

**Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem**  
Építészmérnöki Kar  
Építőművészeti Doktori Iskola

Török Szabolcs Bence

**Értékteremtés a vállalatok építészeti tevékenységében**  
Az építészeti minőség gazdasági/társadalmi beágyazottsága

DLA-értekezés

**Témavezető**

Karácsony Tamás DLA

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem  
Építészmérnöki Kar  
Középülettervezési Tanszék

Budapest 2015

# Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	2
Köszönetnyilvánítás .....	3
Bevezetés.....	4
Tézisek .....	6
1. Olivetti - etalon a vállalati építészet értékfelfogásában.....	7
1.1. A megközelítés kiindulópontjai .....	7
1.2. Design-kultúra szemlélet, mint az alkotói minőség alapja.....	10
1.3. A vállalat szociális és kulturális szerepvállalása.....	13
1.4. Korszerű építészeti kísérletek az Olivetti termeléséhez és igazgatásához kapcsolódóan .....	17
1.5. Korszerű építészeti kísérletek az Olivetti értékesítéséhez kapcsolódóan.....	21
1.6. Kiegészítés az Olivetti vizsgálatához.....	24
1.7. Az 1. fejezet összefoglalása - az I. tézis.....	25
2. A vizsgálati módszertan kiterjesztése .....	26
2.1. Vállalatok minőségszemlélete.....	27
2.1.1. A megbízói magatartás és karakter szerepe .....	27
2.1.2. A „Corporate Architecture” szemléleti háttere .....	29
2.1.3. Vállalati eszközök és stratégiák.....	32
2.1.4. A vállalati minőségszemlélet és az építészet kapcsolata kiemelt példák és jelenségek.....	36
2.1.5. Komplex minőségszemlélet és az épített környezet kapcsolata.....	41
2.2. Felelőség megjelenése és szerepe a vállalati építészetben .....	48
2.2.1. A filantrópia kezdeti megjelenései a vállalati építészetben .....	48
2.2.2. Vállalatok szociális építészete a modern időszakában.....	49
2.2.3. Vállalati építészeti magatartás a posztindusztriális társadalomban .....	51
2.2.4. A szociális felelőség stratégiai felfogása – a Richter Gedeon példájából kiindulva .....	53
2.2.5. A közösségi küldetés a vállalati szemléletben – a CaixaForum .....	54
2.2.6. Szociális célú vállalati jelenlét építészeti hatásai - a bencés vállalatok példáján .....	56
2.2.7. A fenntarthatóság „megjelenése” a vállalatok építészeti tevékenységében.....	59
2.3. Az építészeti koncepció a vállalatok szolgálatában .....	64
2.3.1. Kulturális alapú párbeszéd a tervezésben .....	64
2.3.2. A hozzáadott érték új megközelítése .....	64
2.3.3. Az építészeti koncepció szerepe az értékteremtésben .....	66
2.4. A 2. fejezet összefoglalása - a II-IV. tézis.....	71
3. Az értekezéshez illeszkedő saját munkák bemutatása .....	72
3.1. Vezetőségi iroda kialakításának építészeti és belsőépítészeti tervezése .....	72
3.2. Mestermű: Családi ház tervezése, Veszprém, Pajtakert.....	75
Összefoglalás.....	78
Forrás és ábrajegyzék .....	79

## Köszönetnyilvánítás

Az építészet és a gazdasági szemlélet kapcsolatának vizsgálata végigkísérte a doktori képzésem intervallumát és az azóta eltelt időszakot. A téma útvesztőiben való eligazodásban nagy segítséget jelentett mind a Budapesti Műszaki és Gazdasági Egyetemen, mind a Budapesti Corvinus Egyetem padsoraiban elsajátított ismerethalmaz, melyekért az intézmények oktatóit hálás köszönet illeti. Külön kiemelnék közülük néhány személyt, akik példamutatásukkal, tanácsaikkal és biztatásukkal meghatározó szerepet játszottak fejlődésemben és e dolgozat megszületésében.

Elsőként Karácsony Tamásnak szeretnék köszönetet mondani, aki doktori képzés kezdetétől bizalmat szavazott e vállalkozásnak. A dolgok lényegét megragadó, sokszor "kijózanító" kérdései segítségével sok zsákutcát sikerült elkerülni. Köszönettel tartozom Skardelli Györgynek, aki az építészet tervezés rejtelmes világába talán elsőként rántott bele elemi erővel, Cságoly Ferencnek, aki tanulmányaim és kutatásom alatt végig nagy erőt adott biztatásával és tanácsaival.

Köszönet illeti a BME Középülettervezési Tanszék oktatóit és Balázs Mihály tanszékvezető tanár urat: értékrendjükből, hozzáállásukból és szakértelmükből sokat merítettem a doktori képzés ideje alatt.

Ezen oldal hasábjain kell megemlítenem a Budapesti Corvinus Egyetem Településépítészeti Tanszékének oktatóit, akik az elmúlt években engedtek belem látnom a településépítészet szerteágazó világába, külön kiemelve Schneller István és Simon Mariann tanszékvezetők személyét, akik rengeteg észrevétellel és iránymutatással elláttak kutatásom során, segítve az építészettörténeti és városléptékű területeken való jobb eligazodást.

Szeretnék köszönetet mondani Csavarga Rózsának is, akinek segítségével a belső terek varázslatos világának én is egy kicsit részese lettem, és akinek kifinomult ízlés- és gondolatvilága valamint kérlelhetetlen maximalizmusa rengeteget fejlesztette bennem a minőségről és az elhivatottságról alkotott képet.

Végül szeretnék köszönetet mondani családomnak, különösen feleségemnek azért a támogatásért, mellyel tanulmányaimnak és alkotásaimnak végig a lehető legszilárdabb háttérrel biztosították.

## Bevezetés

Kutatásom kiindulópontja, hogy az épített környezethez és az építészeti alkotáshoz kapcsolódó minőségdimenziókat az üzleti gondolkodás és a gazdasági szereplők tevékenysége mentén vizsgálja. Bár a közgazdasági logika és az építészet értékfelfogása alap esetben jelentősen eltér egymástól, a dolgozatom célja, hogy rámutasson azon kapcsolódási pontokra, melyek a fejlett építészeti minőségfelfogás relevanciáját igazolják a gazdasági tevékenységek területén.

Az értekezés az építészeti alkotási folyamat azon részére koncentrál, mely a gazdasági mechanizmusok által leginkább meghatározott: a termelő és szolgáltató gazdasági vállalatok építészeti tevékenységére. A dolgozat a területet nem funkciók felől közelíti, azaz nem az ipari, az értékesítés vagy éppen a vállalatigazgatási létesítmények független építészeti jellemzőire fókuszál, hanem a vállalati<sup>1</sup> értékszemplélet és az építészeti alkotás értékteremtő találkozási pontjait keresi. Meggyőződésem, hogy a vállalati építészet tartalmi és lényegi kérdéseit a vállalat kulturális és társadalmi értékszemplélete, továbbá a megbízó (vállalat) és a tervező egymásra reflektáló interaktív párbeszéde határozza meg. Vizsgálatom ezért szemléleti és koncepcionális megközelítésű, a létrehozott építészeti minőség háttérében álló vállalati szándékokat és alkotói folyamat interakcióját helyezi a középpontba.

A vállalati építészettel foglalkozó írások és a szakirodalom a területet többnyire a gazdasági és pénzügyi érdekek felől közelíti meg. Az építészeti tevékenységben egy jól definiálható stratégiai eszközt látnak: a vállalati megjelenés hatékony médiumát, mely a vállalati érdekeket és az ún. vállalati identitás megjelenítését kifejezését "sugárzó" természetével jól tudja szolgálni. Megközelitésem igyekszik ezt a szemléletet a helyén kezelni, ugyanakkor a gazdaságban megjelenő építészeti minőség lehetőségeit kitágítani. Nem vitatva a vállalati marketingben és érték meghatározásban megjelenő építészeti karakter jelentőségét, igyekszem rámutatni, hogy az építészet az "információközvetítő" szerepén túl tágabb kulturális, szociális és környezeti szempontok szerint is áthatja a vállalat működését és kifejezi a társadalomhoz való viszonyát.

Ahhoz, hogy ezt a tágabb, kulturális szinten értelmezett vonatkoztatási rendszert és e mentén keletkező értékeket igazolni lehessen, szükséges egyfajta stabil kiindulópont, fogódzó keresése, melyben ezen szempontok és célok együttesen megjelennek.

---

<sup>1</sup> A dolgozat fókuszában álló "vállalat" a valamilyen társadalmi szükséglet kielégítése céljából létrejött önálló entitásként értendő, mely működését jól jellemzi a versenypiaci környezet, a személyi és anyagi erőforrások használata és az ezeket átható gazdasági szemlélet és gondolkodás.

A vállalati építészetben megjelenő minőség különféle szempontjait, megközelítési lehetőségeit jól példázza az olaszországi Olivetti cég tevékenysége. A vállalat komplex minőségfelfogása és annak építészeti környezetre valamint közösségi szemléletre gyakorolt hatása jó lehetőség arra nézvést, hogy a vállalati építészet értéktartalmait ezen komplexitás mentén rendszerezzük és egy a gazdasági megközelítésnél általánosabb és társadalmi értelemben relevánsabb megközelítési és vizsgálati szisztémát állítsunk fel. Dolgozatom ennek megfelelően az Olivetti cég építészetének rövid bemutatása során megfogalmazott szempontok szerint, a vállalati építészeti környezet történeti és a kortárs példáira kiterjesztve vizsgálja a gazdasági gyökerű gondolkodás és az építészeti minőség és értékteremtés integrációjának lehetőségeit.

Az értekezés mindazonáltal egy kísérlet a tervező és a megbízó közötti együttműködés átgondolására és újraértelmezésére, a tervezési folyamatban előkerülő értékszempléti, szociális, koncepcionális és arculati kérdések mentén. Bízom abban, hogy a megközelítem és az ennek mentén ismertetett példák hatékonyan mutatják be az építészeti alkotás komplex értelmezési lehetőségeit és bővítik a vállalati építészet - alapesetben nem túl tág - értékszempléti eszköztárát.

E szándékok és interakciós tervezési folyamat gyakorlati illusztrálására alkalmas a dolgozat végén bemutatott két, saját tervezésű munka is. Az egyik egy nagyvállalat felsővezetése által megrendelt irodakialakítás Budapest kiemelt kulturális területén, a másik egy minőség iránt elkötelezett megrendelő új építésű családi villája a veszprémi vár vonzáskörzetében.

## **Tézisek**

Kutatásom során a következő téziseket fogalmaztam meg:

### **- 1. tézis -**

A vállalati építészet értékteremtő jellege azon esetekben mutatkozik meg a maga teljességében, melyekben egyaránt jelen vannak az építészeti minőség stratégiai, kulturális, szociális, gazdasági és információs aspektusai.

Az építészeti minőség leginkább az érintettek - minőség iránt elkötelezettségében, a társadalom iránti felelős magatartásban, valamint a megbízó és a tervező közötti együttműködés keretében megfogalmazott értéktartalmakban és építészeti koncepcióban ragadható meg.

### **- II. tézis -**

A vállalatok építészeti tevékenysége mentén megfogalmazódó kommunikációs és értékközvetítő szándékok akkor tekinthetők társadalmi szempontból is értékesnek, ha azok a vállalat gazdasági szándékain felül kulturális, szociális értéket is hordoznak. Ezen értéktartalmak nagy mértékben segítik a vállalat társadalmi elfogadását és közösségi integrációját.

### **- III. tézis -**

Míg az ipari társadalomban működő vállalatok építészetét áthatja a helyi, kulturálisan homogén közösséggel való közvetlen kapcsolat, a globális keretek között működő vállalatok esetében napjainkban a társadalmi felelősség megfelelő kereteit mesterségesen kell létrehozni. Az építészeti alkotás és az épített környezet egyszerre célja, eszköze, és indikátora ezen felelős gondolkodás mentén megfogalmazott szándékoknak.

### **- IV. tézis -**

A vállalatok által létrehozott építészeti alkotás minősége nagy részben a megbízó és a tervező között létrejött kulturális interakció értékkapcsolási folyamata mentén fejlődik ki. Ezen párbeszéd és együttműködés eredményeként létrejött koncepcionális jellegű többlettartalom hozzáadott (építészeti) értéként definiálható.

A következő fejezetekben leírtak és a kapcsolódó, általam készített tervezési munkák e tézisek alátámasztását, kifejtését és értelmezését szolgálják.

# 1. Olivetti - etalon a vállalati építészet értékfelfogásában

## 1.1.A megközelítés kiindulópontjai

Az építészeti minőséghez való intenzív vállalati viszonyulás egyik legszebb és legizgalmasabb példája a XX. században az Olivetti cég tevékenységét vizsgálva tárul elénk.

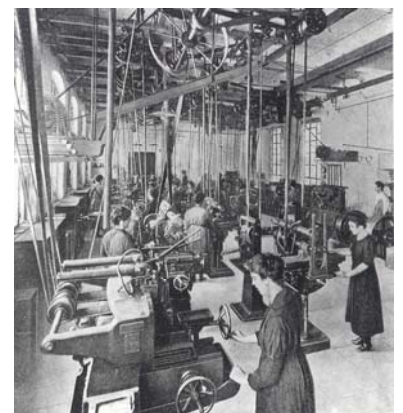
A többek közt írógépek és számológépek, majd kis ideig számítógépek gyártásával foglalkozó cég fénykorában Olaszországban 14.200 főt, a világ többi részén 10.000 főt foglalkoztatott. Az egy évszázadon átívelő története az ipari design és a technikai tudás fejlődése és szerepváltozása szempontjából is jelentős – Wilhelm Braun-Feldweg *Ipar és forma (Industrial design heute)* című könyvében külön fejezetben taglalja a "stile olivetti"-t<sup>2</sup>, - témám szempontjából azonban a cég működését övező építészeti tevékenység és annak szellemi forrása érdekes.

E vállalat által létrehozott épületek, városrészek híven mutatják azt a komplex szerepkört, melyet a cég betöltött az olaszországi Canavese tartomány és a cég székhelyéül szolgáló Ivrea város gazdasági, szociális és kulturális életében. Továbbá jól példázzák azt a vállalati értékrendet, minőség iránti elkötelezettséget, mely áthatotta a vállalat építészeti tevékenységét évtizedeken keresztül.

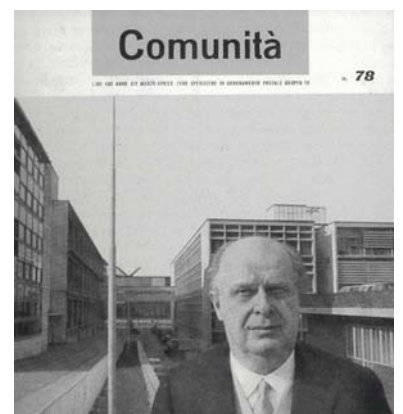
E szemlélet kulcsfigurája Adriano Olivetti (1901-1960) volt, aki a XIX. század végén alapított céget 1933-ban vette át édesapjától, az alapító Camillo Olivettitől (1868-1943). A kisüzemi gyárból az 1950-es évekre világméretűre növekedett vállalat sikereinek kulcsa nagyrészt az Adriano Olivetti által képviselt meggyőződésben keresendő, melynek fókuszában a közösségi kultúra többrétű és intenzív képviselője állt.



1



2

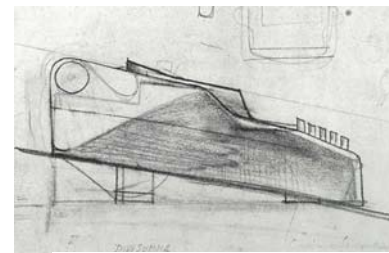


3

<sup>2</sup> Braun – Feldweg, W. [1978] *Ipar és Forma* Corvina, Bp., 90-93. o.

Ez a termelésen, vagyis a vállalat hagyományos működésén túlmutató felelős gondolkodás a gyakorlatban számtalan területen megjelent:

— Az ipari termékek termékfejlesztésében, majd az arculati posztterek megalkotásában éppúgy a legismertebb művészek, alkotók vettek részt, mint ahogy az ipari csarnokok, irodaházak vagy kiszolgáló épületek tervezésében is. E gyakorlat célja egy általános design-gondolkodás meghonosítása volt a cégen belül, másrészt a neves szakemberek alkalmazása egyfajta minőségbiztosításként is értelmezhető volt.



4

— A vállalat, mint a közösségépítés katalizátora jelent meg: szociális és kulturális intézmények építése mellett intenzív szerepet vállalt az alkalmazottak lakáshoz jutásának biztosításában. E tevékenység leginkább a nagymértékű szociális lakásépítés anyagi támogatásával és szervezésével volt jellemezhető, de emellett kiterjedt az anyagi segítségen túl a szakmai jellegű tanácsadó feladatokra is. Ezen építési folyamatok átfogó minőség-felügyelete és gondozása, mely a regionális és városfejlesztési léptéktől kiindulva a külső- és belső színhasználat finomhangolásáig bezáróan mind ennek a kulturális fókusznak a különböző gyakorlati megjelenései és eszközei voltak.



5

— Az Olivetti építési tevékenységének általános jellemzője a haladó, kísérletező, a funkcionális kihívásokra adekvát válaszokat kereső szellemi töltet volt. Ez a hozzáállás összecsengett a termékfejlesztés folyamatának hasonlóan kísérletező, folyton előremutató, megújuló természetével, így az ipari épületek a funkcionális igényeknek való megfelelés és a modern formanyelv dicsérete mellett hatékonyan közvetítették a vállalat értékmezőjét is.



6

— A vállalat design image-ét nem csak közvetetten érvényesülő elemek alakították, hanem a cég jelentős erőfeszítéseket tett arculatának közvetítésére is. E tevékenységi kör egyik jelentős eleme



a világ különböző pontjain létesült gyárépületek és értékesítési pontok építészeti megformálása volt. Ezeknél a legfrissebb építészeti irányzatok mentén született alkotások és neves alkotóik egyrészt jól idomultak a cég nivójához és kifejezett haladó design szellemiségéhez, másrészt - noha ez a szándék még nem feltétlenül a napjaink sztárépítészeti közegben tapasztalt hangsúllyal jelent meg - az alkotások és az alkotók személye egyfajta reklámfelületet, brand-értéket is képviselt.



7

Az Olivetti cég építészeti minőség-szemléletének elemei a vállalat különböző tevékenységi köreiből, viszonyaiban egyszerre jelentek meg. E hozzáállás vizsgálatára az előzőekben ismertetett megközelítések alkalmasak. Ez a felosztás azonban nem csak az Olivetti cég eredményinek rendszerezésében segít bennünket, hanem egyrészt egyfajta vállalati eszközzé is értelmezhető, másrészt ezen tagolásból kiindulva a mai folyamatok elemezhetőek, vagy legalábbis ehhez viszonyíthatóak.

## 1.2.Design-kultúra szemlélet, mint az alkotói minőség alapja

Az Olivetti cég működésének sikerét az Adriano Olivetti által létrehozott "stile olivetti"<sup>3</sup> révén fémjelzett komplex vállalati szerepfelfogásban kereshetjük. Wilhelm Braun-Feldweg kiemeli, hogy ez a stílus több egy hagyományos cégarculatnál: Olivetti számára a forma az "esztétika és funkcionalitás eszményi találkozási pontja", mely esetében ez számos gazdasági, politikai, szociális, és művészi tényező valamint sok szakember: mérnökök, grafikusok, designerek, írók, építészek és szociológusok közös célra összpontosuló együttműködésének eredménye<sup>4</sup>.

