜL

Interjú a londoni Design Múzeum igazgatóival



Novemberben, új helyszínen nyílt meg a londoni Design Múzeum, amelynek két igazgatójával, Alice Blackkel és Deyan Sudjic-csal beszélgettem az első hónapok tapasztalatairól, az intézmény kultúrában és társadalomban betöltött szerepéről, és természetesen az elkövetkezendő időszak programjairól.



Milyen érzés az új épületben lenni és mik az első visszajelzések a látogatók részéről?

Alice Black: Egy elég összetett és hosszan tartó munka végállomása ez. Úgy látom, nem csak nekem nagyon jó érzés itt lenni. Az épület lélegzetelállító, és az eddigiek szerint a látogatók is szeretik: az első, nem sokkal több, mint négy hónapban 300.000 érdeklődő fordult meg a múzeumban.

Deyan Sudjic: Igen, több mint harminc ötlet és hosszas tervezés után költöztünk ide, és úgy látom, hogy végre egy szinte kompromisszumok nélküli épülethez jutottunk (az épület maga nemzeti örökség), ahol beigazolódtott: az építészet és a design a kulturális diskurzus része.

Az átrium elég hangsúlyos eleme lett az épületnek. Nagyvonalú és magába szív – egyfajta új múzeumélményre készít fel. Nekem az okori agorákat idézi átlátható terével, találkozási pontként szolgáló szerkezetével és a lépcsőre tervezett ülésekkel. Mit gondolkodnak erről?

D.S.: Igen, az egyik legfontosabb célunk az volt az átriummal, hogy az épületbe érkező látogató azonnal érezze a nyitottságot, a közösségi teret, azt, hogy itt érdemes elvegyülni és részt venni a programokban. A kávézó vagy a bolt csak egy kis része a földszinti térnek, alapvetően a közösségi élményen van a fő hangsúly. Ez a lenyűgöző belső lehetőséget ad arra, hogy egyéb eseményeket, vacsorákat, partikat és akár külsős céges rendezvényeket is befogadjunk. Később ebbe a térbe kisebb kiállításokat is szervezünk. Mindez segíti a költségvetésünket, hiszen nem kapunk állami támogatást a fenntartásra. És természetesen megpróbáltuk valamennyire “nyitva hagyni” az épületet – így az átriumot is –, hogy a kezdeti időszak tapasztalatai alapján legyen módunk alakítani az egyes tereken, funkciókon.

A.B.: Ehhez hozzátenném, hogy fontosnak tartjuk a látogatói visszajelzéseket, és szeretnénk érdemben reagálni rájuk, hisz’ pont ez volt az egyik alapérték, amit már a kezdeteknél megfogalmaztunk: a Múzeum szeretne párbeszédbe elegendeni a látogatókkal, a szakmával és a szélesebb közönséggel egyaránt.

Ne feledjük, a múzeum nemcsak egy városi tér, hanem egy találkozási pont is, amit az átrium sokoldalúsága és építészeti miliője remekül kiszolgál.

Mit gondolkodnak a Design Múzeum kulturális szerepéről? Mint intézmény, milyen értékeket képes közvetíteni a társadalom felé, különösen a digitális kultúra egyre markánsabb térhódításának időszakában?

A.B.: Az előbb említett közösségi lét, találkozási pont még mindig egyértelműen megélhető érték a digitális térrel szemben. Az, hogy megismerhetünk embereket, szóba elegendhetünk velük, vagy éppen megérinthetünk tárgyakat, részt vehetünk eseményeken, és kipróbálhatunk például egy 3D printert – mindez nincs meg az online térben. Ezeket túl – mint intézmény – azt gondolom, a fő értékünk az, hogy képesek vagyunk a programjainkon keresztül fontos témákról beszélni, együttműködésre buzdítani, vagy éppen kérdéseket feltenni és párbeszédre sarkallni szélesebb rétegeket. Végül az általunk bemutatott és bemutatandó programok segítségével a vállalkozókedvet is szeretnénk erősíteni.

D.S.: Az épületben fellelhető terek, mint a könyvtár, a Swarovski Oktatási Központ vagy a rezidencia a kiállítótereken túl épp arra a kulturális platform-funkcióra mutatnak rá, ami a tervezéskor az egyik legfontosabb célunk volt. De véleményem szerint markáns szimbóluma a céljainknak az is, hogy a fiatalok számára készült workshop-térnek van a legszebb kilátása: már csak ott lenni is élmény, inspiráló benne dolgozni.

Az oktatási programjuk meglehetősen széleskörű. Mi indokolja a sok előadást, workshopot vagy éppen versenyt?

A.B.: Az oktatás nem kérdés. Nagyon fontos az egész társadalom számára. Mi itt elsősorban arra helyezük a hangsúlyt, hogy élménnyé tegyük a tanulást, és főként a “learning by doing” elvét követve, aktivitásra buzdítsuk a diákokat. Az egyik kedvenc programom, az immár 7 éve futó Design Venture 14-16-éves diákok számára, akik minden évben más leírást kapnak arra, hogy készítsenek egy maximum 10 font (kb. 3600-3800 Ft) körüli

eladható terméket. A folyamat során megtanulnak egy picit tervezni, számolni, vállalkozni és hirdetni is. A győztes termékötleleteket legyártjuk, és bekerülnek a Múzeum design boltjába, a bevételt pedig a gyerekek által kiválasztott közösségnek adjuk.

