

cool: 01

231, Ιούλιος 2004, €2

ΣΟΦΙΑ ΚΟΚΟΣΑΛΑΚΗ
FRANZ FERDINAND
NEVILLE BRODY
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΧΟΥΡΣΟΓΛΟΥ
ΝΙΚΟΣ ΒΟΥΡΑΙΩΤΗΣ
MARGUERIT DURAS
ΝΙΚΟΣ ΒΕΡΤΗΣ
ΒΑΣΙΛΗΣ ΚΕΧΑΓΙΑΣ
ARMAND VAN HELDEN
ΜΑΝΙΝΑ ΖΟΥΜΠΟΥΔΑΚΗ
ΕΡΡΙΚΑ ΠΡΕΖΕΡΑΚΟΥ
ΕΠΥΡΟΣ ΒΟΥΓΙΑΣ
ΔΗΜΗΤΡΑ ΒΟΖΙΚΗ

DRAG ΛΙΣΣΑΒΟΝΑ
ICE ΣΙΧΤΙΡ!
ΒΡΑΒΕΙΑ POOL-ITZER!
ΤΑΤΙΑΝΙΕΣ 2004
24 HOURS PARTY PEOPLE
iPod SOCIETY
ΕΙΜΑΣΤΕ ΟΛΟΙ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΣ
Η ΠΑΡΑΛΙΑ ΤΗ ΝΥΧΤΑ
ΚΑΒΒΑΛΗ ΕΛΕΗΣΟΝ ΗΜΑΣ
ΜΥΚΟΝΟΣ WAR BABY!



design:



Κωνσταντίνος Χούρσογλου Έχω μια ιδέα!

Απόφοιτος του Royal College of Art, design director του σουπερστάρ Karim Rashid, στη Νέα Υόρκη, με πρότζεκτ για τους Sony, Prada, Issey Miyake, Tommy Hilfiger και Guzzini, conceptual designer με συμμετοχές και βραβεία σε διεθνείς εκθέσεις του Μιλάνου, λέκτορας στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, το «ποντίκι» πίσω από το logo των μουσικών βραβείων «Αρίων» αλλά και συνδημιουργός της σκηνογραφικής εικόνας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Ο Κωνσταντίνος Χούρσογλου είναι ίσως ο πιο ενδιαφέρων Έλληνας designer.

Συνέντευξη: Τζένη Παυλίδου

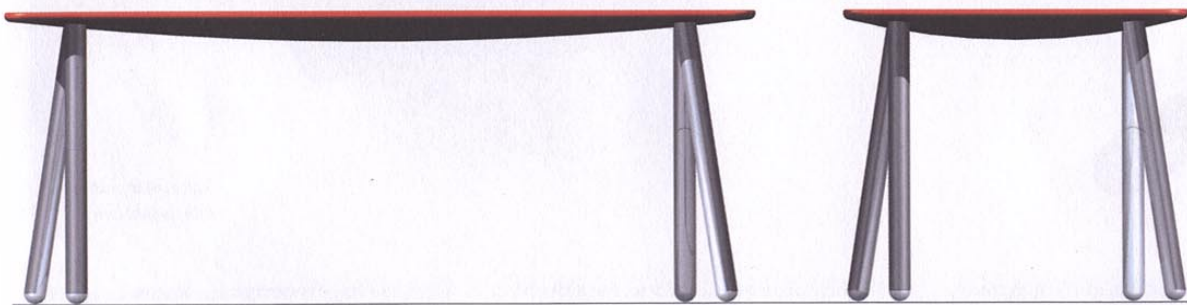
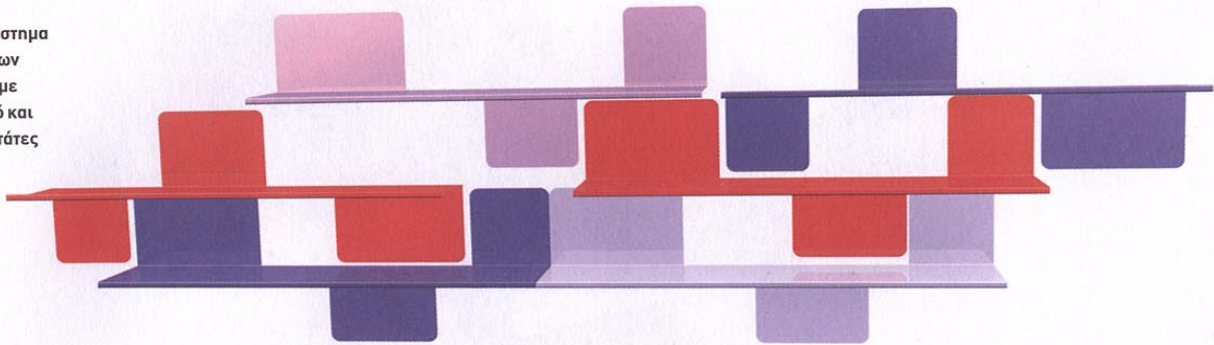
Φωτογραφία: Anne Laure Oberson