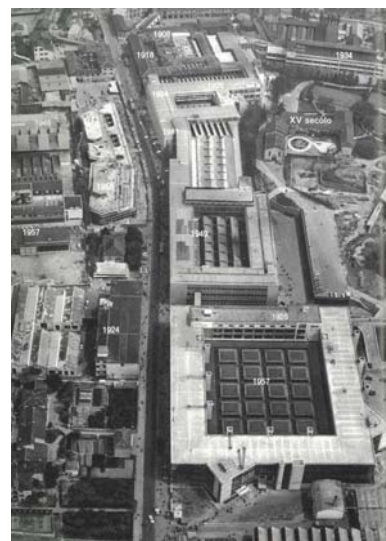
E felfogás jól egybecseng a cégvezető művészetparoló habitusával: a termékek, a reklámgrafikák megalkotására a Bauhausban is foglalkoztatott elismert grafikus művészeket (Xanti Schawinsky, Herbert Mayer, vagy éppen Renato Zveteremich és Marcello Nizzoli) alkalmazott, az épületek megformálására már tevékenysége kezdetén (a harmincas évek közepén) is modern, racionalista felfogású, az avantgarde mozgalmakkal, a nemzetközi modernnel szoros kapcsolatban álló fiatal építészeket bízott meg. Így került a vállalathoz a Luigi Figini és Gino Pollini<sup>5</sup> olasz tervezőpáros is, akik, amellet hogy a vállalat számtalan épületét tervezték, Adriano Olivetti építészet iránti érdeklődését és elkötelezettségét is elmélyítették tevékenységükkel.



8



9



10

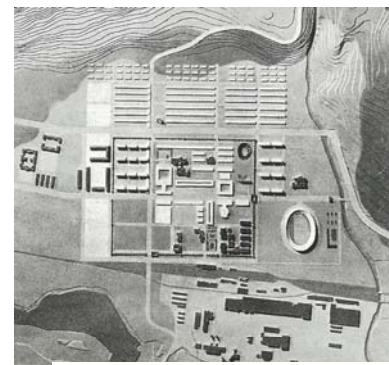
<sup>3</sup> a kifejezés az 1962-es hamburgi Museum für Kunst und Gewerbe épületben rendezett, az Olivetti cégről szóló átfogó kiállítás címe volt

<sup>4</sup> Braun – Feldweg, W. [1978] *Ipar és Forma*, Corvina, Bp., 91. o

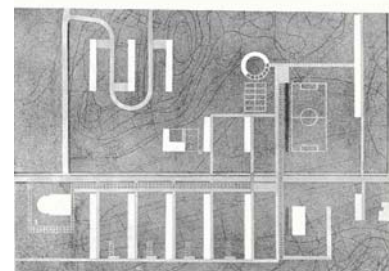
<sup>5</sup> Pollini és Bottoni, mint a CIAM tagjai az 1933-as milánói Triennálén szerveztek kiállítást, melyen 25 másik tervező - Frank Lloyd Wright, Erich Mendelsohn, Mies van der Rohe, Le Corbusier, Walter Gropius és mások - kiállított ház-modellje mellett az ő villaépületük is szerepelt - Olivetti velük és a CIAM 1931-ben hirdetett funkcionális város koncepciójával ennek kapcsán ismerkedett meg. (A CIAM athéni kongresszusa 1931-ben volt a Marseilles-Athén hajóúton) (Kargon, R.; Molella, A. [2008] *Invented Edens: Techno-cities of the Twentieth Century*, MIT Press

Gino Pollini és Luigi Figini egyébiránt az olasz Gruppo 7 (Hetek Csoportja) tagjai voltak, melynek - ahogy Kenneth Frampton is kiemeli - "fő törekvése az olasz klasszicizmus értékei és a gépkorszak szerkezetei közötti új és minden korábbinál racionálisabb szintézis megvalósítása volt. ... A gépkorszakért való lelkesedés dacára a Gruppo 7 nagyobb súlyt fektetett a hagyományok újraértelmezésére, mint magára a modernsége ."

Korai épületeik, mint az ivreai gyárépület bővítése vagy a szociális fejezetben (ld. következő fejezet) bemutatott óvoda és lakóegyüttesek jól mutatják a nemzetközi modern mozgalom és a racionalizmus hatását, és egyben jó példái a funkcionális igényekre összpontosító építészeti alkotásnak. A szociális és gazdasági szempontokat figyelembe vevő funkcionalista karakter az épületek formaképzését is elemi erővel hatotta át, így jól szolgálta a vállalat által megalkotott új identitás hirdetését. Kiváltképp úgy, hogy ezek az épületek viszonylag egymáshoz közeli területen helyezkedtek el, ezért kiegészülve a második világháború után épült ipari, szolgáltató és lakóépület-együttesekkel az Olivetti által megformált minőség városi léptékben is meghatározó, átélhető volt.

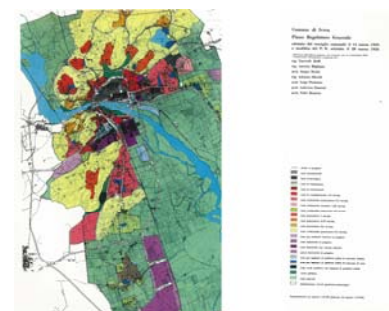


11

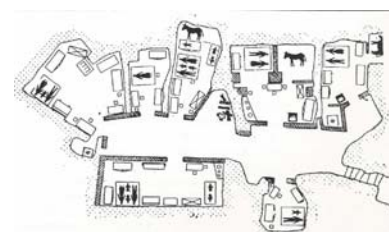


12

Nem véletlen tehát, hogy Adriano Olivetti érdeklődése már kezdetben is erős volt a település- és regionális tervezés iránt. A cégvezető tanulmányútjai révén, valamint a húszas években létrejött ENEOS nevű szervezet hathatós közreműködésének köszönhetően korszerű amerikai vállalatok munkaszervezését és termelési rendszereit tanulmányozta, mely tapasztalatok a vállalati működés gazdasági és területi tervezés fontosságára és szükségességére hívták fel a figyelmét<sup>6</sup>. Olivetti a harmincas évektől kezdve kezdeményezőként, finanszírozóként és mintegy supervisor-ként<sup>7</sup> (a hatóságokkal együttműködve) aktívan részt vett az ivrea-i gyárat körülvevő Aosta völgyre (1936-37), később Ivrea városra (1938 és 1952) majd az ezen túlmutatóan Canavese tartományra (1952) készült beépítési javaslatok, település- és regionális tervek készítésében, kialakításában.<sup>8</sup>



13



14

E tevékenység mentén létrejött város-léptékű javaslatok szintén az előbb említett szellemiség jegyében születtek. A szinte kizárólag geometrikus alapon történő formálás nemzetközi modern felfogás közvetlen hatását tükrözte, ami érthető, hiszen a megbízott tervezők a nemzetközi mozgalomban is résztvevő, elismert olasz építészeknek



15

<sup>6</sup> Bonifazio P., Scrivano P. [2001] Olivetti Builds, Skira, Milano 103. o.

<sup>7</sup> Olivetti ez irányú tevékenységét jól mutatja az INU (Istituto Nazionale di Urbanistica) 1930-as alapításában való aktív szerepvállalás

<sup>8</sup> Ghirardo D. [2001] *Italy (modern architectures in history)* Reaktion, London

számítottak.<sup>9</sup> A második világháború utáni újjáépítés és új szociális szempontok e szerepvállalást tovább szélesítették, már közvetlen hatásukban is túlmutattak a cég belső területpolitikáján, mely jól szemlélteti a vállalati szerepkör komplex s kiterjedt felfogását. Ilyen szerepvállalásként említhető a dél-olaszországi Matera város barlanglakásaiban (Sassi di Matera) élő közösségek számára épített új lakónegyedek<sup>10</sup>, melyek egyrészt, mint a vállalat építészeti és kulturális felfogását közvetítő, másrészt szociális elkötelezettségét és felelős magatartását kifejező építkezések jelentek meg.



16

A vállalat értékrendje a tervezés menetén belül is tetten érhető. A tervezők gondos kiválasztásáról már esett szó (többek között Le Corbusier is megbízást kapott 1960-ban<sup>11</sup> egy új irodaközpont tervezésére), azonban a kiválasztás legtöbb esetben (meghívásos vagy belső) tervpályázat útján történt. Jó példa erre az 1954-ben a gyárhoz kapcsolódó Szociális Szolgáltató Központ épülete, melyet a már említett "házi" építészpáros Pollini és Figini nyert meg, vagy a Claudio Conte és Leonardo Fiori által tervezett brussoni üdülőépület-együttes, melynek pályázatán például Carlo Scarpa is elindult.

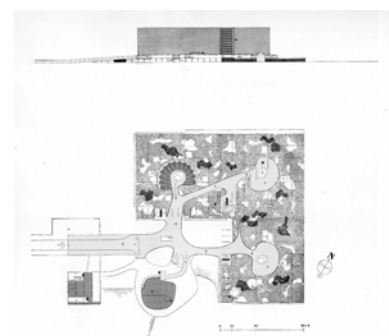


17

Az Olivetti épületek tervezését többnyire a funkcionalitás, a szociális és használati szempontok elsődlegessége jellemezte, de a végeredményben jól megfigyelhetőek különféle design és arculati megfontolások is. Az ivreai üzemépület új szárnyain jól felismerhető sárga majolika burkolat, mely különböző szituációkban - kéménytesteken, a bejáratoknál és a belső udvarokban – jelent meg, jól példázza a képzőművészek tervezési folyamatba való bevonását/ráhatását (az ötlet a kéményekre Marcello Nizzolitól<sup>12</sup> származik), valamint a rendeltetés és a esztétikai szempontok egységes kezelését.



18



19

<sup>9</sup> Bottoni, Figini, Pollini, Banfi, Belgiojoso, Perressutti, Rogers (Pl. közülük Bottoni és Pollini a CIAM tagja voltak akkortájt)

<sup>10</sup> Sacco A. Sacco L. [2013] *Matera et Adriano Olivetti*, Fondazione Adriano Olivetti, Roma

<sup>11</sup> Le Corbusier által tervezett számítógép-fejlesztő központ (és múzeum-) épület nagy részben Adriano Olivetti korai halála miatt nem valósult meg, mely eseménysor a cég jövője szempontjából döntő fontosságúnak bizonyult: a számítógépfejlesztő-részleget eladták 1964-ben a General Electric amerikai vállalatnak, pedig az Olivetti cég által 1959-ben kifejlesztett számítógép prototípus nagy valószínűséggel még sokáig biztosíthatta volna a cég vezető szerepét a számítástechnikai innovációs fejlődésben.

<sup>12</sup> Az Olivetti cég leghíresebb formatervezője, designere

### 1.3.A vállalat szociális és kulturális szerepvállalása

Az Olivetti cég tevékenységének unikális jellege a munkavállalóihoz való viszonyulásban, és a számukra létesített szociális hálózatban is felfedezhető.

A második világháború után a vállalat szociális tevékenysége összefonódott egy - részben politikai jellegű - mozgalommal, az úgynevezett Movimenti Comunita (Közösségi Mozgalom) működésével. Ez a mozgalom - melynek működését részben maga A. Olivetti előlegezte meg a L'Ordine Politico delle Comunità című 1945-ös írásában - gazdaságilag önellátó, kulturálisan homogén közösségek létrehozását indítványozza, melyekben a közösség és az ipar közötti konfliktusok hatékonyan kezelve/rendezve vannak.<sup>13</sup> A mozgalom (alapítva 1948-ban, Torinóban) egyfajta "meta-politikai" jellegű szerveződésként jelent meg<sup>14</sup>: fórumok, összejövetelek során határozta meg céljait, intézményi kereteit és tevékenységét. A létrejött közösségi központok voltak a találkozási pontok: a kiállítások, kurzusok, kulturális események helyszínei. A mozgalom működése folyamán a környezetalakítás és építészeti tevékenység is kiemelt figyelmet kapott. A Közösségi Mozgalom szerveződése jól azonosítható Ivrea várossal, ahol a jelentős gazdasági befolyást és foglalkoztatási szerepet betöltő Olivetti vállalat már az 1950-es éveket megelőzően is számos szociális intézményt hozott létre<sup>15</sup>. Ez a közösségi szerepvállalás tehát itt nem egyfajta külső nyomás lévén jött létre, hanem épp ellenkezőleg: Adriano Olivetti és a cégvezetés meggyőződéséből. Olivetti elképzelése részben az amerikai Ford vállalatnál tett tanulmányútján tapasztaltakból<sup>16</sup> eredt, részben rokon volt más nagyvállalatok szociális elkötelezettségével. (Pl. ilyen volt a



20



21



22

<sup>13</sup> Bonifazio P., Scrivano P. [2001] Olivetti Builds, Skira, Milano 25. o.

<sup>14</sup> mely a politikai párttá is szerveződött, országos választáson is indult (koalícióban), de jelentősebb eredményt nem ért el.

<sup>15</sup> Megjegyzendő, hogy Adriano Olivetti 30-as években erősen szimpatizált a fasiszta Olaszország Franco Marinotti nevével fémjelzett szociális célkitűzéseivel. A cég szociális építkezései a 30-as években ezen államilag támogatott folyamatokhoz és részben a Mussolini által proklamált "citta nuova" programhoz is illeszthetők. Ugyanakkor A. Olivetti Fasiszta Mozgalom egyéb célkitűzéseivel kevésbé tudott azonosulni, mely egyre romló viszony és ellenállás a cégvezető II. világháború alatti letartóztatásáig és bebörtönzéséig vezetett.

<sup>16</sup> Henry Ford jóléti kapitalizmus modellje

Bata cipőgyár székhelye nyomán a "Bataville"-nek is nevezett Zlin városának 1930-as évekbeli viszonyai.)

Az Olivetti cég szociális felelősség-felfogását jól prezentálják az e cél kiszolgálására épített létesítmények: az 1940-ben elkészült óvoda és bölcsőde épület, mely a racionalista modern építészet szép példája, vagy az 1954-58 között épült, teraszosan kialakított, hatszögszerkesztéssel formált szociális szolgáltató épület (mindkettő Figini és Pollini tervezőpáros alkotása), vagy a könyvtár vagy éppen az 1953-59 között épült üzemi étkezdé és rekreációs épület, melyek mindegyike a központi gyáregységhez közvetlenül kapcsolódó létesítmény volt. Egy völgygel odébb - az 1950-es években beépülő Canton Vesco városrészben - általános iskola és óvoda őrzi az Olivetti által foglalkoztatott neves építész tervezők kézjegyét. Ezen kívül említésre méltó, szintén magas építészeti nívóval megalkotott szociális funkciót betöltő épületek voltak a gyár üdülőegyüttese: a közeli hegyekben található brussoni nyaraló vagy a Maria di massa-i üdülő a Földközi-tenger partján. Ezek elsődlegesen az alkalmazottak és családjuk pihenését szolgálták, ugyanakkor a nagyobb közösségi termek kialakítása következtében továbbképzési és közösségépítési célokra is alkalmasak voltak.

A közösségi ellátó-, oktatási és kulturális intézmények köré az 1930-as évektől kezdődően új városrészek épültek, javarészt az Olivetti munkavállalói számára készült lakóépületekkel. Ezek építésében a vállalat - többféle konstrukcióban - jelentős szerepet vállalt. A korai, 1940-es évek elejéig megépült Casellamonte-i épületegyüttesek az ICO (Ingegnere Camilo Olivetti) által finanszírozott módon jöttek létre. Ezek szintén a nemzetközi modern mozgalom felfogását hirdették funkcionális karakterükkel<sup>17</sup>, tiszta, geometrikus szerkesztéssel, melynek következtében komfortos, emellett gazdaságos lakások lettek - négyesével - összekapcsolva, melyek egyenként önálló kertrésszel és garázzsal rendelkeztek. Az ezután épült számtalan lakóprojektek többsége is kedvező vegyes



23



24



25



26



27



28

<sup>17</sup> Tervezői Luigi Figini és Gino Pollini 1937-42

finanszírozásban valósult meg, köszönhetően az úgynevezett "Ina Casa"<sup>18</sup> állami konstrukciónak, melynek célja a munkaadók nagyobb szerepvállalásának ösztönzése volt a munkavállalók lakásépítésében. Számokban ez úgy festett az Ina-Casa program kétszer hét éves periódusa alatt, hogy az állam 20%-os szerepvállalása mellett a vállalat és a munkavállaló 40-40%-os önrészt biztosít a munkálatokhoz.<sup>19</sup> A finanszírozás keretén belül jött része a Canton Vesco városrész lakóépületeinek nagy része<sup>20</sup>, melynek városmodelljére a közösségformálás már említett mozgalmi felfogása mellett nagyban hatottak a skandináv és angol szomszédsági elvű város modelljei. Ez a közösség-alapú, elkülönült egységek egymásmellettségére épülő rendszer meghatározta a modern szellemben épített épületegyüttesek telepítését és viszonyát..



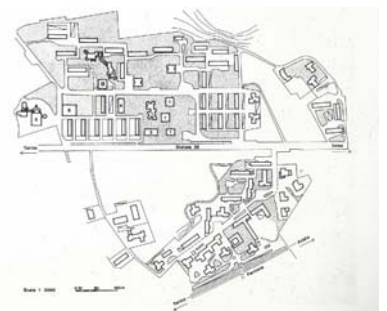
29

Az Olivetti által menedzselte és finanszírozott lakóépület-építkezések bővebb ismertetése<sup>21</sup> nem célja e dolgozatnak (meg is haladná kereteit), azonban pár tényező ismertetése fontos, mert rávilágít a cég szellemiségének, alkotó tevékenységének és szociális jellegű kezdeményezéseinek mélyebb kapcsolatára.



30

Az 1949 és 1969 között működő Ufficio Consulenza Case Dipendenti (Alkalmazotti Lakások Konzultációs Irodája) elnevezésű vállalaton belüli részleg egyrésztől műszaki és tervezési tanácsadással segítette a munkavállalókat építkezés, felújítás, költözés esetén, másrésztől kedvező munkavállalói kölcsön felvételének lehetőségét biztosította maximum 60 %-os fedezet biztosításával<sup>22</sup>. A részleg jelentősége és hatása még jobban megjelent az építészeti ízlés formálásában és a környéken kialakult általános építészeti minőség létrehozásában. Az Iroda a tevékenysége folyamán több mint 600 lakóprojekt építésében vagy átalakításában vett részt, melyek javarészt a nemzetközi modern építészeti szellemiségében és minőségében születtek. A munkálatok



31



32

<sup>18</sup> INA-Instituto Nazionale delle Assicurazioni (~Nemzeti Biztosítótársaság) 1912-es alapítással, az INA-Casa konstrukció 1948-tól létezett

<sup>19</sup> Bonifazio P., Scrivano P. [2001] Olivetti Builds, Skira, Milano 157. o.

<sup>20</sup> Tervezők többek közt Marcello Nizzoli, Gian Mario Oliveri, Annibali Fiocchi

<sup>21</sup> 1950 és 1969 között az INA-Casa Olivetti együttműködés keretein belül 53 épület, benne 706 lakás és 3776 szoba valósult meg (Olivetti Builds. 159.o.)

<sup>22</sup> összesen 517 millió líra hitel nyújtott a cég ezen tevékenységében a munkavállalóknak 1951 és 1959 között

feletti felügyeletben és a tanácsadásban éppen azok a nevesebb építészek lettek bevonva és megbízva, melyek az Olivetti cég nagyobb építkezéseiben is segédkeztek.

