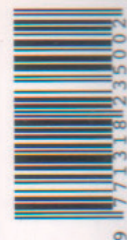


ambient

73

OKTOBER 2007
5,01 EUR / 1200,60 SIT

ISSN 1318-2358



anja
LEPOTICA
DOSKOP
O BELINE
PEČI
LEDOM NA PARK
OVSKO ZRCALO

bno:
CRNKOVIČ

pogovori
NIKA ZUPANČ
ZORAN MILIVOJEVIČ
MARCEL WANDERS

postelje in
garderobne omare
V ZAVETJU
SPALNICE

ski
17

O strastnih razmerjih, o navadnem življenju, o ženskih arhetipih

NIKA ZUPANC



ZALJUBLJENA V OBLIKOVANJE. PROVOKATIVNA INTERPRETKA TRADICIONALNO ŽENSKIH ARHETIPOV. LA FEMME ET LA MAISON, ŽENSKA IN DOM. V KOLEKCIJI NURSING ROOM JE OTROŠKO PUNČKO, ZIBELKO IN PRUČKO SPREMENILA V TRANSPARENTNE URBANE FETIŠE. Z NJIMI JE LANI NA MILANSKIH SALONIH RAZBURKALA OBLIKOVALSKO SRENJO. V NJENI »OTROŠKI SOBI« SO SE GNETLI PREDSTAVNIKI NAJPRESTIŽNEJŠIH OBLIKOVALSKIH PODJETIJ, ISKALCI TALENTOV IN NOVINARSKÉ EKIPE. NA PRIZORIŠČU SATELITOV, NAMENJENEM MLADIM OBLIKOVALCEM, NI OSTALA NEOPAŽENA NITI LETOS. PRIHAJA ČAS ZA SPREMEMBO LOKACIJE. ZA VSTOP V KOLEKCIJE UVELJAVLJENIH PODJETIJ. A TUDI ČE SE TO LETOS NE BO ZGODILO, GRE LE ZA ENO SEZONO. NIKA ZUPANC JE POGUMNA IN VZTRAJNA. ZELO REALISTIČNA. ZAPELJIVKA, KI NAS PREPRIČLJIVO ZMAMI V SVOJ OBLIKOVALSKI DOM.

Sediva na terasi sredi Ljubljane. Kakšno je tvoje razmerje z mestom, v katerem živiš in delaš?

Do Ljubljane imam zelo strasten odnos, ljubim jo in hkrati sovražim. Všeč mi je je njena funkcionalnost. Všeč mi je, da sem blizu narave. Čeprav delam urbane projekte, me navdihuje vaška scenografija. Kot oblikovalka pa pogrešam več razumevanja za stroko, in tega moram zato pač poiskati drugje. Ko smo pred časom preizkušali avto, ki je imel napravo GPS, sem vanjo vnesla cilj Pariz. Zapeljiv ženski glas mi je pojasnil: »From this location there is no route guidance available to your final destination.« To se mi je zdelo pomenljivo predvsem na simbolni ravni. Takrat se mi je zdelo, da je, vsaj kar se dela tiče, iz Ljubljane, iz Slovenije zelo težko najti pot. Ampak v resnici me težave navdihujejo. Iz tega navadnega življenja, iz te rahlo težavne malomeščanske scene izhaja vsa filozofija mojega oblikovanja, Ordinary life, disturbed by Nika Zupanc.

Navadno življenje, ki ga spreminjajo nenavadni zasuki. Če zemljevid poti še ne obstaja, ga narediš sama. Milano je bil dobro izbran cilj.