ΚΥΡΙΑΚΗ ΑΠΟΓΕΥΜΑ, ΜΙΣΘΟΔΕΙΑ Η ΠΟΛΗ. Casual φινετσάτο ντύσιμο, φυσιογνωμία ευγενική, αλλά χωρίς συστολή, εισέρχεται στα γραφεία του περιοδικού, πατάει το on στο laptop του και αφήνει να χορέψουν στην οθόνη πολύχρωμες εικόνες από το σχεδιαστικό του ρεπερτόριο: πολυμορφικά έπιπλα, βιβλιοθήκες, φωτιστικά, τσάντες, ποδήλατα, lipstick μιας χρήσης, στάσεις λεωφορείων και περίπτερα, τρισδιάστατα παζλ, αλατιέρες, ακόμα και ψυγείο που «αγωνιά» για τη διατροφή μας. Προτάσεις για σενάρια ζωής, βγαλμένα από τη φαντασία ενός νέου σχεδιαστή, που στην ιδανική περίπτωση θα ήθελε τα αντικείμενά του να εγείρουν συναισθήματα.

Θα πήγαινε να συναντήσει την αρχιτεκτονική, όταν, στο άκουσμα της φράσης «σχεδίαση προϊόντων», κάτι τον ιντρίγκαρε. Τυχαία; Δύσκολα το λες για κάποιον που το '76 έκανε τα παιδικά του διαβάσματα σε γραφεία του Alvar Aalto, φερμένα από τα οικογενειακά ταξίδια στη Σκανδιναβία. Σε ένα διαρκές τράνζιτο, ο Χούρσογλου μοιράζει το χρόνο του ανάμεσα σε Αθήνα, Σύρο και λιγότερο στη Γενεύη -μια πόλη οικεία λόγω της Ελβετίδας συζύγου του-, όπου βρίσκεται το δορυφορικό γραφείο του προσωπικού του στούντιο «chd industrial and product design», υλοποιεί πολλά και διαφορετικά πρότζεκτ ταυτόχρονα, ενώ δουλεύει ασταμάτητα καινούργιες ιδέες. Το ίδιο ιλιγγιώδες speed διακρίνει και τον προφορικό του λόγο, κάτι για το οποίο θα έχει τη διακριτικότητα να με προειδοποιήσει πριν πατήσω το rec του κασετοφώνου. Λίγο Bailly's σε μια κίτρινη κούπα του καφέ για τον επισκέπτη και γράφουμε...

Limí: καθρέφτης-κρεμάστρα.
Mobi: καρέκλα που δημιουργείται από το δίπλωμα μιας λωρίδας πολυπροπυλενίου

Ellie: σύστημα επιτοίχιων ραφιών με φωτισμό και βιβλιοστάτες



Hilo: τραπέζι μεταβλητού ύψους με έκκεντρα πόδια

Να υποθέσω ότι το αγαπημένο σου παιδικό παιχνίδι ήταν οι κατασκευές;

Το αντίθετο. Μου άρεσε πάρα πολύ να διαλύω αντικείμενα, να δω τι γίνεται μέσα και να μην καταφέρνω να τα ξαναφτιάξω ποτέ.

Τι μαθαίνει ένας νέος designer δίπλα σε έναν σουπερστάρ του παγκόσμιου design, όπως ο Karim Rashid;

Ότι ο σχεδιαστής πρέπει να μπορεί να δημιουργήσει οτιδήποτε. Όταν ζητούσαμε τη συμβουλή του για το πώς να κάνουμε κάτι, η απάντηση ήταν: «You are a designer, just design it».