A létrehozott lakókörnyezeti minőség több olvasatban is visszahatott a gyár működésére és a vállalatról kialakult képre. A munkavállalóknak a cég ugyanazt a nívót tudta biztosítani szociális ellátásban és lakókörnyezetben, mint amelyet megkövetelt tőlük a munkavégzés során. Amint azt Olivetti a kulturálisan homogén közösségek tekintetében vallotta: egy egységes társadalmi és szociális alapokra épülő közösség alakult ki Ivreában és a környéken, melyben a vállalat egy újfajta, felelős szerepet kapott, és - társadalmi, intézményi és vizuális értelemben is - meghatározta a város és a tartomány karakterét.

A lakóépületek olykor építészeti értékükkel, innovatív koncepciójuk nyomán is visszatükrözték fényüket az Olivettire. Legjobb példa erre az 1968 és 1971 között épült lakóépület. A meglepő kialakítású épület terveit Roberto Gabetti készítette, aki a domboldal terepviszonyait kihasználva egy részben föld alá épített, egy nagy ívre szervezett kétszintes lakássort álmodott meg. Az épület egyetlen megjelenő eleme az ív mentén futó üvegfal, a társasház többi része földdel fedett, a lakóterületek felől teljesen eltűnik. Az épületet kétségkívül újszerű land-art jellegű koncepció szülte, mely a vállalatról kialakult innovatív és minőségorientált arculathoz is jól illeszkedett<sup>23</sup>.



33



34



35

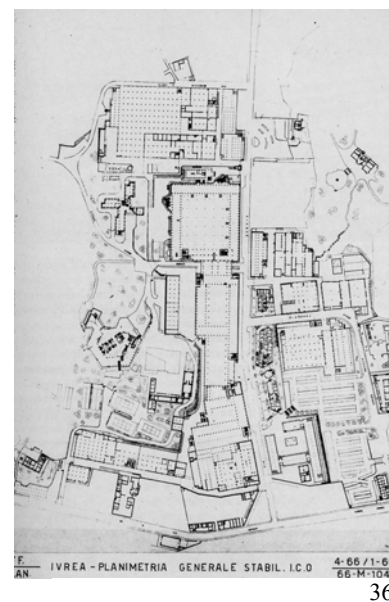
<sup>23</sup> Megjegyzendő, hogy egyrészt a ház mai képe érdekes kialakítása ellenére kevésbé sugall minőségi életteret, mint kialakításakor, másrészt sikerességét bizonyára nagy részben annak a közösségi mentalitásnak köszönhető, mely a lakások zavaró közelségét oldani és kezelni tudta. Hasonló kialakítású társasház említhető Genovából, ahol a modellszerű épület életteret gettóvá alakult rövid idő alatt (Ghirardo D. [2001] *Italy (modern architectures in history)* Reaktion, London 158.o.)



## 1.4. Korszerű építészeti kísérletek az Olivetti termeléséhez és igazgatásához kapcsolódóan

Az ICO (Ing. C. Olivetti e C.) és a szerszámgyártással foglalkozó társvállalata, az OMO (Officine Meccaniche Olivetti) építkezéseinél természetesen az említett szociális- és lakóépületeknél is nagyobb hangsúlyt kaptak a termelés, az értékesítés és az igazgatás épületei. Ezek a legelső, a századfordulón épült ivreai gyárépület Via Jarvis mentén lineális egymásutániségben elkészült bővítései voltak, melyekhez jobbról balról kapcsolódtak a további kiszolgáló épületek, a Szociális Szolgáltató Központ, az Étterem, a Kutatási és Fejlesztési Központ. Az 1950-es évek elejére<sup>24</sup>, amikor ez a belső telep szűkössé és beépítetté vált, a cég egyes gyártási folyamatokat a közeli településeken, San Bernardoban és Scarmagnoban épült új gyártelepre helyezte át. A vállalat világméretűvé bővülése távolabbi gyártótelepek létrehozását is magával hozta, az 1950-es évek második felében, a dél-olasz Pozzuoliban megépült gyár, és ezzel párhuzamosan az Argentínában és Brazíliában történt fejlesztések is ennek a folyamatnak a részei. Az új épületek tervezését és megvalósítását áthatotta a vállalat kulturális igényessége, mely egyszerre hozott progresszív és innovatív megoldásokat, és az - épületek méretéből, így a szerkezeti megoldások modularitásából és a bővülés sebességéből fakadóan - egyszerre mindegy szentendizálta is a magas minőséget.

A századfordulós gyárépület első bővítése (1934) a klasszikus modern szellemiségű, formálására egyszerre hatottak többek között Le Corbusier tanai és Walter Gropius és Adolf Meier a Fagus-kaptafagyár számára tervezett épületének (1911) egybefüggő függönyfalai. Érdekes, hogy az építészek által jól ismert megvilágítási-, és pszicho-környezeti hatásokat vizsgáló korabeli tanulmányok használatán kívül (melyek elsősorban Amerikából és német nyelvterületekről származtak) Olivetti egy csapat pszichológust is alkalmazott az 1940-es évektől a munkakörülmények optimális



36



37



38



39



40

<sup>24</sup> az évtized egyszerre a vállalat fénykoraként és egyben az olasz gazdasági csoda évtizedeként számon tartott időszak

kialakítása érdekében.<sup>25</sup> A Via Jervisen álló üzem második bővítése (1937) más jellegű építészeti újításokat hozott: A tervezők a tartószerkezet elé és mögé helyezték a kettős üveg homlokzatot alkalmazták, melynek egyfajta napvédelmi funkciót szántak. A kettős homlokzat közötti szakasz a tervezők szándéka szerint<sup>26</sup> alkalmas volt mesterségesen átszellőztetett működésre, mely így a "klímahomlokzat" korai megjelenéseként is értelmezhető. A transzparens felületek közötti megjelenő tartószerkezet egy térbeli, plasztikus hatást adott úgy, hogy a homlokzat mégis egységes, egynemű és újszerű harmóniát sugárzott. A hatást tovább fokozta a két üvegfal közé elhelyezett, függőleges tengely mentén forgó fa árnyékolók, melyek változatosságukkal oldották az üvegfal szigorúságát, és a kinyúló födémmel és átszellőztetéssel együtt hatékonyan oldották meg a nap elleni védelmet.

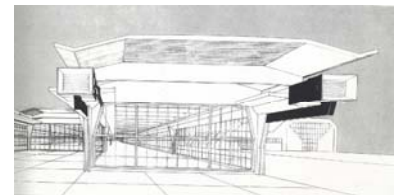
A gyártócsarnokok szerkezeti és gépészeti elemeinek integrált rendszerekként való kezelését, és e célból kifejlesztett megoldások fejlődése jól nyomon követhető az Ivreán kívül épített ipari létesítmények struktúráiban. A Dél-Amerikában, Buenos Airesben majd Sao Paulóban megalkotott csarnokok bravúros struktúráinak megálmodója Marco Zanuso - részben bútorterveiről ismertté vált - milánói építész volt. Az Argentínában megépült csarnok egyedi oszlopai 18X12 méteres raszterbe rendeződtek, és kiszélesedő kehelyként fogadták az üreges gerendákat és az azokon nyugvó szárnyszerűen tört módon kialakított födémlemezeket. A szerkezet költői megformálása mellett ügyesen egyesítette a szellőzőrendszert, az esővíz rejtett levezetését, és épület oldalfalain túlnyúlva az egyébként szinte kizárólag függönyfalakkal lehatárolt belső tereknek hatékony napvédelmet biztosított. A függönyfalak monoton rendje hagyta a szerkezeti struktúra érvényesülését, ugyanakkor a shed-szerűen kialakított tetőkkel együttesen a tereknek kellő megvilágítást biztosított. A brazil csarnoknál kialakított megoldás talán még ennél is találóbb, szebb példája a minden irányban sorolható ipari struktúra és a formatervezés szimbiózisának. A megalkotott szerkezet esetében



41



42



43



44



45

<sup>25</sup> Bonifazio P., Scrivano P. [2001] Olivetti Builds, Skira, Milano 54. o

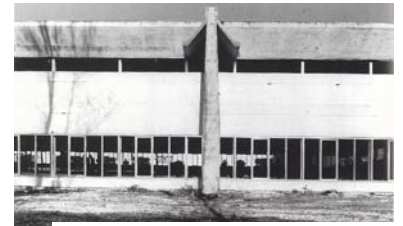
<sup>26</sup> uo.

minden oszlopra 72 négyzetméteres egység jut, mely egységekben a lefedést 120 fokban elforgatott ívesen formált háromszög vetületű hártvány biztosítja. A síkban elmozgatott lemezek közötti rések biztosították a tér megvilágítását, a kettős falú oszlopok, mint az előbbi esetben is, rejtett gépészeti és vízvezetési rendszert biztosítottak, a szerkezetek rendszerébe maximálisan integrálva.



46

Marco Zanuso és Eduardo Vittoria együttműködésében épült meg néhány évvel később (1962-72) a Scarmagno-i üzemépület, mely a délamerikai építkezések tanulságait felhasználva született meg, így szellemiségében azokkal rokonítható. Az alkalmazott fordított V alakú főtartókra könnyen csatlakozott a keresztirányú gerenda, a főtartó gerenda két szára alatt a szellőzés futott, míg az üreges oszlopok belsejébe voltak rejtve az ejtőcsövek. Az így kialakított szerkezeti illesztés a homlokzati osztásrend vezérelemeként elemi erővel jelent meg, az ipari építészeti esztétikát művészi magaslatokba emelte. A funkció és a design egyenlő hangsúlya és a kifinomult tervezésből következő együttes jelenléte természetében hordozta az Olivetti termékfejlesztésében alkalmazott koncepciót, így az épület a vállalat értékfelfogását, üzenetét - absztrakt eszközeivel - hatékonyan képviselte és hirdette.

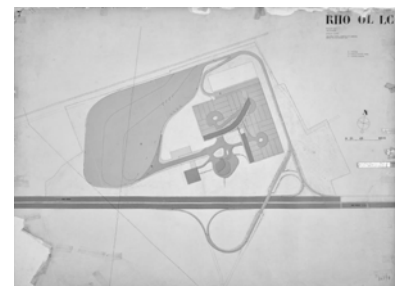


47

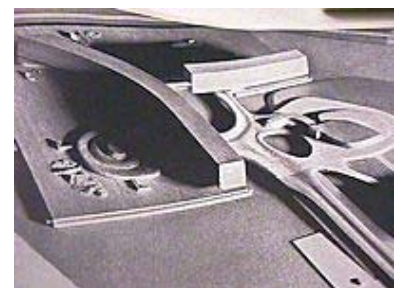


48

Bár a hatvanas évek elején Le Corbusier által tervezett Olivetti elektronikai számítógép fejlesztő központ végül nem valósult meg, a terveket szintűg tekinthetjük egy olyan pillanatképnek, melyben kifejeződik a vállalat új eddig ismeretlen területeket felfedező habitusa. Természetesen kellett ehhez Corbusier személyisége, akit éppúgy foglalkoztatott a számítógépek<sup>27</sup> és az ember között létrejött újfajta viszony, mint ahogy a számítógép felépítésének formai, logikai és matematikai rendszerszintű vonatkozásai. Talán ennek is



49



50

<sup>27</sup> "Vast construction for 4.000 employees using these immense calculating machines ... miraculous and able to answer to the questions that modern science suggests. Here the "simple man" (like myself) feels like a poor little man. But he feels that at both ends of this adventure, there is the implacable human presence: the person who asks the question and the one who receives the answer."

„4000 alkalmazott számára épülő hatalmas konstrukció használja ezeket az óriási számológépeket ... csodálatosak és képesek megválaszolni a modern tudomány által feltett kérdéseket. Itt az "egyszerű ember" (mint jómagam) egy szegény apró emberként érzi magát. De emellett érzi azt is, hogy a kaland mindkét végén ott van a kérlelhetetlen emberi jelenlét: a személy, aki felteszi a kérdést, és az, aki megkapja a választ.”

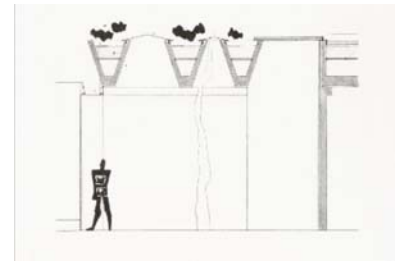
[Le Corbusier - <http://www.fondationlecorbusier.fr>]

köszönhető, hogy a tervezett 4000 főt foglalkoztató épületegyüttes egyszerre hordozza magán az Olivetti gyárépítészetének és Le Corbusier korábbi, funkcionális alapokon szerveződő épület-gépeinek tanulságait, de - az épületben zajló folyamatok szellemiségére és talán a számítógépek karakterisztikájára is utalva - a terv térbeli központi elemek, ezeket átszövő, körbevevő matematikai struktúrák és amorf geometriai elemek hálózataként is értelmezhető.<sup>28</sup>

A vállalat terjeszkedése nyomán Nápoly közeli Pozzuoliban kialakított épületegyüttes másfajta újdonságot hozott. A Luigi Costenza tervezésében 1955-ben megépült gyárban keveredtek az ipari és rekreációs funkciók, működésében egy újszerű "boldog gyár" érzetét keltette. A tervező, aki magát egy "igazi racionális emberként" jellemezte, egy anti-indusztriális együttest hozott létre<sup>29</sup>, mely felépítésében és megjelenésében mellőzte a gyárszerűség érzetét. Az egymás mellé illesztett művészi lépcsőző tömegek a terep adottságaira reagáltak, ugyanakkor megidéztek a Nápolyi öböl tradicionális karakterét.

Az 1960-as évek végén, 1970-es évek elején a világ különböző pontjain, a kor neves építészeti által létrejött Olivetti épületek tekintetében a neves építészek alkalmazásának marketingértékén túl szintén felfedezhető a cég arculatához illeszkedő, innovatív, progresszív jelzőkkel illelhető építészeti magatartás és kifejezőerő jelenléte. A Louis Kahn, James Stirling vagy Kengo Tange nevével fémjelzett épületek a korszak (modern, neobrutalista vagy metabolista) felfogásaihoz illeszkedő, leginkább strukturális és rendszerelvű koncepcionális alapokra építkező útkeresések.

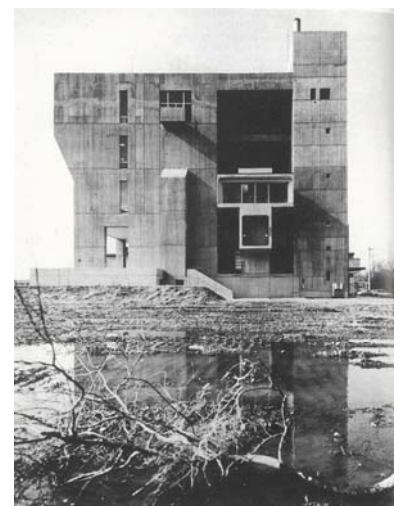
Kahn gyártóépülete a sorolható ipari térlefedésre talál ki egy szokatlan új nyolcszög-alapú struktúrát, mely rendszer tovább gazdagítja az Olivetti ipari csarnoképítésze során megfigyelt eszköztárat, s egyúttal a sorolhatóság és végtelen bővíthetőség kérdésére is rendszerszintű



51



52



53



54

<sup>28</sup>Egyes vélemények szerint az nagyobb épületek köré helyezett amorf formák okán a parametrikus építészet egyik előfutáraként, a "blob" első megjelenéseként is aposztrofálható az épületterv

<sup>29</sup> Giudici, G. [1983] *Design-Process Olivetti 1908-1983* F. Olivetti, Milánó

választ ad. A végeredmény frappáns logikája ellenére Zanuso vagy Vittoria korábbi épületeinél sokkal szigorúbb, ridegebb hatású.

Stirling képzési központ épületénél hasonló szerkezeti logikával építve hozza létre többfunkciós kétszintes moduláris csarnokait, azonban a hangsúly itt a külső megjelenésen a gépek formaképzési logikájához, szín-, és anyaghasználatához hasonlatos formaképzésen van. A design változó természete és a technológiai fejlődés az épületen használt - a kor tárgy- és járműkultúrájából "közvetlenül" átvett - elemeket (ablakosztás, tömegformálás) újszerűségükben erősen amortizálta. Az épület a kor gondolkodásának erős és jellemző lenyomata, nem csak designtörténeti szempontból, hanem a meglévő környezethez, hagyományokhoz való illeszkedés teljes hiánya és érzéketlensége végett is.

Kenzo Tange 1970-ben, a japán Yokohamában épült műszaki központja a neobrutalista építészeti felfogás szép példája. A nyers beton felületek még jobban kiemelik a strukturális és formai alapokon nyugvó tömegképzés harmonikus kompozícióját. Az épület karaktere, bár megformálásában funkcionalista logikájú, összhatásában egy élő szervezet, gép, robot, megkövült szobor stb. érzetek megfogalmazását kívánja meg, mely atmoszféra a vállalat technológiai tevékenységével absztrakt (nem narratív) módon társítható.



55



56

### **1.5. Korszerű építészeti kísérletek az Olivetti értékesítéséhez kapcsolódóan**

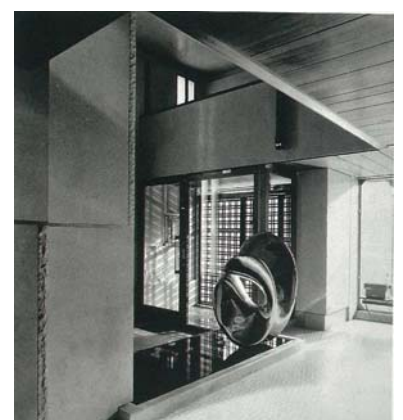
Az Olivetti a korábban felvázolt, kulturális és szociális alapokra támaszkodó vállalati értékrendszert direkt eszközökkel is hatékonyan tudta segíteni. A vállalat hírnevét ily módon egyszerre alakította a művészi igényességgel formált ipari termékek és a hozzájuk kapcsolódó tudatos kereskedelmi és marketing tevékenység. A cég ehhez kapcsolódóan nagy hangsúlyt fektetett az értékesítési és közönségkapcsolati területen megjelenő építészeti elemek - kiállítások, bemutatótermek, üzletek - igényes megformálására.



57

A termék-design, ami az Olivettinél a műszaki/technológiai tervezéssel egy szintre került, mint ahogy a berendezések formai megjelenését megalkotó művész szerepe is hatványozottan megnőtt. Ahogy a cég termékeinek tervezését elismert olasz, majd a 50-es évektől nemzetközi<sup>30</sup> művészek tervezték együttműködésben gépész, mechanikus, építész szakemberekkel, ugyanez a minőségszemlélet és kulturális kooperáció volt jellemző a hirdetések, kereskedelmi felületek és értékesítési pontok megalkotására is. A cégnél 1931-től működött a marketingkampányokért és vállalati arculatért felelős Hirdetési Műszaki Iroda, mely így a vállalati arculat és értékek közvetítését direkt eszközökkel szolgálta. Ahogy a poszterek megalkotásában az üzenetek művészi megformálása, a kidolgozás finomsága és magas minősége volt jellemző, ez az attitűd szintűgy megfigyelhető volt az értékesítés építészeti jellegű terei és felületei esetében is.