Očitno. Zelo rada si postavljam naloge, ki se v danem trenutku zdijo nemogoče, ki pri drugih zbujejo začudenje. Ampak jaz sem resnično zaljubljena v oblikovanje. Zavedam se tudi, v čem sem dobra. Vsak mora znati graditi iz svojega talenta, iz tiste točke, na kateri je znotraj stroke najprodnarnejši. Spreminjanje vrednot znotraj oblikovalskega delovanja pri nas je utopično. Še vedno vlada prepričanje, da se moraš najprej dokazati drugje, šele potem te bodo začeli ceniti tudi doma. Kot da nekako narobe dojemamo tržnost. Mnogo stvari, ki imajo velik tržni potencial, velja za umetniške ali za nekakšne eksperimente. Vodstvom podjetij pogosto manjka vizija. Ne upajo biti ustvarjalci trendov, ampak so samo sledilci. Nekaj prepoznajo za dobro šele, ko od nekd drugod dobijo zagotovilo, da je res tako. Za oblikovalce je to seveda zelo frustrirajoče. Zato sem se morala odločiti in zbrati pogum, da svoje ideje predstavim širši strokovni javnosti. Vedela sem, da bom edino tako dobila pravo povratno informacijo. Seveda je temu botrovalo tudi nekaj srečnih naključij, ki so mi pomagala, da sem se lahko popolnoma posvečala oblikovanju in mi hkrati ni bilo treba skrbeti za preživetje.

Za kruh in mleko?

In položnice. Kadar te žene ljubezen, strast, želja po oblikovanju, ne moreš in nočeš odnehati. V obdobju, ko v smislu prepoznavnosti nisem imela kaj dosti pokazati, ko še ni bilo medijskih odzivov in podobnega, mi je pri realizaciji prvega projekta zelo pomagalo Gorenje.

Tvoje oblikovanje je strastno prepričljivo. Nekdo je zapisal, da v oblikovanju udejanjaš ženski princip. Kako se odzivaš na take definicije?

Nič nimam proti oznaki ženski princip. Čeprav gre za izrazit kliše. Vendar delitev na ženske in moške stvari realno obstaja. Oblikovalsko stroko, parametre, ki so vladali v zadnjih sto letih, so postavljali moški. Zame pomeni velik izziv uporabiti predmete ali detajle, ki veljajo za izrazito ženske, včasih tudi za naivne. Uporabljam jih zadržano, tako da postanejo usodno lepi ali pa zanimivi in se jim tudi moški, ki sicer prisegajo na stara pravila, ne morejo upirati. Delovati znotraj arhetipov, ki veljajo za izrazito ženske, in jim dajati nove pomene, je mejno področje, ki me zelo vznemirja.

Te torej navdihujejo ženske stvari?

Navdihujejo me tudi knjižni junaki in njihove strastno tragične zgodbe. Pisateljici, kakršni sta Virginia Wolf in Sylvia Plath. Zanima me, kakšen bi bil stol, na katerem bi si Ana Karenina prižgala svojo zadnjo cigareto. V sebi nosim tudi mnogo tistega, kar me je oblikovalo v puberteti. Temno, rahlo melanholično obdobje, ki me še vedno pelje naprej. Joy Division z Love will tear us apart. Morda se bodo komu zdeli ti navedki preveč romantični. Ampak zame so pomembne te majhne stvari, ti trenutki. Pikasta bluza moje none, prvoborke, v kateri je skrivala orožje med drugo svetovno vojno. Morda mi bo kdo oporekal, da gre za šibka izhodišča v industrijskem oblikovanju. A to je odsev moje senzibilnosti, to je tisto, kar lahko ponudim.

Skozi običajne predmete pripoveduješ nove zgodbe. Tradicionalna slovenska zibelka se je skozi tvojo interpretacijo spremenila v vznemirljivo urbano provokacijo, ki je lani tudi v Milanu zbudila veliko pozornosti.

Za zibelke še vedno vlada veliko zanimanje. Včasih pomislim, da bi jih bilo pametno začeti izdelovati. So na meji med nekakšnim imidž projektom in popolnoma odprto tržno nišo. Sodijo pač med tiste predmete, ki oblikovalsko še niso dovolj raziskani. Vendar je danes moj cilj drugje: s svojim oblikovanjem bi rada prodrla v top end podjetja, in to le zato, ker samo slednja omogočajo kakovostno izvedbo oblikovalskih zamisli in s tem razvoj same oblikovalske stroke.

So to podjetja, ki so te opazila na milanskih Satelutih?