Ανήκεις στους οπαδούς της δουλειάς του;

Τώρα πια διαφωνώ με τη φιλοσοφία του. Η εικόνα και η ταυτότητα των προϊόντων του περνάει περισσότερο μέσω της γραφιστικής προσέγγισης παρά μέσω ενός conceptual επιπέδου που είχε όταν δουλεύαμε μαζί. Για μένα, το ζήτημα είναι αν η ιδέα αυτή καθαυτή θα αναδείξει το προϊόν και όχι τη μορφή.

Τι είδους πρότζεκτ σχεδιάσες ή υλοποίησες κάτω από την «ομπρέλα» του Karim Rashid;

Είχα τον πλήρη έλεγχο όλης της εξέλιξης του αρώματος «Freedom» του Tommy Hilfger, όπως και των συσκευασιών για τα καλλυντικά της Prada. Είχαμε κάνει επίσης ένα τεράστιο πρότζεκτ για τη Sony, πολλές προτάσεις για την Cappelini, την Kartell και την Artemide...

Ποια είναι η αφετηρία για τη δημιουργία ενός νέου αντικειμένου;

Είναι μια μείξη πολλών ετερόκλητων πραγμάτων: Του τι πιστεύω ότι αυτό το προϊόν θα κάνει, τι θα ήθελα εγώ να κάνει και πώς θα ήθελα αυτό το

προϊόν να επηρεάζει την εμπειρία του καταναλωτή, οπτική, συναισθηματική ή χρηστική. Πολλές φορές ξεκινάς από ένα δεδομένο υλικό και πρέπει να δεις πώς θα αντιμετωπιστεί μορφολογικά και λειτουργικά.

Τι αγοράζουμε όταν αποκτούμε ένα αντικείμενο;

Στην ιδανική περίπτωση αγοράζεις το όραμα του σχεδιαστή για την καθημερινότητα ή τη ζωή στο μέλλον. Είναι επιλογή σου αν θα το υιοθετήσεις ή όχι. Δε συμφωνώ καθόλου με τους σχεδιαστές που θέλουν τα κατακλύσουν την αγορά με τα προϊόντα τους και να επιβάλλουν την ταυτότητα τους.

Philippe Starck, Karim Rashid, Ron Arad.

Ονόματα πιο διάσημα σήμερα κι από εκείνο της Μαντόνα, λατρεύονται σαν ποπ σταρ και υπογράφουν αυτόγραφα. Πού νομίζεις ότι οφείλεται τόση δόξα;

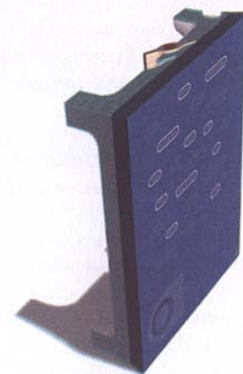
Αυτό συμβαίνει γιατί οι σχεδιαστές έχουν αρχίσει να ξυπνάνε το συναίσθημα μέσα στα αντικείμενά τους. Από την άλλη, κίτρινο ρόλο σε όλο αυτό το star system έχουν παίξει τα μίντια.

Τι σημαίνει συναισθηματικό design;

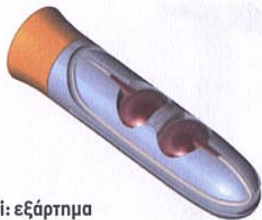
Ξεκινώντας από την παραδοχή πως στο δυτικό κόσμο τουλάχιστον έχουμε καλύψει τις βασικές μας ανάγκες, αυτό που κυρίως έχουμε ανάγκη είναι το συναίσθημα. Στους τρελούς ρυθμούς που ζούμε, ο χρόνος να «αγαπήσουμε και να αγαπηθούμε» είναι μάλλον μικρός κι έτσι συχνά ένα αντικείμενο, λόγω της πολύ συχνής συναναστροφής μας μαζί του αλλά και λόγω της επιλογής μας, αποτελεί φορέα έντονων συναισθημάτων.



Pròta: επάθλου για τα μουσικά βραβεία «Αρίων»



Dot: σύστημα διαχείρισης πολυμέσων. Συμμετοχή σε διεθνή διαγωνισμό της Thompson



Doti: εξάρτημα του συστήματος Dot



Spice: αλατοπίπερα από πορσελάνη

Ποια είναι η θέση σου για όλη αυτή τη σχεδιαστική εξτραβαγκάντζα που βλέπουμε μέσα από τις σελίδες των περιοδικών; Αν το «βιομηχανικό design είναι μια πολιτική πράξη», μήπως τελικά η ζωή που προτείνεται αφορά μόνο μια ελίτ, οικονομική ή αισθητική;