A korai megjelenési pontok, mint például a Figini és Pollini által tervezett 1935-ös Milánói Vásáron megjelenő Olivetti stand vagy a második világháború háború után, a Bbpr tervezőiroda által tervezett New York-i és a Franco Albini-féle párizsi üzlet esetében a reduktív eszközhasználatú, átlátható, modern építészeti attitűd volt a domináns. Ez a karakter a cég építkezéseinek formanyelvével azonosítható volt (pl. a súlytalan hatású fém vázszerkezetű állványrendszer a rájuk helyezett termékek könnyed, légies kialakítását hangsúlyozták).<sup>31</sup> A New York-i üzletben a falon elhelyezett homok vakolat relief egyike az értékesítési pontokon elhelyezett számtalan egyedi műalkotásnak, mely szándék vizuális, megtapasztalható értelemben is összekapcsolja az ipari design alkotási folyamatát a művészi egyedi karakterrel. Ilyen társítással találkozhatunk Ignazio Gardella düsseldorfi bemutatótermének tiszta üveg portálhomlokzata felett, vagy a Chicago-i, Caracas-i vagy a római üzlet esetében, de a talán leghíresebb Olivetti bemutatóterem, a Carlo Scarpa által megformált,



<sup>30</sup> Többek közt Aldo Magnelli, Xanti Schawinsky, Marcello Nizzoli, Ettore Sottsass Hans von der Krier, Mario Bellini, Michelle de Lucchi, George Nelson neve említhető

<sup>31</sup> Ez a szándék több helyen megjelenik, például az 1949-ben, Marcello Nizzoli által tervezett, híressé vált poszter üzenetével azonos, ahol a repülő madár és írógép együttes ábrázolása a könnyű súly és kis méret értékkapcsolásaként értelmezhető.

a velencei Szent Márk tér árkádjai alatt található kis "ékszerdoboz" esetében is, ahol a bejárat melletti fekete márvány vízmedencébe helyezett - Alberto Viani alkotta szobor fogadja a vásárlókat. A Scarpa által megalkotott üzletben ugyanakkor az említett műalkotás csak egy fókuszpont a térben; a vibráló hatású rácselemek, a plasztikus szoborszerű kő lépcső, a teakfa meleg burkolatok (mely a műkö nyers felületeinek erős kontrasztja), a stukkolt felületben megjelenő Olivetti felirat mind-mind egy harmonikus költői atmoszféra részei, mely leheletfinom mozdulatokkal kapcsolja össze Velence klasszikus építészetét a mai tégányokkal, s éppen ezáltal az időtlen karakter által a benne elhelyezett produktumokhoz egy másfajta minőségi szintet társít.



62



63

Az értékesítési pontok építészeti és grafikai kialakítására általánosan jellemző az Olivettire utaló márkajelzések finom kezelése: az alkotó szinte minden példa esetében a logót, feliratot, információt nem általános szabály szerint, hanem az adott építészeti formanyelvbe illesztve jeleníti meg. A velencei Scarpa üzletről, és annak kőbe vésett feliratáról már ejtettem szót, a New York-i üzlet kétszárnyú ajtókilincseinek bezárt állapotban O betűt formáló kialakítása, a szögletesre formált spirálban tekeredő Olivetti logó visszafogott, építészeti karakterelemként történő elhelyezése, valamint a fényjátékként vagy kivágott negatív elemként megjelenő cégfelirat mind-mind jó példa a márkajelzés effajta igényes kezelésére.

Bár Adriano Olivettit elsősorban a művészi jelenlétnek az alkotó folyamatban és alkotásban kifejtett pozitív hatása érdekelte, és a művészek megjelenése főként annak a kulturális pezsgésnek és kapcsolatrendszernek volt köszönhető, mely a céget jellemezte, óvatosan megjegyezhető, hogy az elismert művészek nevének és cégen belüli szerepvállalásának volt némi reklámértéke is. Bár ez a szempont a 1940-es, 1950-es években feltehetően kisebb jelentőségű volt - a korai művészek közül talán csak Le Corbusier nevének volt "marketing célokra használható" nemzetközi színű értéke - ez a karakter az 1960-as évektől erősödött. Valószínűleg ennek is volt



64

köszönhető többek közt George Nelson vagy Michelle de Lucchi designerek, vagy az építészeknél Kenzo Tange, Louis Kahn, James Stirling, Egon Eiermann vagy éppen Hans Hollein alkalmazása.

A vállalat művészeti kvalitásra fókuszáló fokozott figyelmét mutatja az 1955-ben létrehozott "Olivetti-díj" is. Az elismerést három kategóriában ítélte oda évről évre a neves zsűri<sup>32</sup>: az építészeti alkotás, a településtervezés és az építészeti kritika jeles képviselői díjazták, többek közt Ignazio Gardella vagy éppen Carlo Scarpa is a díjazottak között szerepelt. A díj több célból is segítette a vállalati arculat javítását, kifejezte a cég művészet iránti elkötelezettségét és értékfelfogását, a díjazás az említett területeken az Olivettit egyszerre mecénási és szakértői szerepben jelenítette meg, ugyanakkor a vállalat művészeti életben való jelenlétét, kapcsolatrendszerét is tovább növelte, mely többek közt megmutatkozik a díjazott művészek cégen belül történt későbbi alkalmazásában is.

## 1.6. Kiegészítés az Olivetti vizsgálatához

Bár az Olivetti márkanév még ma is létezik, és összefonódik számítógépek, laptopok és egyéb elektronikai szolgáltatások gyártásával, a cég az 1990-es évek végén megszűnt mint önálló, autonóm nagyvállalat.

Ez a folyamat természetesen összefüggésbe hozható egyrészt Adriano Olivetti 1960-ban bekövetkezett hirtelen halálával, másrészt azzal, hogy pár nem túl szerencsés döntésnek (pl a számítógép-fejlesztő részleg eladása az AT&T vállalatnak, a számítógép-gyártási trendek késői felismerése stb.) köszönhetően a vállalat elvesztette az elektronikai átalakulásban és az informatikai fejlődésben korábban meglévő innovatív, vezető szerepét.

Ennek is köszönhetően a kilencvenes évek az Olivetti számára az válságos időszak volt, a vállalat elbocsátotta munkavállalóinak (ekkor befejezte végleg írógépek gyártását is) háromnegyedét. A cég részvényeit először a Bell SA (1999), majd a Pirelli-Benetton (2001)



65

<sup>32</sup> 1957-ben zsűri tagjai közt találjuk pl. Giulio Carlo Argan művészettörténész-politikust, Carlo Ludovico Ragghianti és Geno Pampaloni kritikusokat, Ernesto Nathan Rogers és Bruno Zevi építészeket



konzorcium szerezte meg. Rövid idővel ezután a cég kalandos körülmények között a Telecom Italia nagyvállalattal egyesült. Az átmeneti átstrukturálás után a telekommunikációs cég 2005-ben kezdte meg újra az Olivetti márkanévű elektronikai berendezések gyártását, a vállalat nagy múltú nevére és kulturális gyökereire alapozva. A cég ma Olaszországban és Svájcban működik, és a világ 83 országban van képviselve.

### **1.7. Az 1. fejezet összefoglalása - az I. tézis**

Az Olivetti vizsgálata nem csak a cég által létrehozott összetett építészeti gondolkodás közvetlen eredményeinek tanulmányozása mentén érdekes, hanem a szempontból is, hogy az építészeti minőségnek ez a komplex megközelítése szükségszerűen tágítja azt az elvárás-halmazt is, melyet egy vállalat építészeti tevékenysége kapcsán megfogalmazhatunk. Ez a felismerés definiálja az értekezés első tézisét is, mely egyszerre ezen megközelítések gyökereit és fókuszát is meghatározza:

#### **- 1. tézis -**

A vállalati építészet értékteremtő jellege azon esetekben mutatkozik meg a maga teljességében, melyekben egyaránt jelen vannak az építészeti minőség stratégiai, kulturális, szociális, gazdasági és információs aspektusai.

Az építészeti minőség leginkább az érintettek - minőség iránt elkötelezettségében, a társadalom iránti felelős magatartásban, valamint a megbízó és a tervező közötti együttműködés keretében megfogalmazott értéktartalmakban és építészeti koncepcióban ragadható meg.

## 2. A vizsgálati módszertan kiterjesztése

Az építészeti minőség nehezen definiálható és többolvasatú fogalomköre az Olivetti esetében - mint ahogy előbbiekben alkalmazott kategorizálás alapján belátható - többféle szándék és megközelítés mentén vizsgálható. Bár nem állítom, hogy az Olivetti építészeti minőség-stratégiája irányt mutat a vállalati építészet aktuális kérdéseire, a cég építészeti tevékenységének bemutatása mentén alkalmazott kategóriák és megközelítések alkalmasak a vállalati építészet jelenségeinek tanulmányozására és egy olyan értelmezési rendszer felállítására, melyben a vállalati építészet sokszor ellentmondásos karaktere mögött megbúvó, valódi építészeti minőséget létrehozó szándékok és koncepciók beazonosíthatóak és vizsgálhatóak.

Kétségtelen, hogy az Olivetti esete egyedi oly szempontból, hogy abban egyszerre meghatározó elemként jelennek meg a minőség stratégiai, kulturális, szociális, gazdasági és információs aspektusai. Ezért mondhatjuk, hogy Olivetti példája rávilágít a vállalati építészet felé támasztott elvárások összetettségére, egyfajta viszonyítási pontként értelmezhető e területen. Bár a vállalati stratégiaalkotásban az építészet szerepe napjainkra felértékelődött, és hangsúlyai megváltoztak, mégis állítható, hogy az Olivettinél tapasztalt komplex viszonyulás még a legjobb példák esetében sem általános: a fokozott figyelem többnyire az épület vagy az alkotó "üzenetértékére", a vállalati identitás hangsúlyozására, vagy éppen minőségi tervezés koncepcionális kérdéseire korlátozódik.

Dolgozatom a vállalati építészet jelenségeit az Olivettinél is alkalmazott megközelítések mentén vizsgálja, bízva abban, hogy rávilágítanak az egyes példák mögött meghúzódó szándékokra, és egyben ezen szándékok és célok. építészeti minőségre gyakorolt hatására is.

## **2.1. Vállalatok minőségszemlélete**

A vállalati építészet nívós alkotásai létrejöttének alapja és forrása mindenekelőtt a megbízó minőség iránti elkötelezettségében keresendő. Ez az alapállás konkrét személy gondolkodásából éppúgy fakadhat, mint ahogy gyökerezhet az érintett közösség és a gazdasági környezet elvárásait figyelembe vevő vállalati kultúra meglétében. Ez az állítás nem azért fontos, mert árnyalja vagy éppen negligálja az építész felelősségét a vállalati építészeti alkotásban, hanem annak hangsúlyozására hivatott, hogy az építés ilyen szempontból szigorúan többszereplős folyamat, melynek sikerében a megbízó kulturális és esztétikai nyitottsága, avagy szándékai - gondolva a programalkotás, az elvárások és a megfelelőségi kritériumok különféle aspektusaira vagy például a tervező kiválasztására - már a kezdetektől meghatározó.

### **2.1.1. A megbízói magatartás és karakter szerepe**

A vállalati építészetben megjelenő megbízói karakter többféle szemszögből közelíthető meg:

Elsőként annak mentén vizsgálható, hogy a cég által képviselt vállalati értékszemlélet mennyiben koherens az általa létrehozott építészeti alkotással, azaz összeegyeztethető-e - a vállalati stratégia szempontjából kulcsfontosságú önmeghatározás - a vállalati vízió és misszió azzal a habitussal, mellyel a vállalat az építési tevékenységének irányt szab, valamint az önmaga számára megfogalmazott "minőségkritériumok" mennyiben és milyen módon jelennek meg építészetéhez való hozzáállásában. Az építészeti karakter nagyobb szerepe, a "törődés" a vállalati stratégiaalkotásban egyre inkább kimutatható, melyek esetében ez a szerep leginkább a vállalati design-kommunikáció hatékony önkifejező eszközeként jellemezhető. Ebben a szemléletben az épület megjelenése elsődleges, mely egyfajta üzenetet és adott esetben vállalati értékeket sugárzó közegként aposztrofálható. A vállalati építészet "sikerkritériuma" a vállalati identitás hatékony megjelenítése, mely esetben az épület a vállalati szolgáltatásokkal, termékekkel, az ezekhez kapcsolható

kommunikációs és pénzügyi célokkal, és en bloc a vállalati hitvallással összehangoltan, koherens vállalati arculatként "jelenik meg".

Másfelől - s ez a számunkra igazán lényeges - a megbízói szándékok vizsgálhatóak annak mentén is, hogy az alkalmazott vállalati célok mennyiben szolgálnak "nemes", a közgazdasági logikán, és érvényesülési szempontokon túlmutató társadalmi és környezeti célokat: e megbízói törekvések mentén keletkezett épületek mennyiben javítják a használók - legyenek azok külső partnerek, ügyfelek, saját munkavállalók vagy más kölcsönhatásban lévő csoportok - életminőségét, mennyiben szolgálják a társadalmi, szociális és kulturális egyenlőtlenségek csökkentését, vagy éppen ökológiai szempontokat. Ennek megfelelően egy vállalati tevékenység és szemlélet fő értékmérői lehetnek azok a törekvések is, melyek az épített környezet minőségi fejlesztését, fenntartását, vagy éppen leromlott területek rehabilitációját, megújítását célozzák meg, éppúgy, mint azok törekvések, melyek egy tágabb közösségi általános normarendszerbe értéként beilleszthetők.

Úgy vélem, hogy ezen a kulturális, szociális és környezeti felelősségi kérdések mentén megfogalmazott vállalati viszonyulás előidézi a vállalat társadalmi integrációját, és egyben elfogadását is. Feltételezhető, hogy a létrehozott magas építési minőségnek nagy részben biztosítéka a megbízói érzékenység, igényesség és kulturális fejlettség, mely mentén történő cselekvés az építészeti folyamat egyik legfőbb katalizátora és "védelmezője". A vállalati értékrend és viszonyulás ez esetekben éppúgy meghatározó az alkotás átfogó koncepcionális kérdéseiben, mint ahogy áthatja a beruházásokat végigkísérő döntési struktúrákat vagy adott esetben a legapróbb részletek megformálását is.

## 2.1.2. A „Corporate Architecture” szemléleti háttere

A vállalatok építészeti tevékenységéhez a nemzetközi szakirodalom a Corporate Architecture (CA) szakkifejezést társítja, melyet - gyakorta a vállalati stratégiaalkotás és működés logikáján belüli értelmezhető Corporate Identity<sup>33</sup> (CI) részeként jelenít meg. Messedat osztályozásában<sup>34</sup> például a vállalati CI három részre oszlik, ezek vállalati viselkedés (Corporate Behaviour), vállalati kommunikáció (Corporate Communication) és vállalati design (Corporate Design). A "CA" a design kategóriának a részét képezi, melybe ezen kívül a terméktervezés és a grafikai tervezés tartozik bele. Ez a megközelítés/osztályozás egyrészt szerencsés, mert igazolja és kiemeli az építészeti karakternek a vállalati arculatra, a gazdasági működésre és sikerességre gyakorolt hatását, helyet biztosít építészeti szempontoknak a vállalati stratégiaalkotásban és ezzel együtt hatékonyan illeszkedik a gazdasági döntéshozók gondolkodásába.

A Corporate Identity "szemlélet" felől nézve a vállalat által létrehozott épület egy hatékony médium, mely megformálásán, használatán, működésén keresztül hatékonyan tud értékeket közvetíteni és erősíteni.

A vállalati építészet gazdasági logikába való illesztése azonban szükségszerűen magával hozta az ez irányú "minőségsszemlélet" torz és hiányos hangsúlyait is. Ugyanis a piaci logika az építészeti minőséget elsősorban a gazdasági előnyök és "identitás-célok" felől értékeli, vagyis a finansiális szempontok mellett azt vizsgálja, hogy az épület mennyire értékes a cég által szándékolt narratíva szempontjából. Ezzel több is probléma van. Egyrészt, mint ahogy E. F. Schumacher A kicsi szép című írásában rámutat, a "közgazdaságtan vallása" nem viseli el a "gazdaságtalan" elemek létjogosultságát a rendszerén belül, márpedig a művészet és a kultúra minőség kategóriái

---

<sup>33</sup> Corporate Identity (Business Identity): egy stratégiaileg tervezett és működési értelemben megvalósított külső és belső vállalati önkép és viselkedésmód, mely a vállalati filozófiára, a hosszú távú vállalati célkitűzésekre és meghatározott arculatra épül abból a célból, hogy a vállalat külső és belső megjelenését az alkalmazott eszköztár egységes keretbe rendezésével biztosítsa.

<sup>34</sup> Messedat J. [2005] *Development Concept Strategies Corporate Architecture*, AVedition, Ludwigsburg

jellegükben nem feltétlenül követik a gazdaságosság szabályrendszerét. Másodrészt a vállalati identitás marketing-alapú megközelítése megköveteli a jól felismerhető és beazonosítható karakter alkalmazását és a "versenytársaktól" való megkülönböztetést - mely célokat egyéb iránt a kortárs építészeti eszköztár jól tud szolgálni - azonban ez a habitus - gyakran kiegészülve a vállalati kultúra "hiányosságaival" - könnyen hirdetőfelületekké degradálja épített környezetünket.<sup>35</sup> Harmadrészt az építészetet alapesetben hosszú távú gondolkodás határozza meg, melyből következően kevésbé tud azonosulni a divat és a piaci környezet gyors és folyamatos változásával, fluktuációjával. Ezért egyrészt általában nem szerencsés, ha a tervezési koncepció és formavilág ezen gyorsan elévülő területekhez igazodik, másrészt a vállalati építészetben megfigyelhető tendencia az építészeti érvényesség rövidülése és gyors amortizációja.

A vállalati prezentáció jelentős részben olyan terekhez és építészeti magatartásokhoz kapcsolódik, melyek egyrészt flexibilitásukból (üzletbelsők, mobil térkonceptiók) kifolyólag, másrészt ideiglenes használatuknál fogva (pl.: kiállítások, installációk) hatékonyan kezelni tudják ezen kérdéskört. Más a helyzet a hosszabb távra épülő épületegyüttesekkel, székházakkal, gyárakkal: ezek esetében a fent megnevezett amortizációs veszélyek, az építészeti értelemben és időtávban értelmezhetetlen üzenetek inkább kártékonyak, mint előnyösek.

Az információátadás és befogadás hatásmechanizmusainak működésével, illetve döntéseink mozgatórugóival foglalkozik Bernd Schmitt az *Experimental Architecture* című könyvében. Szerinte a fogyasztó választási döntéseinél nem a hagyományos kereslet-kínálat modell ad magyarázatot, hanem Schmitt a döntéseink miéértjé a kapott tapasztalat/élmény befogadásának különböző módjaival magyarázza. Az általa kategorizált - nehezen lefordítható - Sense, Feel, Act, Think,

---

<sup>35</sup> A kereskedelmi egységek primitív reklám-uniformba bújtatott arculata, valamint a vállalati üzenet harsány, aránytalan és deviáns megjelenése és a gyorsan fáradó jelentéstartalmak éppúgy jellemzik napjaink városszéli ipari és kereskedelmi zónák építészetét, mint ahogy jelen vannak a csúcstechnológiával épülő irodanegyedek általános karakterjegyei között.

Relate Marketing a fogyasztói élmény egyfajta felbontása különböző hatás-mechanizmusokra. E szerint a javak érvényesülése javarészt nem szükséglet/előny alapon, hanem érzeti (Sense) és érzékelés által (Feel), cselekvésen vagy interaktív viszonyokon keresztül (Act), az intellektusra, illetve a tudatos énrre hatva (Think) vagy kulturális és szociális és helyi viszonyain keresztül (Relate) történik.