Za zibelke se je zanimal Kartell. Tudi sama sem bila prepričana, da je to zanje pravi izdelek. Vodilni ljudje iz Kartella so se pojavili na mojem

razstavnem prostoru na Satelitih. Vzeli so si celih petinštirideset minut časa, med katerimi smo se precej prerekali. Ideja jim je bila zelo všeč, trdili pa so, da bi morala zibelko prodajati v trgovinah z otroškim pohištvom, ne pa v dizajnerskih trgovinah, kakršne so njihove. Jaz pa sem trdila, da se motijo. Da je to kos pohištva, ki je namenjen predvsem staršem. Po moje pri otroškem pohištvu vlada popolno pomanjkanje domišljije. Videti je, kot da bi bila prepovedana. Vse je podrejeno neki praktičnosti, iz katere sledi, da mora biti mama v supergah, udobnih širokih hlačah ...

Rušiš klišejsko predstavo o mami?

Absolutno. Skozi zibelko sem hotela povedati, da mami ne moremo odvzeti seksualnosti, erosa, ženskosti. Čeprav ima otroka, je še vedno zapeljivka. Pri Kartelu se niso pustili prepričati. So pa rekli, naredite luč, stol ali mizo. Malo sem zavila z očmi, ampak potem sem vzela njihovo držo za izziv in si rekla: V redu. Pa naredimo en preprost stol iz plastike. In tako je nastal maid chair. Zelo zadržan stol z malim zasukom: kako z nekim naivnim, feminilnim elementom, kakršna je čipka, doseči brezčasno eleganco.

Jim je bil všeč?

Ne, in tudi niso povedali zakaj. Smo pa vzpostavili čisto simpatičen odnos in letos so se spet oglasili pri meni.

Všeč mi je, da omenjaš brezčasno eleganco. Na take predmete se človek lahko naveže. Kar ima več pozitivnih plati. Navsezadnje tudi ekološko.

Ekološki moment me pri oblikovanju še posebej zanima. Ne le kar zadeva uporabo ekološko čim manj spornih materialov, ampak predvsem kar zadeva trajnost - narediti predmete, ki bodo trajali v času, ki bodo prehajali iz roda v rod. Stol, ki si ga vesel, če ga podeduješ.

Zelo lepa misel. Seveda ni prav v skladu z ideologijo, ki poganja naš potrošniški impulz po obsedenem menjavanju stvari.

Moje idealistično prepričanje je, da ni tako. Ohranjanje predpostavlja veliko čustveno vrednost predmeta. Teorija emotivne ergonomije pravi, da se oblikovalci z njo premalo ukvarjamo. Zanimajo me predmeti, ki prepričajo na iracionalni ravni. Tak predmet ima v sebi vpisano možnost, da ga bo nekdo podedoval. Mislim, da bi morali biti oblikovalci pri tem bolj skrbni, več bi morali razmišljati o tem, kaj ponudimo ljudem.

Vendar se mi zdi, da vsako leto vidim manj novih stvari, ki se me resnično dotaknejo.

Se strinjam. V svojem novem stanovanju, ki ga ravno zdaj opremljamo, si ne predstavljam niti enega razvpitega oblikovalskega kosa. Preobloženi so s pomembnostjo blagovne znamke, ki jo nosijo, in zato jih nočem imeti v svoji hiši. Morda to zveni malo nenavadno, glede na to, da sem tudi sama oblikovalka.

V oblikovanju se v zadnjem času dogajajo zelo zanimive spremembe. Potem ko je sto let vladalo pravilo, da oblika sledi funkciji, se je to pravilo v zadnjih nekaj letih, ne bom rekla ravno zrušilo, a zgodilo se je zelo veliko prekrškov.

Moj črni konj?

Ta Mooijev konj je zanimiv, v smislu prekrška je zelo dober. Ampak po drugi strani je odprl neko novo polje, na katerem si vsi dovolijo takorekoč vse, kar je bilo še posebej opazno na letošnjem tednu oblikovanja v Londonu. Mislim, da moraš biti zelo spreten, da tak kos prav zastaviš in pravilno definiraš, ker se v nasprotnem primeru zelo hitro spremeni v čisto navaden kič brez kakršnekoli vrednosti, ki bi bila relevantna za razvoj same oblikovalske stroke.

Svet zadržane, trajne lepote oblike na eni in svet dizajnerskega burkaštva na drugi strani?