Όλοι οι σχεδιαστές έχουμε εκπαιδευτεί να πιστεύουμε ότι το design είναι η δημιουργία νέων και καλοσχεδιασμένων προϊόντων, τα οποία χρειάζεται να καλύψουν ανάγκες για όσο περισσότερους ανθρώπους γίνεται. Όλους μας ενδιαφέρει ο άνθρωπος και η ποιοτικότερη διαβίωσή του. Όμως, έτσι όπως λειτουργεί η κοινωνία μας και το οικονομικό σύστημα του design, έχουμε κολλήσει τελευταία στο να περάσουμε προς τα έξω την εικόνα και την αισθητική μας ταυτότητα παρά τη φιλοσοφική μας θέση για τη ζωή.

Η δική σου σχέση με την κατανάλωση ποια είναι; Πώς επιλέγεις τα αντικείμενα που θέλεις να σε περιβάλλουν;

Είμαι φοβερά υλιστής. Όσο φιλοσοφημένος κι αν είσαι, όταν σχεδιάζεις, ασχολείσαι με την ύλη, άρα δεν μπορείς να μην τη θεωρείς φετίχ σου. Όμως δεν επιλέγω κάτι στιλιστικά ούτε προσπαθώ να στήσω μια εικόνα. Μου αρέσουν αντικείμενα που προκαλούν συναισθήματα.

Αγαπημένους σχεδιαστές έχεις;

Πολύ γρήγορα θα έλεγα τον Μαρσέλ Γουντερς, τον Τοκουζίμ Ιοσιόκα από την Ιαπωνία, τη Χέλεγκα Ουγκέριους από την Ολλανδία. Επίσης, τον Τζάσπερ Μόριον, ο οποίος έχει μια μινιμαλιστική αλλά και ρασιοναλιστική προσέγγιση που μου αρέσει πάρα πολύ.

Ζήσαμε και ζούμε τη «δικτατορία του μίνιμαλ», όπως λένε οι εχθροί του. Τι ακολουθεί;

Είμαι εντελώς αντίθετος με το να ακολουθούμε ή

να δημιουργούμε στιλ και τάσεις. Με ενδιαφέρει περισσότερο το τι παίρνεις συναισθηματικά από το αντικείμενο, πόσο επικοινωνεί μαζί σου. Οι τάσεις είναι για τα περιοδικά, γιατί μπορούν να κατηγοριοποιήσουν και να παρουσιάσουν κάτι.

Ποια είναι η προσωπική σου φιλοσοφία ως designer;

Θα ήθελα ο τελικός χρήστης να απολαμβάνει το αντικείμενο σε όλες τις φάσεις χρήσης του. Το αντικείμενο είναι ένας ενδιάμεσος στην εξυπηρέτηση ενός σκοπού: χρηστικού, οπτικής ή συναισθηματικής απόλαυσης. Και θέλω το αντικείμενο να εξυμνεί, να σπρώχνει όσο πιο ψηλά γίνεται αυτόν το σκοπό.

Τι πιστεύεις ότι ξεχωρίζει έναν designer με προσωπικότητα;

Η ικανότητα αυτοκριτικής σε κάθε στάδιο της δημιουργίας, η ειρωνεία, το χιούμορ είναι πολύ σημαντικά. Επίσης και ο αυτοσαρκασμός, να παίρνεις σοβαρά τη δουλειά σου, αλλά όχι τον εαυτό σου.

Τι μπορεί να σε ερεθίζει δημιουργικά;

Τα πάντα. Από μια εφημερίδα tabloïd στο περίπερο μέχρι μια ταινία του Γκριναγουέι ή ένα θεωρητικό βιβλίο του Ρολάν Μπαρτ.

Υπάρχουν στο μυαλό σου συγκεκριμένα αντικείμενα που ονειρεύεσαι να σχεδιάσεις;

Με ενδιαφέρει οτιδήποτε «συναναστρέφεται» ο άνθρωπος. Από εσώρουχα μέχρι εικονικούς χώρους.