Ez a felfogás jól használható szemléleti alapot ad annak a feltételezésnek az alátámasztására, mely szerint az épített környezet különféle érzeti vagy tudati csatornákon keresztül befolyásolja döntéseinket, melynek következménye persze gyakorta gazdasági jellegű. Fogalmazhatunk úgy is, hogy az ember folyamatos ingerek hatásában él, s ezen ingerekre válaszol tudatos vagy tudattalan reakcióival. Ezen ingerek azonban összetettek, nyilvánvalóan nem csak a szemünk által befogadottak. Az építészeti tér sem csupán díszlet, még gazdasági eladóterek, üzletek vagy vendéglátó-helyek, szórakozóhelyek esetében sem. Batár Attila könyvében különböző érzékszerveken keresztül beérkezett ingerek szinergikus hatásáról ír<sup>36</sup>. Batár szerint. "Összbenyomásról kell beszélnünk, amelyben nincs a vizuális jelenségnek kizárólagossága, csak aránykülönbségek állnak fenn a különböző hatások között." A percepció nála ugyanúgy jelent érzékszervi csatornákat, mint tudati folyamatokat, a hallás, szaglás, látás, mozgás érzékelése ugyanúgy szerepet játszik az élmény-feldolgozásban, mint emlékezetünk, ismeretállomány vagy a képzelet.

A térérzékelés és az effajta érzeti-tudati dekódolás a hétköznapi életben többnyire automatikus. Azonban a hatások s reakciók jelentőségét felfedezve, ezen folyamat alakítása, befolyásolása adott esetben a gazdasági szereplők érdeke is lehet. A tapasztalati (élmény) gazdaságtan<sup>37</sup> e relációk s percepciók tudatos stratégiai alkalmazásának lehetőségét, előnyeit és szükségességét hangsúlyozza. Schmitt az egyes csatornákat "stratégiai tapasztalati moduloknak"<sup>38</sup> hívja, mely tényezők már nevükben mutatják azt a potenciált, amit a

<sup>36</sup> Batár Attila [2005] Láthatatlan építészet Ab Ovo, Budapest

<sup>37</sup> Experience Economy Pine II. B. J. *The Experience Economy* (Boston: Harvard Bness School Press, 1999)  
Schmitt B. *Experiential Marketing* (New York: Free Press 1999.)

<sup>38</sup> Strategic experiential modules - szerzői ford.

megtapasztalt élmény minősége és jellege, mint a piaci tervezés egyik alapvető kiindulópontja jelent.

Ebben a megközelítésben a vállalat által létrehozott épített környezet gazdasági szerepe felértékelődik, s reá mint összetett valóságában megélt és megannyi hatásában dekódolt "sugárzó" közegre tekinthetünk.

Ennek mentén egy vállalathoz köthető homlokzat, belső tér vagy installáció hatékonyan tud tulajdonságokat, értékeket, érzeteket közvetíteni, mely minőségeket így a vállalattal és annak szolgáltatásával és működésével azonosítunk.

Természetesen a vállalati identitást hatékonyan megragadó építészeti minőség az érzékelés magasabb szintű, gondolkodást intenzíven megmozgató tartalmat is tud közvetíteni. Az így átadott akár esztétikai, akár etikai jellegű üzenetek - mint ahogy például az Olivetti esetében is hatékonyan tudják képviselni egy vállalat kulturális, társadalmi és művészeti elkötelezettségét és társadalmi beágyazottságát.

### **2.1.3. Vállalati eszközök és stratégiák**

A vállalati építészeti minőség létrejöttének kulcstényezői a vállalatok által a minőségi célok elérésére alkalmazott eszközök és stratégiák. A vállalati építészet karakterét és hangsúlyait meghatározó stratégiai döntések, az építészeti programalkotás folyamata, de például a tervezők/partnerek kiválasztásának menete is ezen eszköztárba tartozik. Ezen kívül olyan rendszerelemek alkalmazása, mint a minőségbiztosítás vagy a kontrolling eszközei is hatékonyan hozzájárulhatnak a vállalaton belüli építészeti kultúra növeléséhez. Az alkalmazott eszközök leginkább abból a szempontból érdekesek, hogy milyen korrelációban vannak az építészeti minőséggel, azaz a mennyiben segítik a magas színvonalú épített környezet létrejöttét.



Jons Messedat *Development Concept Strategies Corporate Architecture* című összefoglaló jellegű könyve szerint a vállalatok üzleti megjelenésére alkalmazott stratégiái alkalmasak a design területeinek - így az építészetnek - és a vállalati gondolkodásnak az integrációjára. A könyv a vállalati építészet stratégiai jelentőségét a vállalat piaci érvényesülésében meghatározó kompetitív előnyök hangsúlyozásában és erősítésében látja, egy olyan megközelítést használva, mely elsősorban a vállalati design-társterületek (reklám, vizuális kommunikáció, marketing) gondolkodásmódjából merít inspirációt. Messedat szerint az alábbi stratégiák alakultak ki a vállalati építészetben<sup>39</sup>: *(Az egyes elemekhez ismert példákat is társít illusztrálásként, ezeket zárójelben szerepeltetem):*

Egy építész általi karakterizálás

*(Behrens - AEG; Herzog & Meuron - Ricola)*

Együttműködés különféle (felfogású) építészekkel

*(Olivetti, MPREIS)*

Vállalati alapelvek kivetítése

*(Deutsche Werkstätten-Hellenau, Wilkhahn)*

Üzleti tartalmakkal való asszociáció

*(Yenidze Tobacco gyárépület, Drezda, Erco raktárépület, Lüdenscheid)*

Építészet mint a termék arca

- *(Pernod Pavilon, WF 1937 Párizs; Rimowa, Köln)*

Ismétlés általi felismerhetőség

- *(első McDonald's üzlet, Deutsche Post AG moduláris bútorai)*

Márkajegy-tartalmak kommunikálása

- *(Volkswagen AG, Raab Karcher konzern)*

Kétségtelen, hogy a felsorolt kategóriák alkalmasak a vállalati design-magatartások egyfajta - leginkább arculati és marketingpolitikai - osztályozására, valamint különböző építészettel kapcsolatos marketing-célok nevesítésére. A Messedat által bemutatott számtalan példa javarészt besorolható valamelyik kategóriába, természetesen némelyik szereplő tevékenységéhez jellemzően több is társítható a felsorolt eszközök közül.

---

<sup>39</sup> Messedat J. [2005] *Development Concept Strategies Corporate Architecture*, AVedition, Ludwigsburg 261.o-

Bár ez az osztályozás ilyenformán alkalmas a vállalati építészeti jelenségek vizsgálatára és összefüggések tanulmányozására, valamint egy stratégiai tervezésben jól használható segédletet képez, nem nyújt információt az egyes esetek mögött meghúzódó kulturális értékrendről és szociális/műszaki/vizuális színvonalról és érzékenységről, mely ezen karakterisztikák mentén minőségi alkotásra képes.

Hiszen a különféle építészekkel való együttműködés természetesen lényegi része az Olivetti vagy éppen a Weil am Rhein-i Vitra Campus vagy a baseli Novartis campus-épületek megformálásának, azonban nem lehet állítani, hogy e stratégiai viszonyulás magyarázná és jellemezné az építészeti minőség létrehozása mentén tett erőfeszítéseiket, kiváltképp annak hangsúlyozásával, hogy e példák mögött megbúvó és ezeket kiváltó igények, stratégiai célok, szándékok és összességében a vállalati kultúra mindegyik említett esetben jelentősen eltér. Míg például az Olivetti esetében az ipari termelés kulturális és közösségi életbe történő sikeres integrációja volt az elsődleges cél, a Vitranál egyfajta design-identitás és vezető szerep kifejezése kapja a legnagyobb hangsúlyt<sup>40</sup> szociális karakter nélkül. A Vitra neves építészek által tervezett baseli campusa a Gehry által "Pluralist Identity" (~sokféleség mint identitás) fogalommal jellemzett stratégiai megközelítés mentén alakult ki. Ez a tevékenység összekapcsolja a cég neves designerek (George Nelson, Charles Eames stb.) által tervezett, egyedi művészi értéket képviselő "bútorpalettát" az Pricker díjas építészek munkája nyomán létrejött építészeti minőséggel. Az MPREIS - osztrák élelmiszeripari kiskereskedelmi hálózat stratégiájában a nívós építészek egyfajta minőségbiztosításként, minőség-üzenetként értelmezhetőek, melyben egyben a környezet felé irányuló maximális törődés fejeződik ki. A élelmiszerlánc felfogása, hogy minden munkára más fiatal osztrák építész kéri fel, és építkezéseikben nagy hangsúlyt kap az adott település helyi karakteréhez való intenzív és reflektív viszonyulás.

A Novartis esetében a sokféle építészeti karakter a vállalat multikulturális gyökereit hangsúlyozza egységes keretbe foglalva,

melynek célja egy interdiszciplináris gondolkodás támogatása és közösségi interakció elősegítése, erről még a dolgozat későbbi részeiben bővebben esik szó.

Hogy hazai példát is említsek, az építészeti minőség hangsúlyos megjelenése a vállalati stratégiában az Óbudai Graphisoft campus esetében is jól megfigyelhető. A szomszédos tisztviselőtelep és gázgyár településszerkezeti és értékszemléleti tartalmaiból is merítő campus fókuszában a minőségi munkahelyi környezet megteremtése áll, mely természetesen - illeszkedve a vállalat profiljához - a magas színvonalú építészeti tervezés melletti állásfoglalásként is értelmezhető.

Összefoglalva elmondható, hogy a stratégiaalkotás gyökere egyes esetekben más és más lehet, a közös pont a releváns kulturális és közösségi értékekből való merítés és azokhoz való kapcsolódás.

A következő alfejezetek a vállalati minőségszemlélet és az építészeti alkotás találkozási pontjait, lehetőségeit vizsgálja klasszikus példákból kiindulva, melyek részben az előző mondat állítását igyekeznek továbbgondolni, illetve alátámasztani.

## 2.1.4. A vállalati minőségzsemlélet és az építészet kapcsolata kiemelt példák és jelenségek

A vállalati működésben megjelenő designer-tervező kiemelt szerepére talán a legelső, de egyben az egyik legismertebb példa Peter Behrens tevékenysége a berlini AEG vállalat alkalmazásában a XX. század első két évtizedében (1907-1914). Behrens szerepvállalása és berlini alkotásai több megközelítésben is jól jellemzik a vállalati környezet és az építészet közötti interakció lehetőségeit és újfajta viszonyt. Mint ismert, a vezérigazgató P. Jordan felkérése nyomán Behrens a gyárnál építész és tárgytervezői szerepkörben felelős volt a reklámhoz, értékesítéshez kapcsolódó grafikai munkálatokért, de ugyanúgy feladata volt az elektronikus és háztartási berendezések formatervezése vagy a gyárépületek építészeti megformálása, megtervezése. Ezen tevékenységében legjelentősebb alkotás volt a 1908-1909-ben épült Huttenstrasse menti turbinagyár-csarnok, mely a modern ipari termelés korszimbólumává, s "az iparnak, mint a modern élet legfontosabb ösztönzőjének tudatos kifejezésévé vált"<sup>41</sup>. Frampton ennek gyökerét a Korszellem (Zeitgeist) és a Népszellem (Volksgeist) tudatos összekapcsolásaként értelmezi, melyben nemcsak a modern építőanyagok, a vas vagy az üvegfelületek unikális alkalmazását látja, hanem a létrejött alkotást az új szellemiséget uraló ágazat, az ipar hatalmának templomaként írja le.<sup>42</sup>

A turbinagyárban azonban nem csak az ipar új vonatkoztatási rendszere figyelhető meg, hanem az átalakuló társadalom, az új ipari közösség gyökereiből merítő idézés is. Frampton értelmezésében a sokszögletű tető alkalmazása<sup>43</sup> vagy az 1910-es Brunnenstrasse-i részleg telepítésének megfontolásai a gyár a paraszti porta mentén



66



67



68

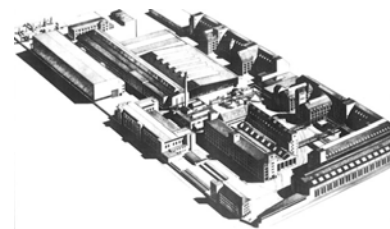
<sup>41</sup> Frampton, K. [2009] A modern építészet kritikai története TERC Bp. 148. o.

<sup>42</sup> Ezt az állítást erősíti Behrens azon - Was ist Monumentale Kunst? írásában kifejezett - felfogása, melyben a monumentális művészet szerinte a kor uralkodó hatalmának kifejeződésként értelmezhető, nem pedig a technikai és tárgyi előfeltételek mentén történő formaalkotás következménye. (Frampton, 149.o)

Behrens, P. [1909] *Was ist Monumentale Kunst? in Kunstgewerbeblatt-Neue Folge*, Verlag von e. a Seemann, Lipcse 3. füzet 46-48.o.

<sup>43</sup>, Ez a szögletesen tört tetőforma hagyományosabb, jobban beazonosítható megfogalmazásban a Richard Riemerschmidt által, a turbinagyárral körülbelül egy időben tervezett Hellenau-i Deutsche Werkstätten épületein is felfedezhető.

értelmezett gyárépület képét mutatja, melyhez az újonnan városlakóvá vált, paraszti gyökerekkel rendelkező és ipari munkás réteg rokonszenvet érezhetett, és mely egy újfajta közösségi magatartás és közös cél iránti elkötelezettség érzetét környezeti értelemben megtudta alapozni<sup>44</sup>.



69

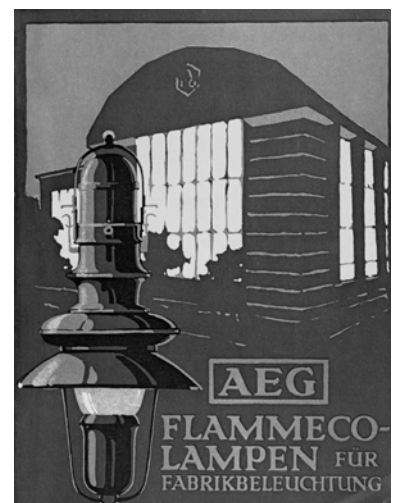
Az AEG épületek tervezésében ugyanakkor nagy hangsúlyt kap az ipar termelés, tömeggyártás szempontrendszere is. Behrens 1907-ben kiáltványában megfogalmazott központi gondolata az építészethez a tömegtermelés és a design szintézise felől közelít: "végre megoldódik a technikai berendezések formaterve és építészeti környezetük között fennálló konfliktus...még hozzá a termékeknél és az építészetben alkalmazott módszerek szerkezeti azonosságának következtében."<sup>45</sup> Emiatt talán állítható, hogy a turbinagyár építészeti nyelvezete egyrészt a tárgyformálással rokonítható, mint például az épület sarkainak kompozíciós egységet biztosítani hivatott, ám formálásában atektonikus - inkább művészi, mint szerkezeti - jellegű kezelése. Másrészt viszont az épület szellemiségében és szerkezeti értelemben a kor egyik leghaladóbb alkotása, melyben egyszerre jelennek meg az ipari építészet gazdaságossági és rendszerelvű vonásai és a modern építészet teljesen újszerű karaktere: Behrens tisztán láthatóvá tette az épület acélvázát, a falakat végigfutó üvegpánellekkel tagolta, mely a külső oldalon sávok megjelenésben a belső oldalon szinte teljes megnyitásban jelent meg, biztosítva ezzel a gyártáshoz szükséges fény mennyiségét. Az épület ennél fogva a vállalati közeg többtényezős igényeire és használati kihívásaira adott építészeti válaszként és állásfoglalásként értelmezhető, mintsem valamilyen stilisztikai elv következetes megjelenéseként. A turbinagyár épülete ötvözi a szerkezeti alapú gondolkodást a kiegyensúlyozott művészeti megformálással, melynek következményeképpen az épület reduktív eszközrendszere és óriási méretei ellenére mégis arányos, kiegyensúlyozott alkotásként hat.

<sup>44</sup> Frampton, K. [2009] A modern építészet kritikai története TERC Bp. 148. o.

<sup>45</sup> Buddensieg, T. [1984] *Industriekultur: Peter Behrens und die AEG 1907-1914*, MIT Press 38.o.

Mivel ez a modern szellemiséget tükröző karakter szerencsésen találkozott mind a vállalat technikai haladást és innovatív szellemiséget kifejezni akaró szándékaival, mind pedig a gazdasági és művészeti környezet, többek között a Deutsche Werkbund az irányú törekvéseivel, hogy igazolja mind a tudományba és technikába, mind pedig a racionális tervezési magatartásba vetett hitet, az épület több egyfelé mutató szándék és törekvés példjaként szolgálhatott. Kiegészítve azokkal a szempontokkal, melyek a német ipar és technikai haladás Angliával és Amerikával szembeni versenyképességét helyezték előtérbe (lásd például Hermann Muthesius angliai tapasztalatait kinevezett kereskedelmi attaséként, és ennek intenzív hatását), érthetővé válik, hogy - amint Pevsner<sup>46</sup> is írja - miért is volt az ipari építészet az egyik legalkalmasabb táptalaj azon megfontolások és szellemiség befogadására és egyben hirdetésére, mely aztán a Modern Mozgalom és így a XX. század építészeti felfogását döntően befolyásolta.

Behrens több szerepkörben történő tevékenysége az AEG-ben nem csak a modern építészet egyik mérföldköveként számít, de egyúttal a vállalati design és az építészet összekapcsolásának egyik első jellemző példája. Mint ahogy az AEG esetében újnak számított az a formaalkotói hozzáállás és műgond, amellyel Behrens a teljesen hétköznapi, vagy technikai indíttatású nagyobb gépek tervezéséhez hozzáállt<sup>47</sup>, ugyancsak újszerű elem volt vállalati megjelenés és a versenytársaktól való megkülönböztetés szempontjából az is, hogy egy nagyvállalat reprezentációját innovatív építészeti karaktere adja, valamint haladó, innovatív szellemiségét ezen keresztül, munkakörnyezetének építészeti megformálásával fejezze ki. Az építészeti minőség hangsúlyozásának és AEG által megalkozott egységes design karakter jellemző bizonyítéka a Werkbund 1912-es évkönyve, melyben az AEG példája is jelentős helyen szerepelt, vagy például az 1913-as reklám-brossúra, mely a gyár Flammeco



70

<sup>46</sup> Pevsner, N. [1977] *A modern formatervezés úttörői*, Gondolat, Budapest

<sup>47</sup> Pevsner, 206.o.,

Braun-Feldweg, B. [1978] *Ipar és forma*, Művészet és elmélet, Bp. 44.o.

elnevezésű csarnokvilágító lámpáját (melyet egyébiránt Behrens tervezett) a turbinagyár képével összekapcsolva ábrázoltak.

Az építészet effajta interdiszciplináris megjelenése egy másik, szintén Peter Behrens által tervezett gyárépület esetében is megfigyelhető volt: a kémiai és gyógyszer cég, a Hoechst AG céges logójában a Behrens által tervezett Frankfurt közeli székhely és gyártelep (1920-1924) fő motívumai, az óratorony és az épületrészeket összekötő híd szerepelnek, kifejezve ezzel a cég gyökereit, de egyben az építészeti karakter vállalaton belüli hangsúlyát is érzékelteti.