Mislim, da je Li Edelkoort v intervjuju za Ambient dejala, da se bosta ta dva svetova združila in bo nastala zanimiva nova kombinacija. Tudi sama čutim, da se bo zgodilo nekaj takega. Ker ni mogoče povoziti sto let zgodovine, ki nas je lepo naučila, kako se lotiti oblikovanja nekega predmeta, je pa hkrati povozila emotivni moment, ki je ravno tako pomemben in si ga ljudje želimo. Kakšen bo spoj teh dveh svetov, ne vem, trenutna situacija pa je kar malo grozljiva. Hkrati je to zanimivo obdobje za ustvarjanje. Oblikovanje se vse bolj spreminja v modo, oblikovalci pa dobivajo status popularnih zvezdnikov. Ampak začetek tisočletja je bil silno zabave in se bo morda treba zdaj malo zresniti.

Zvezdnštvo v oblikovanju je seveda tudi v funkciji prodaje. Ime prodaja.

Včasih se mi zdi svet oblikovanja zelo dekadenten. Rahlo snobistična zaprta skupnost, ki se za teden dni zbere v Milanu, kjer se odloča, kaj je v redu in kaj ne, kdo je dober in kdo ni. Saj je po svoje privlačno, a je po drugi strani mogoče tudi malo etično vprašljivo. Na svetu le obstajajo veliko pomembnejše stvari.

Vendar brez tega ne gre. Biti moraš zraven, če hočeš prodreti.

Seveda. In ta odziv je odločilen. Vsi te pridejo pogledat. In šele takrat natančno veš, kaj si sploh naredil. Ta odziv ti da energijo.

Sateliti so namenjeni mladim in neznanim oblikovalcem. So nekakšna odskočna deska. Tvoje delo so opazili že prvič. Si se letos mogoče že počutila kakor da ne sodiš več tja?

Prihodnje leto ne bom več sodelovala na Satelitih, ker so se letos odprle možnosti za produkcijo treh mojih izdelkov in seveda upam, da se bo to res zgodilo. Moj cilj je, da bom prihodnje leto v Milanu na drugi lokaciji, na razstavnem prostoru uveljavljenih podjetij, kot del njihove produkcije. To je seveda rahlo tvegana poteza, ker tega ne vem zagotovo. A tudi če se to ne bo zgodilo, bom izgubila zelo malo, eno sezono. Zagotovo ne bom odnehala. Za omahovanje tu ni prostora. Neuspeh je samo posledica premajhne vztrajnosti.

Pri oblikovanju slediš svoji strasti, pri poslu si pragmatična. Zazdaj delaš vse sama. Sama svoja menedžerka?

Na začetku sploh ni druge možnosti, kot da sam poskrbiš za vse. Zdaj pa sem na točki, ko tega že ne zmorem več. Veliko stvari je: od konceptov, produktnih načrtov, tehnoloških raziskav do komuniciranja z javnostjo. Sicer pa se še nimam za produktno oblikovalko. To bom postala šele, ko bom imela prvi izdelek v serijski proizvodnji. In takrat bom potrebovala ekipo ljudi. Menedžerja pa najbrž ne bo zraven. Če so izdelki dovolj zanimivi in prodorni, se »menedžerirajo« sami. Tudi v medijih, ker ti kreirajo javno mnenje in lahko potencialne izdelovalce, ki so pogosto negotovi, prepričajo, da se v nekaj spleta investirati.

In kadar dvomiš?

Malo za šalo in malo zares: sem v konstantem "samodialogu" z Marcelom Wandersom, Phillipom Starckom in s svojim profesorjem Sašo Mächitgom. Na prva dva se včasih jezim: kadar se mi zdi, da sta mi nekaj ukradla naravnost iz glave ali da razmišljamo preveč podobno. Nista moja vzornika, sta zgolj razvpita oblikovalca, s katerima primerjam svoje delo. Profesor Mächtigt pa me opozori, kdaj je preveč, ustavi me, da ne grem čez mejo. Tako v mislih ostaja z mano kot sinonim za del stroke, ki so nas ga naučili v šoli. In moja šola vsekakor ni bila slaba - naučila me je, da je mogoče prav vse. **A**