Πώς προέκυψε η ιδέα του interactive ψυγείου με το όνομα TSELEMENTES;

Προοριζόταν για ένα διαγωνισμό της LG με θέμα τη σχέση ανθρώπου, τεχνολογίας και καταναλωτισμού. Το σχεδίασα το '97, δύο χρόνια πριν αρχίσουν να βγαίνουν στην αγορά τα ψυγεία με Internet. Προσπάθησα να σχεδιάσω ένα αντικεί-

μενο που να σε υποστηρίζει, ώστε να έχεις την καλύτερη δυνατή διατροφή. Σχεδιαστικά, πρόκειται για ένα μικρό ψυγείο στο ύψος του πάγκου της κουζίνας, με μια γυάλινη επιφάνεια από πάνω, που προσομοιάζει την ιδέα του λαχανόκηπου μέσα στο σπίτι, ενώ, παράλληλα, σου επιτρέπει να βλέπεις διαρκώς και να ελέγχεις τη φρεσκάδα των λαχανικών σου. Τεχνολογικά, το ψυγείο σκανάρει τα bar codes ή τις αποδείξεις των προϊόντων κι έτσι ξέρει τι έχεις αγοράσει, σου υπενθυμίζει τις ημερομηνίες λήξης, σου δίνει συμβουλές και, ταυτόχρονα, σου προτείνει συνταγές βάσει των υλικών που έχεις στη διάθεσή σου.

Ένας aficionado λοιπόν της μαγειρικής;

Απολύτως! Νομίζω πως πρόκειται για μια εκπληκτική διεργασία. Ξεκινάς από την πρώτη ύλη και την επηρεάζεις για να καταλήξεις σε ένα αποτέλεσμα. Το design είναι πολύ κοντά στη μαγειρική. Υπάρχει η άποψη πως σχεδιαστής που δεν απολαμβάνει το φαγητό δεν μπορεί να σχεδιάσει πραγματικά, καθώς μπλοκάρει ένα πολύ δυνατό συναίσθημα ή μια ομάδα συναισθημάτων. Συμφωνώ απόλυτα.

Λονδίνο, Αθήνα, Νέα Υόρκη, Γενεύη. Αγαπάς τα ταξίδια;

Πάρα πολύ. Η εμπειρία της συναναστροφής με άλλους πολιτισμούς και κουλτούρες, και ειδικά το transitional point, είναι πολύ σημαντικά.

Αγαπημένη πόλη;

Η Νέα Υόρκη είναι πάντα μέσα στην καρδιά μου. Από άποψη αισθητικής και κουλτούρας μου αρέσει η Λισαβόνα. Είναι μια πόλη που έχει παρελθόν, έχει μέλλον, έχει μια ποιότητα αλλά και μια φοβερή δυναμική που εξελίσσεται. Επίσης, όνειρό μου είναι να μπορέσω να ζήσω και να δουλέψω για κάποιο διάστημα στο Τόκιο.

Η Θεσσαλονίκη πώς σου φαίνεται;

Μου αρέσει ο ρυθμός της, η εμμονή των ανθρώπων της στη λεπτομέρεια και η διάθεση για προσωπικό χρόνο. Αισθητικά αγαπώ κάποια κομμάτια της. Το λιμάνι, την παραλία, την πλατεία Αριστοτέλους. Λίγο πιο μέσα όμως θα έλεγα πως είναι πρόχειρη.

Απέναντι σε ποιο αντικείμενο design στέκεσαι με «δέος»;

Ένα θερμοστάτη του Ντρέιφους για την General Electric, του '50 ή του '60, δε θυμάμαι ακριβώς. Εκπληκτικό ακόμα και σήμερα.

Ποιο είναι το όραμά σου για το μέλλον του «conceptual design»;

Πέρυσι παρουσίασα στο Μιλάνο την ιδέα του πώς μπορεί να χωρέσει σε ένα κουτί ένα σπίτι, ένα concept στηριγμένο στη νομαδικότητα της σύγχρονης ζωής. Φέτος η πρότασή μου ήταν ένας πειραματισμός που αφορούσε τον τρόπο με τον οποίο τα έπιπλα αλλάζουν μορφή λόγω της χρήσης τους. Πώς, για παράδειγμα, μια συμβατική βιβλιοθήκη με παράλληλες επιφάνειες από πλαστικό υλικό αρχίζει να παραμορφώνεται με την τοποθέτηση των βιβλίων, τα οποία καταλήγουν να είναι αυτά που ορίζουν τη μορφή του αντικειμένου κι όχι ο σχεδιαστής.