A Behrens-tanítvány, Walter Gropius által a Fagus cég számára tervezett gyárépületnél szintén megfigyelhető az építészeti minőséget megcélzó megrendelő szándék. Az Alfeld an der Leine-ben épült gyárépület az üveg függőnyfal egyöntetű alkalmazásával és sarkokon átforduló kialakításával még a berlini turbinagyár épületénél is könnyedebb, légiesebb hatást keltett. Ez a karakter részben Gropius zsenialitásából és modern építészeti hozzáállásából fakadt, de részben megrendelőjének, Karl Benscheidt-nek szándékából is következett, aki - így akarván a pont szemközti telken üzemelő vetélytársával szemben előny nyerni - a tervezőtől a Fagus cipőgyár modernebb és magasabb technológiai szintű tevékenységét jól kifejező épületet rendelt meg<sup>48</sup>. Ennek folyományaként a Gropius és Meyer alkotása nem csak annak a modern funkcionalista, racionális tervezési elveket valló építészeti hozzáállásnak az egyik legfontosabb korai reprezentánsa, hanem ezúttal az egyik első példa arra nézvést is, hogy az épület felfogásában hatékonyan tud megjeleníteni technológiai folyamatokat és azokhoz köthető értékeket.

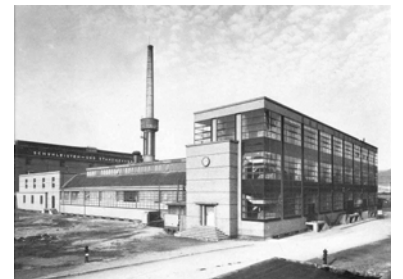
Köszönhetően annak, hogy a vállalati magatartás lényegi eleme a saját megjelenés, "identitás" létrehozása és ennek érzékelhető megkülönböztetése a versenytársaktól, ezen logika mentén megfogalmazott megrendelői elvárás a vállalati építészetben sok esetben megjelent, valamint a vállalati stratégiai megközelítések



71



72



73



74



75

<sup>48</sup> van Uffelen, C. [2014] *Corporate Architecture*, Braun, Berlin, 7.o

fejlődésével az "arculati" tervezés részévé vált. Az előzőekhez hasonlítható korai példaként lehet említeni Erich Mendelsohn Schocken üzletházainak megformálásában megjelenő homlokzati dinamika<sup>49</sup> és felirati mező intenzív szerepét, vagy éppen a Fagus művek logikájához hasonló indítatásból épült Rotterdamban, 1925 és 1931 között, a Leendert van der Vlugt által tervezett Van Nelle - élelmiszeripari termékeket előállító - gyárépület.



76



77

A gazdasági önkifejezés hangsúlya szempontjából mindenképp meg kell említeni a tengerentúli nagyvállalatok hatalmi szimbólumaként megjelenő felhőkarcolókat. Legjellemzőbb példa talán a New York-i Chrysler Building 1930-ban épült toronyépülete. A jellegzetes formájú felhőkarcoló egyszerre prezentálja azokat a kapcsolatokat, melyek az épület formálásában az autóiipari gyár működésére utalnak (hűtőrács, stb.), érzékelteti a márkanév hozzátapadását egy építészeti alkotáshoz - dacára annak, hogy a neves autógyár már rég nem tulajdonosa az épületnek, de egyúttal szimbolizálja azt a vállalati versenyt is, mely az egymást évről évre túlszárnyaló felhőkarcolók építése mentén szellemiségében jól megragadható.



78

Le Corbusier-nek az 1958-as brüsszeli világkiállításra tervezett Philips Pavilonja vegyíti a szobrászat, az építészet és a zene elemeit, azzal a céllal és eredménnyel, hogy cég működéséhez, termékeihez a szín, kép, hangzás, beszéd, ritmus szintetikus élményvilágát társítsa. A Corbusier által "Poème Electronique"<sup>50</sup> (Elektronikai versként) aposztrofált alkotás a vállalat termékeinek művészeti igényességű, építészeti alteregójaként volt jellemezhető, mely hatás egyúttal a Philips tevékenységéhez is művészeti, technológiai és kulturális kérdések iránt elkötelezett szerepet társított.



79

<sup>49</sup> Mendelsohn a homlokzati üvegfületek hangsúlyos megjelenése a homlokzatot éjjel és nappal figyelemfelkeltő, "expresszív" jelleget öltött, mely a belső terek egybetartása mellett és elválasztó falak és dekorációs elemek mellőzésével együtt jól szolgálta a belső nagy mértékű megvilágítását, mely hatást tervező a "megvilágított termékek áruházaként" jellemzett.

<sup>50</sup> Mely egyszerre a telefonhangokból, csörgésekből egyéb motívumokból Edgard Varèse által komponált zenemű címe is, mely a pavilonban a kiállítás ideje alatt szólt



## 2.1.5. Komplex minőségszemlélet és az épített környezet kapcsolata

Az 1960-as, 70-es évektől a fogyasztó-alapú társadalom igényei mentén erősödő "média-uralom" és vállalatok globálissá váló működési környezete felértékelte a vállalati önmeghatározás jelentőségét. Ez a hangsúlynövekedés külső értelemben megkülönböztető jellegű befelé azonban uniformizálódó jelleget ölt. Míg a vállalatok piaci megkülönböztethetőségre és egyediségre törekvő karakterjegyei párhuzamba állíthatóak a pop-art és posztmodern kultúra szellemiségével és "vívmányaival", addig az adott vállalat uniformizált, egységes megjelenése egyrészt a beazonosíthatóságot szolgálta, de egyúttal illeszkedett a belső működési folyamatok optimalizálását, hatékony ellenőrzését és szabványosítását szolgáló rendszerekhez.

Mind az ipari termelési és értékesítési folyamatokat, mind az ipari folyamatok infrastruktúrájául szolgáló építészeti környezetet alapvetően meghatározza az egyedi alkotás és a reprodukció viszonya, vagy más szóval az unikális karakter és a standardizált "minőség" kettős célrendszere. Ez szempontrendszer, mely az építészeti alkotáson néhol az egyediséget, az identitást, és az innovatív fejlődést kéri számon, ugyanakkor más esetben a termelés logikájába illeszthető uniformizálás, szabványosítás és tömeggyártás lehetőségeit keresi, együttesen alkotja a vállalati építészet minőség-problémakörét is.<sup>51</sup> A

---

<sup>51</sup> E kettősség gyökerei visszavezethetőek az ipari termelést kísérő vitákhoz, említhető itt Hermann Muthesius és Henri van der Velde különböző álláspontja a tömegtermelésben megjelenő művész szerepéről. Ahogy Nicolaus Pevsner remekül leírja, Muthesius a Werkbund 1914-es kölni közgyűlésén a tipizálásban látta a művészet egyetemességének biztosítását, addig a Bauhaus iskolát megelőző művészeti főiskola vezetője a művész individualista spontán alkotói mivoltja mellett foglalt állást: "Amíg művészek lesznek a Werkbundban...mindig is tiltakozni fognak minden kánon és tipizálás ellen"

Bár a ipari formatervezés további fejlődése Muthesius által elképzelt menetrend szerint alakult, és az építészeti folyamatokat illetően is lehet beszélni a standardizálás és a tömegtermelés irányába ható általános szemlélet kialakulásáról, mégis azt lehet mondani, hogy az építészeti alkotás és tér egyediségét értéként kezelő társadalmi és művészeti viszonyulás ezzel együtt szerencsére még nem vészett el.

A minőség kettős megközelítését jó illusztrálja az említett Werkbund szervezetének 1907-es alapításakor megfogalmazott definíció : "A minőséget nemcsak hibátlan, eredeti anyagból készült, tartós termékeket jelent, hanem egyben olyanokat is, amelyeket sachlich-há, nemessé és - ha úgy tetszik - művészivé avat a bennük testet öltő organikus egység."

A definícióban megfogalmazott harmónia a gazdasági megfeleléség eszköztárával nem meghatározható. pláne nem mérhető, mint ahogy az anyagbeli megfeleléség sem feltétlenül értelmezhetőek művészi értelemben, így ezen kritériumok egymás mellettiségükben ható, független tartalmakként jelentek meg már a Werkbund felfogásában is.

minőség tartalom itt ezért egyszerre jelentheti a közgazdaságtan-gyökerű fogalom megfelelési kritériumának teljesítését, ugyanakkor feltételezi egy kulturális/szociális/környezeti értelemben vett többletérték meglétét is.

Míg a standardizálás logikai alapja ez esetben egy korábban meghatározott normához történő reprodukzív viszony, mely az egységes minőség szándéka mentén alakult ki, az utóbbi egy intenzív és reflektív kapcsolat közösség és alkotó között, melynek alapjául az azonos kulturális értékek és célok szolgálhatnak.

A svájci gyógyszeripari világcég, a Novartis ezt a két szempontot, két megközelítést integrálja építészeti stratégiában. A vállalat Baselben található campusa egy általánosan kiemelkedő építészeti nívó létrehozásnak szándékáról tanúskodik, mely minőség nem a meghatározott normatív előírások mentén létrejött építészeti minőségszint sokszorosításával jön létre, hanem a munkahelyi környezet felé támasztott legmagasabb elvárások teljesülését a cég elismert építész-személyiségek és építészirodák alkalmazásában látja biztosítottnak. A campuson létrejött számtalan épület minden esetben más és más nemzetközi hírnév tervező keze nyomát viseli, ahol a sztárepítész alkalmazása csak részben szolgál marketing célokat, alkalmazása sokkal inkább egy minőségbiztosításként felfogható. Az irodaépületek, laborok és egyéb vállalati létesítmények mind-mind a munkahelyi környezet kialakításának innovatív megközelítései: a kísérletek, melyek a Novartis által meghatározott tartalmi, funkcionális elvárásokat értelmezik és rakják össze újra és újra különféle megközelítésekben: a munkahelyi környezeti minőség mentén történő állásfoglalások, melyek a fogalom definícióját is új tartalommal töltik fel és fejlesztő jelleggel visszahatnak azon elvárások és kritériumok rendszerére is, melyeket a vállalat és annak dolgozói a környezeti minőség felé támasztanak.

Bár a Novartis hitvallásában a globális környezetben működő cég kulturális sokszínűségét a megvalósult épületek változatos karaktere



80



81



82



83

hatékonyan kifejezi, számtalan építész alkalmazása és a munkahelyi építészeti alkotások effajta sokszínűsége azonban nem hat vidámparki kavalkádként. Ez egyrésztől köszönhető a neves urbanista, Vittorio Magnago Lampugnani<sup>52</sup> és az általa irányított milánói Studio di Architettura munkájának, aki a területre készített rendezési tervével (2001-2030) egy feszesen tagolt városi közegben álmodta meg a szabadon álló épülettömbök sokaságát. Az épületek között létrejött terek humánus atmoszférát sugallnak, köszönhetően az épületek közötti légtérarányoknak, a hagyományos városi szövetet idéző harmonikus és kiegyensúlyozott tömb-ritmusnak, a jól megfogalmazott tengelyeknek és fókuszpontoknak, és a "Jahn Gehl által is megirigyelhető" gyalogközpontú, autómentes városi közösségi terek létrehozásának. A rendezési terv hatékonyan integrálja a 2001 előttről megmaradt épületeket, és a campus kiépülésének egy hosszú távú 2030-ig nyúló perspektívát biztosít. A megvalósult épületek magassága (a belső területeken egységesen 23,5 m) és tömbarányai környező városi karakterhez illeszkednek, mely által a campus - dacára a különböző kontinensekről érkező alkotóknak - összességében az európai, sőt bázeli atmoszférát sugároz. Másfelől a viszonylagos egységnek épületek alapja egy közös, a vállalat által megfogalmazott cél, mely a munkahelyek környezetét egy átlátható, világos, "együttműködést és hatékony kommunikációt" lehetővé tevő téri világban határozta meg. A vállalat identitását az innováció és kreativitás ("mely kreatívan megfogalmazott környezetet igényel") vezényszavak mentén határozta meg, mely szerint a "jó innovatív ötletek és a problémamegoldás új megközelítései nem szigorú napirend szerinti találkozókön születnek, hanem sokkal gyakrabban informális találkozások alkalmával"<sup>53</sup>. Ezért a elvárások fókuszában a közösségi interakciók különböző megfogalmazásai állnak, melyek nem csak az épületen belül, hanem azokon kívül a campus területén



84



85



86



87

<sup>52</sup> Magnago Lampugnani - Intézményvezető professzor - ETH Institute for the History and Theory of Architecture , Zürich Svájc, Érdekeség hogy campus beépítésben meghatározott paraméterek adta lehetőségeket az egyik épület (Office B) tervezése nyomán építészeti léptékben is prezentálta, egy nagyon egyszerű a lyuk-architektúra megidézését és a szerkezeti karakter ötvözését adó kissé Aldo Rossi hatását idéző épületet alkotott.

<sup>53</sup> Vision for Sustainability on the Novartis Campus, Novartis Pharma AG Pharma Affairs 8. o. <http://isites.harvard.edu/fs/docs>

létrehozott külső városi terek, árkádok alatti kávézók, éttermek, fitness termek, parkok találkozópontjain is megvalósulhatnak.

A campus a nagylétszámú, közel 7.500 munkavállalójával (köztük 2.500 tudós) már egy kisváros léptékű közösséget alkot, melyet egy munkahelyi kultúra köt össze. Ennek háttere egyrészt helyi gyökerű, Bazel városának múltja és jelene egyrészt a városi struktúrák (tömbméretek, épületek, parkok, fókuszpontok) említett analógiáiban kifejeződik, de városrész kulturális integrálását segítik a területen bemutatott régészeti emlékek, római ásatások hangsúlyos jelenléte is. A kulturális kapocs másrészt a vállalati értékrendszerben keresendő, mely egyfelől morális kérdések mentén határozza meg önmagát, melyek például a vállalat fenntarthatósági és felelősségi jelentéseiből kiolvashatóak<sup>54</sup>, másfelől művészeti értelemben, melyet a köztéri műalkotások<sup>55</sup> elhelyezése vagy a épületek tervezésében jelentkező művészeti szempontok jelenléte mutat. Például a Tadao Ando-épület előtt álló Richard Serra által készített rozsdás acél térplasztika (Dirk's Pod), vagy a Peter Mackli által tervezett látogató központ homlokzati LED falának művészi megfogalmazása Jerry Holzer amerikai művész közreműködésével, Sigmar Polke pirit korongjai vagy Marco Serra bejárati installációja és a parkolóházba kialakított fénnel átjárt faldekorációja jó példák ezen művészeti hangsúly érzékeltetésére, de ezeken kívül még számos kortárs művészeti alkotás tölti meg tartalommal a campus külső és belső tereit. J. Burckhardt, a Novartis Campus művészeti kurátora elmondásában a kutatás és a művészet között nagyon sok kapcsolat van és az egyes területek nagyon sokat tudnak egymás számára mondani.

A campuson és a vállalati gondolkodásban ilyenformán az épületek tervezői is képviselnek egy intuitív és kreatív jelenlétet. Hiszen az építész társadalom neves prominensei, többek közt - Diener & Diener, Rafael Moneo, Frank O. Gehry, Tadao Ando vagy David Chipperfield - építészeti hitvallása, gondolkodásmódja megjelenik az épületeiken



88



89

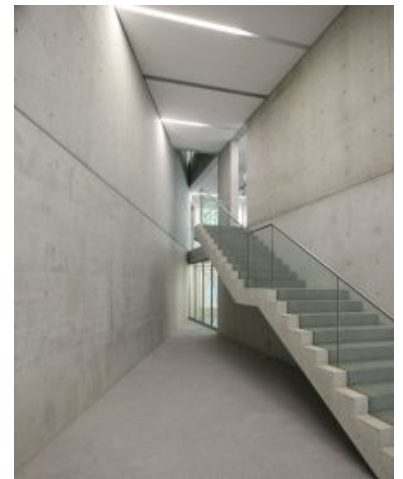


90

<sup>54</sup> <https://www.novartis.com/about-us/corporate-responsibility> (2015.október- november)

keresztül a campuson, mely során a tervezők által képviselt habitusbeli és szemléletbeli különbségek egy tágabban értelmezett társadalmi párbeszédbe helyezve definiálnak egy széles kulturális spektrumot. A dolgozatnak nem tárgya a tervezett 22 épület részletes bemutatása, azonban egyes alkotások kiemelése érdekes lehet az építészeti megközelítések szempontjából.

Az egyes épületek koncepcióiban elmélyedve feltűnhet, hogy mintha egy jól megfogalmazott keretek közé szorított pályázat különféle pályaművei lennének. Erről részben a szigorúan megfogalmazott szabályozási megkötések felelnek, másfelől a megrendelői vízió világosan, következetesen és jól érthető módon megfogalmazott üzenete. A cég által hangsúlyozott "kollaboratív kommunikáció és interdiszciplináris jellegű csapatmunka" elvárása épp úgy a kutatási folyamatok jellemzője mint ahogy a tervezés felügyeletét kísérő "workshop" lényegét is képezi. Ennek megfelelően ennek kiszolgálása épületek koncepcionális meghatározásában is kiemelt szerepet kap, például a SANAA építész iroda által tervezett légies üveg irodaház esetében a tervezők a következőket emelik ki: "A szerkezeti falak finom elválasztásával létrejött tér biztosítja a vizuális egységet, s ez lényegében az egyterűség újfajta típusát jelenti. A karcsúság és a nagy fokú átláthatóságot biztosítja, az udvar bőséges fényt biztosít az irodatermeknek, miközben azok kiúsznak a zöldbe"<sup>56</sup>. Fumihiko Maki, Alvaro Siza vagy éppen Yoshio Taniguchi épületei is hasonló kísérletek a munkahelyi környezet komfortos kialakítására, melyekben közös pontként megjelenik a belső terek ergonomikus, flexibilis és a közösségi munkavégzést lehetővé tevő megfogalmazása. A legutóbb elkészült Novartis épületet, az Asclepios 8 elnevezésű tornyot a tervezőpáros, Jacques Herzog és Pierre de Meuron egy komplex integrált rendszerként írja le, ahol a munkakörnyezet maximális variálhatósága találkozik a megrendelő szándékával: a könnyed oszlopok és az átlóban elhelyezett lépcsőházi és kiszolgáló magok az irodatermek számára maximális rugalmasságot és átláthatóságot biztosítanak, illeszkedve a használók flexibilitást igénylő kooperatív



91



92



93



94

<sup>56</sup> <http://uk.phaidon.com/.../tour-of-the-latest-developments-at-the-novartis-campus/?idx=16&idx=16>

térhasználatához. A tervezők az épület komplexitásával kapcsolatosan hangsúlyozzák, hogy a rendszer nem bomlik külön értelmezhető elemekre (homlokzatokra, belső struktúrákra stb.) hanem ezek egy vertikálisan hangsúlyok és erők mentén szerkesztett "lineáris és háromdimenziós rendszerbe" integrálva jelennek meg. Az épület minden elemében kerüli az anyagszerűséget, ezzel a vertikális hangsúlya ellenére egy semleges, anyagbeli narratíva nélküli szerepet ölt, s így háttérrel biztosít az épület innovatív megvilágításának és a belső terek teljesen flexibilis világának. Az épület a Novartis szabályozáshoz való viszonya szempontjából is érdekes, ugyanis az épület több mint kétszer olyan magas, mint a többi Novartis épület, mely kivételes magasság abból következik, hogy a Rajna mentén helyezkedik el a "városrész" szempontjából hangsúlyos sarokszerű pozícióban, s így a magas épület a területnek hangsúlyos záró elemeként jelenhet meg. A torony azonban nem független a környező beépítéstől, sőt tömegképzése erősen abból táplálkozik, hiszen a két egymásra helyezett doboz magassága egyenként a beépítés 23.5 m-es magasságával rendelkezik, így mondhatjuk, hogy a kialakult kompozíció egyszerre egy erős reflexió a campus beépítésére, ugyanakkor egyéb arculati és használati szempontoknak is eleget tesz.