D.S.: A design egy remek eszköz arra, hogy a fiatalokat bevonjuk a különböző projektekbe és megnyissunk számukra utakat, akár egy sikeres vállalkozói létforma felé.

Igen, a következő kérdés a design gazdasági szerepére vonatkozik. Mit gondolkodnak, az Önök intézménye milyen szerepet tölt be a lokális, vagy éppen a globális gazdaságban?

D.S.: A design egyben gazdasági szereplő is, ez nem is kérdés. Az egyik legtöbbet emlegetett példa, hogy az Apple üzleti sikerét hogyan változtatta meg a design szerepe. De beszélhetünk arról is, hogy az Egyesült Királyságban a kreatív ipar térnyerése egyre nagyobb, jelenleg a második legfontosabb szektor a gazdaságban. Nyitottnak és befogadónak kell maradnunk gazdasági értelemben is. A mi szerepünk az, hogy minél sokrétűbben mutassuk be, milyen értékek vannak a design területén, milyen kulturális és üzleti potenciál rejlik az egyes szegmenseiben.

A.B.: Mi egyfajta kirakatként működünk, amit remekül jellemez például a Designer-Maker-User kiállításunk. Rámutat azokra folyamatokra, hogy milyen hatása van a designnak a társadalomra, kultúrára, a gazdaságra, a környezetünkre. Vegyük példának a szállítókonténereket, amelyek világszerte meglehetősen átalakították a szállítási módszereket, és magáról a szállításról való gondolkodást. A Brexit is arra mutat rá, hogy a mi feladatunk a design fontosságát hangsúlyozni, hiszen ez az egyik vezető ágazata az Egyesült Királyság gazdaságának. Mi ebben leginkább úgy tudunk részt venni, hogy dialógust kezdeményezünk a kormánnyal, a cégekkel és a közönségünkkel az egyre jobban virágzó kreatív ipar értékeinek elismeréséért.

A közeljövő programjai milyen témákat ölelnek majd fel?

D.S.: Évente hat nagy tárlatot tervezünk a két nagy kiállítóterben. Alapvetően azt gondolom, hogy a designnak több történetmesélésre van szüksége, mint a képzőművészetnek és meg kell mutatnunk a folyamatokat is. A most futó programok közül az Imagine Moscow (kurátor Steiherhoffer Eszter) mutat rá az egyik irányra, amit a jövőben szeretnénk folytatni: elmélyülünk egy-egy témában az adott tematikára reflektáló több tervező bemutatásával. Természetesen teljesen más, de műfajában ehhez hasonló lesz majd a California című kiállításunk, ahol egyébként például Dennis Hopper motorja is látható lesz, amit a Szelíd Motorosok című filmben használt, vagy egy első generációs Apple számítógép. Megint másik irány pedig egy-egy tervező kiállítása lesz, akár retrospektív módon bemutatva eddigi munkásságát. Hamarosan ennek jegyében nyílik például Hella Jongerius Breathing Colour című, installáció-alapú tárlata.

Nehéz nem reflektálni a Brexitre, és ha már Önök is említették, hadd kérdezzem meg, mit gondolkodnak az utóbbi idők történéseiről? Főként, mert a megnyitó sajtóanyagában szerepel London főpolgármesterének, Sadiq Khannak, a London nyitottságára felhívó nyilatkozata.

D.S.: A design határtalan, és én magam sem vagyok a nacionalizmus híve, bár ez gondolom nem olyan meglepő a múltamat ismerve (Deyan született Jugoszláv bevándorló). Ahonnan származom, volt már az Osztrák-Magyar Monarchia, Montenegro, vagy éppen Jugoszlávia része is.

Alice, a Design Múzeum igazgatójaként mindeképpen példaképe lehet legalább a kreatív iparban dolgozó nők számára. Ön, aki sok területen dolgozott – a bankszektortól a kultúrán keresztül a kreatív iparig –, milyen üzenetet küldene a fiatal nők számára?

A.B.: Az első, és egyben legfontosabb üzenetem az önbizalom. Nekünk nőknek magunkért kell kiállnunk. Rendszerint, ha látunk egy lehetőséget (pl. egy munkát), akkor gondosan végig gondoljuk, hogy mennyit tudunk róla, és ha nem ismerjük teljesen, sokszor kihagyjuk a lehetőséget, mert félünk a kudarcotól vagy attól, hogy úgy tűnik, mintha csaltunk volna. Véleményem szerint épp ezt a gondolkodást kell megváltoztatnunk, bátran lépünk kell a lehetőség felé. Amit nem tudunk, majd megtanuljuk. Egyébként pedig bizunk magunkban és a megszerzett tudásunkban.



Mi itt elsősorban arra helyezük a hangsúlyt, hogy élménnyé tegyük a tanulást, és hogy főként a “learning by doing” elvét követve, aktivitásra buzdítsuk a diákokat.