



Klaus Aallon Take out -säilytyskaluste.

Muoto seuraa aikaansa

► Suomalaisnäyttely rikkoo muotoilun ja taiteen rajoja

► Tällaista uuden suomalaisen muotoilun näyttelyä ei ole nähty pitkään aikaan. Esillä ei ole juurikaan yritysten valmiita tuotteita, eikä oikeastaan kalusteitakaan, **Klaus Aallon Take outia** lukuun ottamatta.

Take outin yksinkertainen, mutta kekseliäs idea on, että lipaston näköisen kalusteen laatikot ovat tarvittaessa mukaan otettavia pakkeja.

Liikuteltavuus, muuntuvuus ja teknologia ovat keskiössä Sauma-näyttelyssä, joka ennen Designmuseoon saapumistaan kiersi Yhdysvalloissa.

Näyttelyn tarkoitus on ollut tehdä suomalaisia muotoilijoita kansainvälisesti tunnetuiksi ja saada mahdollisuuksia myös ulkomailta näyttelyesineiden ja ja konseptien jatkokehittelylle.

Vajaan kolmenkymmenen työn näyttely on siis myös

MUOTOILU

Sauma – Design as Cultural Interface -näyttely 2. 3. saakka Designmuseossa (Korkeavuorenkatu 23). Ti 11–20, ke–su 11–18.

prosessi ja siksi antoisampi kuin tuote-esittelyn kaltaiset muotoilunäyttelyt.

On joukossa tosin valmiitaakin tuotteita, kuten **Samuli Naamangan** kehittämä graafinen betoni -menetelmä. Se on arkkitehdeille kehitetty työkalu, jolla betonin pintaan saadaan painoteknisiin menetelmin halutunlaisia kuvioita.

Saumassa ei ole kuitenkaan keskitytty vain muotoilu-esineisiin. Monissa töissä liikutaan taiteen puolella tai muotoilun ja taiteen rajaa tutkien. Mukana on käyttöliittymäsuunnitteluaakin.

Unkarilaissyntyinen taiteilija **Hilda Kozár** on tuonut tilaan akryylipalloja. Niiden sisälle voi astua, ja kävijä kohtaa eri pallojen sisällä Pariisin, Budapestin ja Helsingin tuoksua sekä visuaalisia heijastuksia sa-



Samuli Naamangan kehittämällä graafinen betoni -menetelmällä betonipintoihin saadaan aikaan graafisia kuvioita.



Kari Sivosen Photon on laukun mukana kulkeva aurinkopaneeli.

moista kaupungeista.

Aamu Songin ja **Johan Olinin** muodostaman Compa-nyn **Takkiainen** puolestaan yllyttää kävijöitä kokeilemaan tarranauhapintaisia vaatteita. Tekijät manifestoivat vaateen avulla ihmisiä kohtaamaan toisia, tuntemattomiakin ihmisiä.

Suomalaisuus, jos punaista lankaa näyttelystä haluaa etsiä, näyttäytyy urbaanina, perinteitä uudistavana ja teknologiaa innovatiivisesti hyödyntävänä.

Perinteisen saunan päivittä-

mistä nykypäivään hahmottee Pentagon Designin saunakonsepti, joka voitti nelisen vuotta sitten Älykäs kaluste -kilpailun Suomessa.

Suomessa konseptille ei ainakaan lähitulevaisuudessa liene luvassa kiinnostusta, sillä se ei ole kehittynyt juurikaan neljässä vuodessa.

Kiinnostava esimerkki 3D-mallinnoksella tehdystä yksilöllisestä tuotteesta on **Janne Kyttäsen** kehittämä jalkapallokenkä. Sen ongelmana tosin on valmistuksen korkea hinta.



Janne Kyttäsen suunnittelema jalkapallokenkä.

Hienoja tuotteita ovat myös **Elina Aallon** kaihtimet, joihin hän on aukkoja leikkaamalla saanut aikaan kaupunkinäky- miä.

Kari Sivonen on puolestaan kehittänyt laukun prototyypin, jonka hihnassa on aurinkopaneeli. Ajatuksena on, että niiden avulla voi esimerkiksi luonnossa kulkiessaan ladata kännykän akun. Tosin ainakaan vielä laukku ja sen paneelien peittävä paksu hihna eivät vai- kuta kovin käyttömukavilta.

Hannu Pöppönen

TAUSTA

Saumasta oli hyötyä USA:ssa

► Suomen New Yorkin kulttuuri-instituutin tuottama Sauma-näyttely aloitti kierroksensa syksyllä 2005 Suomen Yhdysvaltain suurlähetystön näyttelytilasta Washingtonista. Sen jälkeen se nähtiin New Yorkissa ja Los Angelesissa.

Vientihanketta ovat tuoneet muun muassa opetusministeriö, Suomen Kulttuurirahasto ja Valtion muotoilutoimikunta. New Yorkin kulttuuri-instituutin johtaja **Juulia Kauste** sanoo, että Sauman kokonaisbudjetti on ollut 100 000 dollaria, vajaa 70 000 euroa.

Näyttely oli näyttävästi esillä amerikkalaisessa lehdistössä, muun muassa Washington Postissa, mutta mitä mukana olleet muotoilijat ovat hyötäneet vientihankkeesta?

"Esimerkiksi **Elina Aallon Better View Blind** sai Los Angelesissa 50 tilauspyyntöä", **Juulia Kauste** sanoo.

"Myös graafista betonia kohtaan on valtava kiinnostus. Se valittiin kuukauden materiaaliksi, asetettiin esille New Yorkissa ja esiteltiin sadalle johtavalle arkkitehdille."

Myös Graphic Concrete Oy:n toimitusjohtaja **Harri Lanning** sanoo, että kyselyt Yhdysvalloista ovat lisääntyneet huomattavasti. **Sir Norman Fosterin Foster & Partners** käyttää graafista betonia rakenteilla olevassa toimistokohteessaan ja muun muassa New Yorkin World Trade Centerin aluetta suunnitteleva SOM-toimisto on ollut kiinnostunut graafisesta betonista.

Nyt on käynnistetty Yhdysvaltoihin suuntautuvan vientihankkeen toinen vaihe, **Juulia Kauste** sanoo. Siihen liittyen muun muassa New Yorkin toukokuuisilla huonekalumesuilla on esillä näyttely.

Hannu Pöppönen