A Novartis Campusnál megfogalmazott közösségi cél áthatja az épületek között létrehozott gyülekező, pihenő, találkozó terek működését, a belső udvarokban térszerű bővületekben, ligetesen kialakított parkokban egy élő város nyüzsgése dominál, egy intenzív közösségi élet figyelhető meg. Az zöld ligetek, igényes tájépítészeti karakter átszövi az egész területet, ugyanakkor differenciálja is, jól beazonosítható, fórum, hajlék, liget, fasor, főtér jellegű idézetekkel ad egy lüktetést és változatosságot a merev utcarendszernek. Ebben a szövetben, mind városépítészeti mind tájépítészeti értelemben kiemelt tengely a hajdanvolt főutca megtartása, mely egyszerre a terület bejáratát és egyben centrumát is kijelöli. Itt található az egyetlen, a terület beépítését szétfeszítő épület, a Gehry által tervezett oktatási központ, mely az építésztől már "megszokott" brandszerű karakterrel szoborszerű üveg-plasztikaként uralja a látványt. Ez az extravagáns



95

viselkedés a Novartis esetében nem hat öncélúnak, öntörvényűnek, köszönhetően a beépítési struktúrának, melyben ez az eltérő karakter a beépítés szempontjából hangsúlyos pozíciót megünnepli, ugyanakkor az építészeti karakter, a funkció és a városszerkezeti fókusz ilyfajta összekapcsolása az oktatás és a tudásátadás központi szerepének is új tartalmat ad.



96

A Novartis és a korábban bemutatott Olivetti minőség szemléletében a közösségi interakcióra és interdiszciplináris területek együttműködésre fókuszáló habitusa nagyon hasonló, azonban egy két lényeges eltérés is mutatkozik. Míg Olivetti elképzelésének alapja a helyi társadalmi szerveződés és a kulturálisan homogén közösség létrehozása volt, melyben a vállalat irányító, összekötő és szervező szerepet tölt be, addig a Novartis esetében viszont éppen egy, multikulturális gyökerekkel rendelkező munkavállalói közösségről beszélhetünk. Értelmezhetjük ezt úgy is, hogy a Novartis campus egy kísérlet arra nézvést, hogy a helyi gyökerekkel, kapcsolatokkal, és innen tovább "közös nyelvvel" nem rendelkező csoportokat milyen "mesterséges" eszközök mentén lehet valamiféle közösséggé formálni. A Novartis értéke, hogy ezt a heterogenitást egy egységes normarendszer mentén rendezi úgy, hogy közben kihasználja a különböző szemléleti megközelítésekben rejlő kreatív töltetet. A két példa és két alapszituáció közötti különbséget jól érzékeltetik az építészeti karakter eltérései is. Míg az Olivetti építészetére egy egységes, magas színvonalú építészeti nyelv megteremtése volt a jellemző, melyben - még az erősen racionalista, modern szellemisége ellenére - tekintettel volt a helyi anyagbeli sajátosságok és építészeti karakterre (gondoljunk a kőhasználatára vagy a hegyvidéki üdülőépületek vernakuláris utalásaira), addig a Novartis építészete meglehetősen internacionális, globális természetű, melyben a bázeli szellemiség és karakter leginkább csak utalás szinten - léptékében, tömegében és térarányokban felfedezhető város léptékű analógiákon keresztül - hat. A vállalati szándék és az együttműködésből adódó energia mégis valahogy rendezi, összefogja ezt a heterogén közeget, reményt adva e jelenős globális kihívással küzdő emberiségnek...

## 2.2. Felelősség megjelenése és szerepe a vállalati építészetben

### 2.2.1. A filantrópia kezdeti megjelenései a vállalati építészetben

Bár az Olivetti szociális építési politikája meglehetősen újszerű és egyedi volt maga nemében, a felelős vállalati magatartás és szociális szerep megjelenése a vállalatok gondolkodásában jóval korábbra tehető. Ezek közül az egyik legismertebb példa Claude-Nicolas Ledoux ideális szociális munkáslakótelepének terve, mely a Chaux-i sóművek gyár és lakóépületeit foglalta magában, és egy része meg is valósult 1775-ben. Körner Zsuzsa telepes lakóépületekről szóló könyvének<sup>57</sup> bevezetőjében több jellemző példát is említ a XVIII-XIX. századi gyárasok munkástelep építését kiváltó és kísérő paternalista és filantróp karakterre. 1816-ban Robert Owen által építtetett New Lanark telepe "egyszerre enyhített az iparosodás szigorán és egy jobb életutat kínált a munkásainak"<sup>58</sup>



97

A telepek nagy számú létrejötte természetesen összefüggött a társadalom szerkezeti összetételének iparosodással magyarázható változásával<sup>59</sup>, mely nyomán a mezőgazdaságból az iparba "vándorló" sokaság lakásszükségleteit kellett hatékony és gyors eszközökkel megoldani. A gyárak koncentrált munkaerő szükségletet generáltak sokszor beépítetlen vagy kevésbé lakott területen, így a nagy számú munkástelep létrehozása nem elsősorban a gyártulajdonosok szociális érzékenységéből következett, hanem a iparosodáshoz köthető folyamatok szükségszerű következménye volt. Azonban - ahogy az előbb említett műben olvashatjuk - "a telepalakításokban nem csak gazdasági elvek (a profit egy részének felhasználásával szakemberek hosszú távú foglalkoztatása, alacsony bérű gyermekmunkaerő elhelyezése stb.) játszottak szerepet, hanem az alapítók erősen vallási elkötelezettsége is." Sir Titus Salt a Saltaire telep (Yorkshire, Anglia -



98

<sup>57</sup> Körner, Zs. [2004] *A telepszerű lakásépítés története Magyarországon 1850-1945* Terc, Budapest 17-22. o.

<sup>58</sup> Kargon, R.; Molella, A. [2008] *Invented Edens: Techno-cities of the Twentieth Century*, MIT Press 2. o.

<sup>59</sup> Európában csaknem 20 millió ember költözött vidékről a fejlődő iparosodó városokba



1853) alapítója már a XIX. század közepén "fontosnak tartotta, hogy az üzemek mellett ne csak a munkás, hanem a gyáros is szívesen lakjon"<sup>60</sup>, mely szándék előre vetíti a munkáskolóniák igényesebb kialakításának lehetőségét. Ugyanez a viszonyulás a Ruhr vidéki Krupp AG vállalat telepépítéseit vizsgálva is megfigyelhető, vagy ideillő példa lehet az óbudai gázgyári munkáslakótelep kialakítása. A lakásépítés hangsúlya mellett természetesen idővel a munkások számára épített egyéb szociális intézmények és szolgáltatások is egyre nagyobb hangsúlyt kaptak: A Krupp AG által létrehozott munkás telepek, települések identitását az itt létrehozott olyan szolgáltató és közösségi épületek határozták meg. A települések központi helyén elhelyezkedő piac, iskola, közösségi házak vagy szociális klubok a munkások vállalathoz való szoros kötődést és azonosulását erősítették. A közösségi épületek idővel a gyár működésétől és függetlenedtek, kulturális vagy igazgatási funkciót kaptak, de átlényegülésük dacára még ma is - immár mint a vállalattól független állami tulajdonú esseni középületek - hirdetik a Krupp család szociális elkötelezettségét.



99



100



101

### **2.2.2. Vállalatok szociális építészete a modern időszakában**

A vállalatok szociális szerepfejlődése a XX. század első évtizedeinek Amerikájában formálódó jóléti rendszerben kapott új lendületet, ahol az amerikai nagyvállalatok figyelme, részben Frederick Winslow Taylornak, a munkaszervezés és a vezetélmélet atyjának hatására<sup>61</sup> a munkavállalók terheit és számukra járó juttatásokat és munkakörülményeket szabályozó eszközökre irányult. Henry Ford által 1914-ben bevezetett "ötdolláros" munkabér, mely átlagon felüli mértéke intenzíven hatott az autógyár dolgozóinak munkamoráljára és így a termelés minőségére is. A Ford , mely megreformálta munkaadó-munkavállaló viszonyát olyan intézkedésekkel, mint a munkaidő csökkentése, vagy az IBM vállalata, mely a 1930-as években életbiztosítást nyújtott az egy évnél régebben alkalmazott

<sup>60</sup> Körner, Zs. ~ 21-22.o.

<sup>61</sup> Taylor 1911-ben kiadott „A tudományos irányítás alapelvei című tanulmányában foglalta össze alapelveit

munkavállalói számára, olyan eklatáns példák, melyek nagy mértékben rávilágítottak a munkaadói felelősség szociális kérdéseire és a munkavállaló vállalathoz való viszonyát új szintre emelte.<sup>62</sup>

Mindenképp említésre méltó a Bata Cipőgyár tevékenysége és jelenléte a csehországi Zlin városában, ahol a cég működése lényegében összefonódott a város növekedésével és felépülésével. A vállalat alkalmazottai különleges juttatásokban (átlagosnál magasabb bér, ötnapos munkahét, ingyenes orvosi ellátás) részesültek, a vezetőket a cég saját iskolájában képezték. Az ehhez szükséges infrastruktúrát, az iskolát, kórházat, a Bata gyár maga építette meg, mint ahogy a Bata-házaknak nevezett modernista karakterű téglalakónegyedeket is.<sup>63</sup> Lényegében egész Zlin városa a cég felemelkedése nyomán kapott új arcot. A város fejlődésében egyrészt a Ebenezer Howard féle szomszédsági rendszer, másrészt Le Corbusier modern várostervezési és építészeti elvei érvényesültek, melyek többek közt párhuzamos szerkesztésű úthálózatában, másrészt funkcionalista gyár- és irodaépületeinek telepítésében<sup>64</sup> és megformálásában jól felfedezhetőek. A település központjában a cipőgyár épületei álltak, melyek mind építészeti jelenlétükkel, mind a munkavállalók életében elfoglalt jelentős szerep következtében dominálta a várost. A lakosokat, melyek leginkább a gyárakban dolgoztak, a gyár nevéből adódóan „Batamen”-nek nevezték. 1937 és 1938 között épült meg a 77,5 m magas Bata felhőkarcoló, amelyben akkor a gyár igazgatósága székel, mely építés egyben az utolsó jelentős Bata fejlesztés volt Zlin városában. Bár a Bata család és a Zlin története második világháborúval különvált - a gyárat államosították



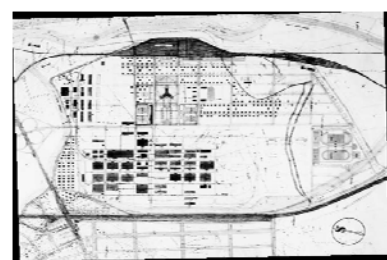
102



103



104



105

<sup>62</sup> A korábban tárgyalt cégvezető Adriano Olivetti többek közt épp ezeket a módszereket és újításokat tanulmányozta amerikai tanulmányútja során

<sup>63</sup> A modellt egyébiránt a Bata család kiterjesztette más országban létrehozott számtalan településre is, melyet a modell nyomán Bata-ville-eknek neveztek. Ilyen település volt többek között a holland Batadorp, Baťovany (a mai Partizánske) és Svit Szlovákiában, Baťov (most Bahňák része) a Csehországban, Borovo-Bata (Vukovár része) Horvátországban, de később létesültek lakó"falvakkal" körbeépített gyárterületek Franciaországban (Bataville, Lorraine), Kanadában (Batawa), Angliában (East Tilbury, Essex), de még Pakisztánban és Indiában is. it

<sup>64</sup> a szerkezeti tervet Le Corbusier egyik tanítványa, František Lydie Gahur készítette. A rendszer alapjául 20x20 láb (6.15x6.15 m) méretmodulból szolgált

1945-ben, a települést és régiót átnevezték - a város tudatát, arculatát ma is áthatja a közös múlt<sup>65</sup>.

### **2.2.3. Vállalati építészeti magatartás a posztindusztriális társadalomban**

A bemutatott korai példák nagy mértékben járultak hozzá a munkavállalókat érintő szociális hálózatok általános rendszereinek kiépüléséhez, melyek a jóléti államok alappilléreivé váltak. Napjainkban a munkavállalókat megillető juttatásokat, szolgáltatásokat, "jogokat" legtöbb helyen törvényi szabályozás intézményesítette és tette alapvető normává a vállalatok működésében. Henri Lefebvre erősen közgazdasági megközelítése szerint a városi környezet és az uralkodó gazdasági feltételek<sup>66</sup> lenyomata, következménye. Ehhez illeszkedve, David Harvey *Urbanisation of Capital*<sup>67</sup> című könyvében taglalja, hogy a kapitalizmus rendszere hogy formálja az térszerkezetet, és ennek következményeképp hogy újítja meg folyamatosan a városi szövetet. Klingmann állítását<sup>68</sup>, mi szerint a termelés módja meghatározza a termelés térkonceptióját, ezen megközelítések segítségével vezeti le, s ennek megfelelően állítja, hogy az gazdasági alapfeltételek és berendezkedés változása szükségszerűen megváltoztatja az építészeti stílust és tipológiát is.

A termelés módjában és a termelés rendszereinek felépítésében jelentős változások történtek a XX. század folyamán. A modern ipari termelés fejlett szakaszát jellemző - Henry Ford által képviselt gazdasági modell nyomán - "fordizmus"-nak nevezett erősen centralizált termelési folyamatokat és vállalat-központú termelést egy diverzifikáltabb gazdasági beilleszkedés váltotta fel. Lash és Urry<sup>69</sup> a posztmodern gondolkodás mentén bekövetkező gazdasági változásokat dezorganizált kapitalizmus terminológiával jellemzi

---

<sup>65</sup> például az egyetemet is Thomas Batáról nevezték el 2001-ben, de azt város szerkezet rendszere és meghatározó építészeti karakterjegyei mind a Bata korszakból származnak.

<sup>66</sup> Lefebvre H. [1991] *The Production of Space*, Blackwell, Oxford

<sup>67</sup> Harvey D. [1990] *Conditons of postmodernity*, Blackwell Mass. Cambr.

<sup>68</sup> Klingmann A. [2007] *Brandscapes - Architecture in the Experience Economy* MIT Press, Cambridge

<sup>69</sup> Lash S., Urry J. [1987] *The End of Organized Capitalism* Univ of Wisconsin Press, 1987

(nyilvánvalóan azon területekre értve, ahol a világháború után a kapitalizmus rendszere és fejlődése változatlan maradt). Erre a megközelítésre a korábbi centralizált és helyhez kötött termelési folyamatok helyett a diverzifikáció, a különböző szakterületek együttműködése és decentralizációja és globális kiterjesztése jellemző. Harvey ezen változásokat egy flexibilis jellegű rendszerként ("flexible accumulation" - rugalmas felhalmozódás) jellemezte, melyben a gazdasági jelenségek globalizálódó folyamata mögött a vállalatok felvevő piacokra, kereslet-kínálati viszonyokra, munkaerő- és infrastrukturális potenciálra, valamint egyéb piaci tényezőre és kockázatokra fókuszáló viselkedése dominál. A globális karakter és gondolkodásmód egyrészt a vállalatnak a helyi közösséghez való viszonyát is döntően átformálta, nyugodtan kijelenthető, hogy bár a XX. század a jóléti rendszerek és szociális hálózati lehetőségek intenzív fejlődését hozta magával, a globalizálódó kapitalista vállalat esetében a szociális hálózati infrastruktúra kiépítésében korábban megfigyelhető közvetlen és olykor központi szerep eltűnt, elveszett. Napjainkban a konkrét termelés és szolgáltatás keretein túlmutató, azt kiegészítő közösségi épületek, telepszerű lakóingatlanok, szociális célú épületek közvetlen létrehozása a vállalatok tevékenységében nem vagy csak speciális esetekben fordul elő: A vállalatok a meglévő infrastruktúrák potenciáljait használják, fejlesztéseik nyomán keletkező szociális intézményi igények következtében keletkező építkezéseket javarészt az állami szervek, önkormányzatok vagy más erre specializálódott szervezetek végzik. A vállalati működésből származó munkaerőigényeket és az ezzel járó kereslet-kínálati egyenlőtlenségeket a lakáspiac automatikusnak ható piaci mechanizmussal egyenlíti ki. A munkaadó az anyagi erőforrások biztosításán túl nem vesz részt a munkavállalók lakás-szükségleteinek kezelésében, akik többnyire piaci alapon vagy állami segítséggel oldják meg ezen szükségleteiket, a vállalattól nagyrészt független eszközök igénybevétele mellett. Bár azt nem lehet mondani, hogy a vállalatok szociális és közösségformáló karaktere eltűnt<sup>70</sup>, de az tény,

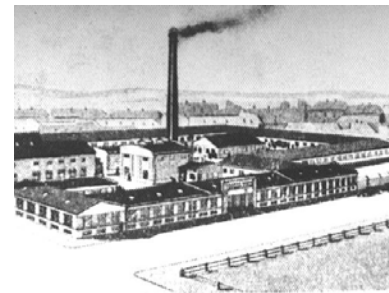
---

<sup>70</sup> A munkavállaló felé történő szociális juttatások napjainkra intézményesültek és standardizálódtak, valamint a munkavállalói közösségépítés gyakorlata és az ez irányú vállalati erőfeszítések még a globális keretek között működő vállalatok esetében is általánosak és rendszeresek.

hogy a globalista környezetbe "szocializálódott" vállalat többnyire elvesztette a közvetlen kapcsolatát a helyi közösséggel. Bár a vállalatok szociális érzékenységre jó példákat találni a közvetlen munkakörnyezet közösségi tereinek megalkotása esetében, a vállalat szociális és közösségi aktivitása ritkán mutat túl a vállalat működési keretein.