Ποια είναι τα πρότζεκτ που «τρέχουν» αυτή τη στιγμή;

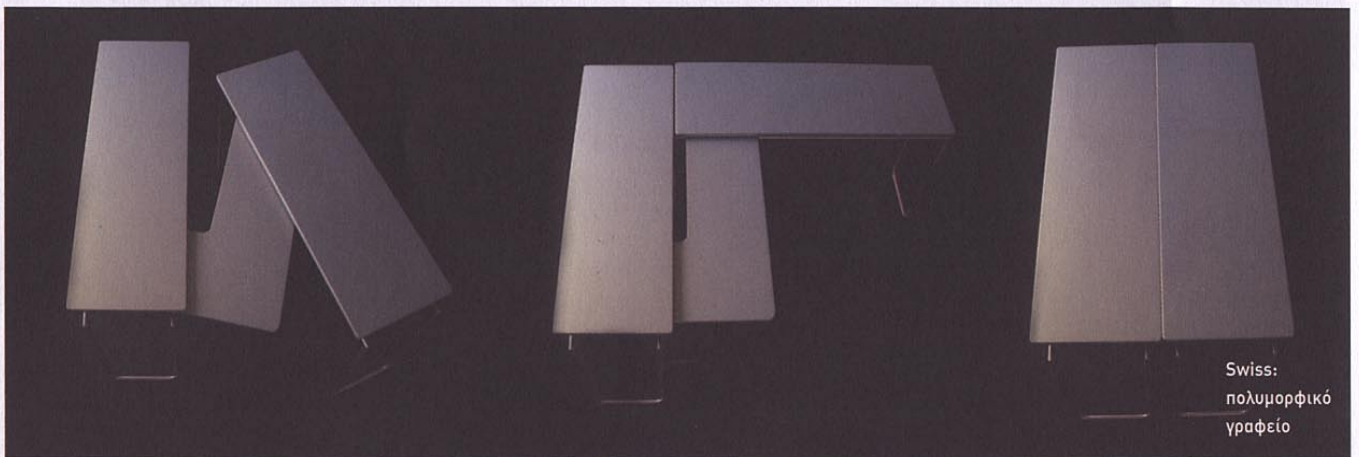
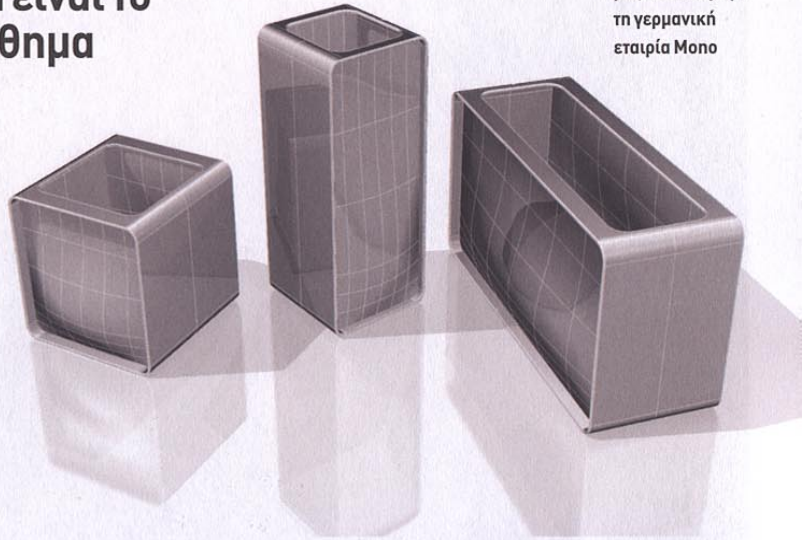
Το μεγάλο πρότζεκτ είναι μια πολύ ευρεία σειρά προϊόντων οικιακής επίπλωσης για τη Modeco, η οποία εμπίπτει στη φιλοσοφία του «design for all». Επίσης το πρότζεκτ για το «Αθήνα 2004», μια σειρά προϊόντων επαγγελματικής εστίασης για την Ιονία, φωτιστικά για επαγγελματικούς χώρους σε συνεργασία με την εταιρία Gallis και μια πρόταση για ποδήλατα.

“

Ξεκινώντας από την παραδοχή πως στο δυτικό κόσμο τουλάχιστον έχουμε καλύψει τις βασικές μας ανάγκες, αυτό που κυρίως έχουμε ανάγκη είναι το συναίσθημα

”

Dior: ανοξείδωτα βάζα. Concept για τη γερμανική εταιρία Mono



Swiss: πολυμορφικό γραφείο



Zak: αναδιπλούμενο σεκρετέρ



Oda: καναπές, ανάκλιτρο, κρεβάτι