#### 2.2.4. A szociális felelősség stratégiai felfogása – a Richter Gedeon példájából kiindulva

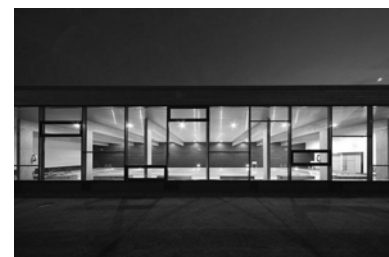
A budapesti Gyömrői út mentén elhelyezkedő Richter Gedeon Gyógyszergyár infrastruktúrájában számos szociális intézmény működik, melyek elsősorban a munkavállalók számára nyújtott szolgáltatások és juttatások arzenálját gazdagítják, de adott esetben a helyi közösség számára is elérhetőek. A cég által működtetett óvoda, könyvtár, üdülőépületek, sportkomplexum vagy a nemrégiben átadott uszoda, nem csak a vezetés szociális értékfelfogását mutatják, de jó példák egy multinacionális kapitalista nagyvállalatnak közösségi jelenlétére is. A vállalat amellett hogy igyekezett megőrizni és bővíteni a rendszerváltás előttről megmaradt szociális infrastruktúráját, és Richter Gedeon humánus szellemét tovább örökíteni, a terület környezeti minőségének javítása érdekében is jelentős erőfeszítéseket tett.<sup>71</sup> A megújuló Richter területeket bejárva talán csak a Novartisnál jelentős szerepet kapó informális közösségi



106



107



108

<sup>71</sup> A Richter Gedeon Nyrt. Gyömrői úti, immár több mint száz éves campusának története és fejlődése a szempontból is figyelemre méltó, hogy a vállalat építészetéhez történő viszonyulásaiban milyen változások és hangsúlyok figyelhetők meg az elmúlt időszakban. A rendszerváltás utáni átalakulások rámutattak a gyárterület túlzottan beépített, korszerűtlen szerkezetére és a más telepeken működő egységek távolságából adódó működési problémáira. A csődbe ment Magnezit vállalat területének megvásárlásával (2000) nyert nagy méretű fejlesztési területek megnyitották a területi fejlesztés lehetőségét és a különböző helyeken elszórtan működő egységek optimalizálását. A fejlesztések összehangolása céljából főépítészt neveztek ki K Szabó Miklós személyében, aki építészekkel (ZDA) együttműködve a meglévő épületekre "arculati" tervet, az újonnan megszerzett területekre beépítési tervet készített (2003), kijelölve a jövőbeli fejlesztéseknek szerkezeti keretét és irányát. Ennek a beépítésnek mentén épült meg a Biotechnológiai kutatóintézet Zoboki Gábor tervezésében, mely nem csak az új szerkezeti rendszer első manifesztációja, hanem a vállalati megjelenés és arculatformálás intenzív elemévé is vált. Az új épületek tervezése mellett a régi gyártelep "tisztítása" is javította a campus levegőhöz való jutását, a közelmúltban lebontott üzemi épületek helyén nagyvonalú belső park jöhetett létre, mely az eddig egymás hegyén hátán álló értékes ipari épületek is előtérbe kerültek, megmutatva építészeti színvonalukat (gondolva például a Callmeyer Ferenc által tervezett üzemépületre vagy 50-es években épült téglabau épületek belső udvari tömegeire). Az vállalat belső környezeti megújításának folyamatába illeszkedik az a tervpályázat útján megvalósult raktárépület-homlokzat rekonstrukció is. A győztes tervet Nagy Csaba és irodája készítette, mely homlokzatot egy attraktív áramló vagy interferáló hatású játékos karakterrel ruházta fel.

találkozáspontokat lehet hiányolni<sup>72</sup>, mely ezen szociális alapon is egybe tartott közösség számára az ismeret-, tudás- és élményátadás új dimenziói válhatnak elérhetővé.

Egy vállalat szociális felelősség iránti elkötelezettsége a vállalat működésén túlmutató minőségben szerepkörben is testet ölthet: olyan szándékok mentén, melyek a vállalat társadalmi szerepvállalását tágabb értelemben, művészeti és civil szerveződések logikájához hasonlóan egy kulturális misszió mentén értelmezi. Visszautalva az Olivetti példájára, mely felfogás az ipart egy nemesebb közösségi mozgalom eszközeként és háttereként értelmezte, a vállalati szerepvállalás is felfogható olyan intellektuális, morális vagy összkulturális célok mentén, mint például építészeti és természeti értékek védelme, megőrzése és megmentése, vagy éppen a társadalmi integráció és közösségépítés javítása az oktatás vagy művészetek eszközeivel.



109

### **2.2.5. A közösségi küldetés a vállalati szemléletben – a CaixaForum**

A spanyol óriásbank, a Caixa által létrehozott alapítvány, az Obra Social la Caixa (angol neve Caixa Foundation) egy többcélú közhasznú szervezet, mely társadalmi szerepvállalása az élet szinte minden területére kiterjed: segíti a rászoruló rétegeket (idősek, fogyatékkal élők, hátrányos helyzetű fiatalok vagy éppen a munkanélküliek csoportját), továbbá aktív szerepet vállal többek között a kultúra, az egészségügy, a szociális kohézió, a kutatás és a természetvédelem területén. Ezen tevékenységek részeként, valamint kulturális és művészeti események otthonaként létesültek a CaixaForum intézményei, melyek immár nyolc spanyolországi helyszínen - többek közt Barcelona, Madrid, Palma, Tarragona vagy Lleida nagyvárosaiban - adnak otthont a Caixa által finanszírozott rendezvényeknek, eseményeknek és kiállításoknak. A tárlatok témája

---

<sup>72</sup> A gyár campusán szembetűnő a gyülekezőpontok, étterem, kávézó, társalgó terek, hiány, de még csak egy pad sem látható sehol, sem a belső, sem a külső terekben.

a művészet minden időszakára kiterjed, a kezdeti megnyilvánulásoktól a legfrissebb avantgárd irányzatokig. A Forum-ok kiállításai ingyenesen látogathatóak, mint ahogy az intézmények által szervezett események, koncertek is, azon megfogalmazott cél mentén, hogy a kultúra és a művészet jusson el a társadalom legszélesebb rétegeihez.

A helyszínek kiválasztása is kifejezi a társadalmi és környezeti értékek iránti elköteleződést és törődést. A Caixa Forum-ok kialakítása lehetővé tette többnyire pusztulófélben lévő értékes történelmi jelentőségű vagy műemléki értékkel rendelkező épületek megmentését. A beruházások ezzel együtt a környező városszövet rehabilitációját és fejlődését is elősegítették: A Forum-ok vonzerejüknél és aktivitásuknál fogva új lendületet adtak a kiválasztott városrészek fejlődésének: az új mágnes-intézmény a környező utcák felértékelődését és új szolgáltatások megjelenését hozta magával és a beruházásokhoz kapcsolódó köztér megújítással a korábbinál intenzívebb városi térhasználatot eredményezett.

Egyediségében és szellemiségében a CaixaForumok sorából kiemelkedik a madridi helyszín épülete. A Retiro park közelében található helyszín a három közeli neves múzeum, a Prado és a (Museo Nacional Centro de Arte) Reina Sofía és a Thyssen-Bornemisza Múzeum épületének képzeletbeli háromszögébe került. A királyi botanikus kert tözsomszédságában található telken a beruházás előtt egy értékes karakterű ám lepusztult, használaton kívüli kétraktusos téglai ipari épület állt, melynek eredeti funkciójában Madrid elektromos energiaellátásért volt felelős. A Caixa az innovatív koncepcionális megoldásairól híres Herzog & de Meuron tervezőirodát kérte fel a madridi Forum tervezésére, akik a javaslatukkal egyszerre kezelték az ipari épület karakterének átmentését és a terület rehabilitációját, miközben egy attraktív és innovatív modern múzeumot hoztak létre.

A koncepció egyik alapvető eleme az ipari csarnok tömegének és téglai homlokzati architektúrájának megjelenítése volt, azonban ez nem



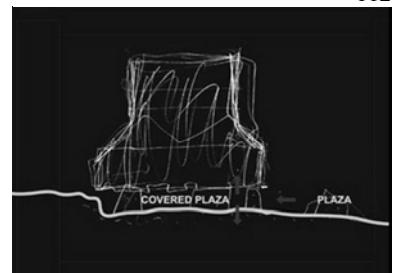
110



111



112



113

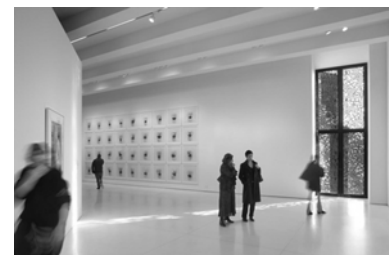


114



115

hagyományos szerepben, hanem a materiális valóság és idézet kettősségében kerül a házra, a talajtól elemelve, ellebegtetve. A lebegő historikus épülettömeg alá becsúszik a térszín, kitágítva a városi tér határait, ugyanakkor a létrejött tér nyomán egy nagyvonalú megközelítést, bejáratot ad a múzeumnak, de az elemelés nyomán kialakult összekötés az épület mögött elhelyezkedő városrészt is beköti a múzeum terébe és a város körforgásába. Az impozáns lebegő téglacarnok idézetét és művészi hatását tovább növeli a rozsdás acéllemezből készült kétszintes felépítmény, az elemelés plasztikus, avantgárd alsó lezárása, mely a "fölemelés" topográfiai absztrakciójaként hat. A corten acél felületek öregedő felületei a régi "épületrészhez" idomulnak, a nyílások korábbi rendszertől független kialakítása az új rendeltetéshez illeszkednek, mely gesztusok végeredményben az eltérő karakterek ellenére az épületet egy egészzé olvasztják össze. A homlokzat természetesnek ható felületeit jól egészíti ki a megmaradó tűzfalra kerülő vertikális kert<sup>73</sup> zöld megkapó tömege, mely a vegetációt kontextusából kiragadott művészi szerepbe helyezi és egyidejűleg átcsempészik valamennyit a szembe lévő park zöldfelületeiből és karakteréből<sup>74</sup>.



116

Belátható, hogy a CaixaForum esetében a szociális, társadalmi és kulturális küldetése hatékony városépítészeti és építészeti interpretációval egészül, melyben a vállalat által megfogalmazott identitás nem csak egy jól megfogalmazott képi üzenetként, hanem a közösség mindennapjaiba közvetlenül beágyazott módon, valódi értéket közvetítő és teremtő módon hatnak.

## **2.2.6. Szociális célú vállalati jelenlét építészeti hatásai - a bencés vállalatok példáján**

A közösségi érzékenység és szerepfelfogás másfajta megközelítése figyelhető meg a bencés szerzetesek által irányított vállalati és intézményi struktúra esetében Pannonhalmán. A szerzetesrend

<sup>73</sup> A 24 méter magas 460 négyzetméter alapterületű tűzfalra került vertikális kertet Patrick Blanc tervezte

<sup>74</sup> A növényfalra nagyjából 250 különböző növényfaj összesen 15.000 példányát telepítették a projekt átadásakor.

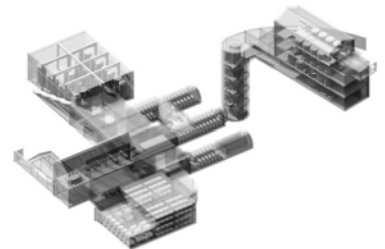


munkához való viszonya egyrészt természetesen a Szent Benedek által megfogalmazott bencés regula tézisein alapszik, melynek Ora et labora! (Imádkozzál és dolgozzál!) alapvetése a munkavégzéshez kiemelt jelentőséget és "küldetést" rendel. E küldetés alapja másrészt a szociális ellátó-hálózat és a több mint ezer éves hagyománnyal rendelkező oktatási tevékenység kereteinek biztosítása, mely feladatok szociális jellegüknél fogva erőforrás-hiányos területekként jellemezhetőek. Ennél fogva Bencés Kongregáció által működtetett kétpólusú gazdasági modell lényege, hogy a szolgáltató és termelő vállalatok nyereségével segítse a rend gondozásában álló szociális intézmények, úgymint iskolák, idősek otthona, kiállítótermek, rendházak stb. ellátását. A bencés rendhez köthető gazdasági vállalatok esetében (mint a borászat, a gyógynövényház, az étterem, a turisztikai és vendéglátó szolgáltatások) kiemelt fontosságú szempont, hogy azok működése, karaktere és üzenete összeegyeztethető legyen azzal az erős szellemi és vallási háttérrel, melyet a rend képvisel. Ez a viszonyulás nem csak a termékek megformálásában vagy a szolgáltatás hangsúlyaiban jelentkezik, de ezt a szellemi kötődést és minőség szemléletet fejezik ki az apátsági fejlesztések mentén létrejött épületek is. A Cigány Tamás által tervezett borászat zsenialitása például éppen abban rejlik, hogy a ház karakterében egyszerre illeszkedik a borospincék autentikus világához és egyszerre idézi meg a mögöttes szakrális tartalmat telepítésében, tömegképzésében, jelszerű formálásával úgy, hogy eközben a technológiai elvárásokat is maximálisan kielégítő korszerű gravitációs elvű borfeldolgozó üzem szinte teljesen elrejtje Szent Márton hegye alatt. A szakrális idézet persze nagyon finom, a helyre felkúszó lépcsősor vagy a közeli Boldogasszony kápolnának (mely egyébiránt a szerzetesrend kriptáit rejtje a föld alatt) megfelelő helykijelölő szerep nem direkt utalások szintjén kapcsol össze értékeket, inkább egy gondolkodási logikához való finom illeszkedéssel és a hely szellemiségére és atmoszférájára való gondos odafigyeléssel jellemezhető.

A bencés gazdaságok gondolkodása jó példa arra nézvést szociális célok és meglévő értékeiből való építkezés nem zárja ki az innováció



117



118



119



120

és a modern technológiák alkalmazását, sőt, e szilárd, morális alapokra építkező rendszer gondolkodása sokszor éppen a cél egyértelműsége mentén igazol újszerű megoldásokat és mutat egy folyton megújulni kész karaktert. A stabil társadalomban gyökerező értékrend hatását a sikerességre jól mutatják az elmúlt 20 év erőfeszítései Pannonhalma építkezéseiben és üzleti tevékenységében. Az innovatív korszerű viselkedésre pedig elég említeni kiépült biomassza erőművet mely a borászat venyigeállományát és a Bakonyban keletkező fahulladékot használja az üzemeltetési költségek csökkentésére a környezetterhelés jelentős mérséklése mellett. De lehetne említeni a turisztikai rendszerének teljes újraértelmezését, és ennek mentén létrejövő épületeket és új szolgáltatásokat. Ezek a változások, fejlesztések egyaránt támaszkodnak a szolgáltatóipar legkorszerűbb megközelítéseire és gazdasági modelljeire, de egyben a szociális intézmények működési körülményeire, nyugalmára is jelentős hatással vannak.<sup>75</sup>

Rem Koolhaas fogalmazza meg a Prada kapcsán azt, hogy - minél stabilabb egy márka (identitása) annál könnyebben tud változtatni<sup>76</sup>. Azt hiszem, hogy ez az állítás hatványozottan igaz az olyan morális gyökerekkel és kulturális rendelkező közösségekre és szervezetekre, melyek ezen cél szem előtt tartása mellett a gazdasági környezet változtatására is megfelelő bölcsességgel és lényegre fókuszálva tudnak változtatni és megújulni.

---

<sup>75</sup> A szolgáltató szektor egyik legnagyobb kihívásaként, feladatuként lehet említeni az adott helyen eltöltött látogatás hosszának maximalizálását. Ez azonban már nem csak a hagyományosan vendéglátó funkciókra igaz (hotel, vendéglátás, fürdő stb.), hanem adott esetben a termelő/gyártó ipari környezetre is. Ez a jelenség a technológiai terek építészeti karakterét, s a támasztott igényeket is megváltoztatja, felértékeli.

A Pannonhalmi Apátsági Borászat egyik kimondott törekvése volt, hogy a értékesítés 1/3-át helyben bonyolítsa. A borászat így nem csak egy üzem, hanem a turisztikai szolgáltató egység is, melynek célja a termelésen túl az apátság, mint turisztikai szolgáltató központ által nyújtott termék-diverzitás növelése. A kétféle szolgáltatás, az apátság spirituális valósága mit turisztikai élmény és a bor, mint ettől független fogyasztói termék összekapcsolásának hatékony eszköze a borászati épület, mely jelszerűségében, szakrális jelleget sugalló tömbszerűségében a bencés szellemiség (egyszerűség, munka, hit) egyfajta hordozója, megtestesítője.

Az apátság látogatását kiegészítő épületek is e "szolgáltatások" minőségének javítása, átértelmezése és kiterjesztése mentén valósultak meg. A turisztikai fogadóépület egyszerre információs bázis is vetítőteremmel, mely egyszerre egy információs és eligazító központ is, mely összeköti és hirdeti a kapcsolódó szolgáltatásokat. Az étterem a parkoló és a fogadóépület összekötése szintén ezt az integrációt szolgálja. Az átgondolt megközelítési és látogatási útvonal a gimnázium és a rendház nyugalmát és tehermentesítését biztosítja, javítja

<sup>76</sup> Oma/Amo Koolhaas R. [2001] Projects for Prada Part 1, Fondazione Prada Ed.

### **2.2.7. A fenntarthatóság „megjelenése” a vállalatok építészeti tevékenységében**

Mint láthattuk az előbbi példák esetében, a vállalati építészeti magatartás morális kérdései a közvetlen szociális szerepvállaláson túl tágabb társadalmi összefüggéseiben is megjelenhetnek. Ennek egyik fókuszja posztindusztriális társadalom "kijózanodása" mentén keletkezett "fenntartható fejlődés" fogalomköre, melyek a környezeti és társadalmi felelős gondolkodás felé támasztott kihívásokat és teendőket tematizálja a Római Klub megjelenése óta. A társadalmi jóléti rendszerek és a gazdasági fejlődés fenntarthatóságának kritikai megközelítése nyomán a vállalati szektor több értelemben is "kulcsszereplővé" vált. Egyrészt, mert a ökológiai és társadalmi rendszerek fenntarthatatlan tendenciáiért az ipari termelés és a gazdasági folyamatok primer módon okolhatóak, másrészt mert a növekedés és a profitalapú gazdasági rendszermodellek logikai felépítése önmagában ellene dolgozik az ezirányú erőfeszítéseknek<sup>77</sup>. Harmadrészt pedig azért, mert a vállalati infrastruktúra összességében jelentősen felelős a környezetünk terheléséért, mely mind a városi rendszerek szintjén (közlekedés, infrastruktúra, közegészségügyi viszonyok, stb. esetében), mind az épületek erőforrás-használatának vonatkozásában (épület-biociklus, energiaellátás, vízfelhasználás, újrahasznosítás kérdéskörei) jelentős szemléletváltást és aktív szerepvállalást követel(né)nek meg a piaci szereplőktől.

A vállalati gondolkodásban megjelenő társadalmi felelősségvállalás a 70-es évektől a CSR (Corporate social responsibility) gazdasági modell logikája mentén fogalmazódott meg, mely szembe ment a klasszikus közgazdaságtan szimplán profitorientált felfogásával. Nem részletezve a közgazdasági felfogások közötti vita részleteit, és azt, hogy melyik modell életképebb közgazdasági értelemben, elmondható, a társadalmi egyenlőtlenségek és konfliktusok fokozódó

---

<sup>77</sup> Az állítás szemléltetésére ide idézhető a Jevons-paradoxon, miszerint azok a technológiai fejlesztések, amelyek egy erőforrás kihasználásának hatékonyságát javítják, ahelyett hogy csökkentenék az erőforrás használatát, valójában növelik azt, A feltételezés előrevetíti a környezeti terhelés a gazdasági rendszerek eddigi logikáján belül történő mérséklésének kudarcát, és egy paradigmaváltást sürget

jelenléte miatt, továbbá a globális felmelegedéssel szemben megfogalmazott félelmek hatására és talán egy kicsit az emberiség filantróp ösztönei nyomán megváltozott társadalmi elvárások kikényszerítették a vállalatok környezeti és szociális kérdésekben elkötelezett viselkedését és ennek proklamálását.

Ezen felsorolt ösztönzők a vállalati magatartás és stratégiák egyik fontos lányszemévé tették a környezeti (és társadalmi) fenntarthatóság kérdését, mely számtalan formában és léptékben öltött testet. A fenntartható jövőhöz kapcsolódó és a környezettudatos gondolkodás mentén megfogalmazott akciótervek a meghatározott célokhoz és kihívásokhoz operatív teendőket és "sikerkritériumokat", jól definiálható és mérhető indikátorokat társított.

Amellett, hogy ezen emberbarát és értékes vállalati erőfeszítések a társadalom részéről üdvözlendőek és feltehetően a vállalati viselkedés és kultúra önszabályozó és erősítő elemeiként bizonyos területeken lassan-lassan intézményesülnek, félő, hogy ez a megnövekedett érzékenység nem lesz elég ösztönző erő a gazdasági gondolkodás belső logikájának kompenzálására, pontosabban gyökeres megváltoztatására. A jelenség ellentmondásosságát mutatja, hogy az ilyen irányú aktivitás elsőként jellemzően azokon a területeken jelent meg, amelyek ellensúlyozták vagy legitimizálták tevékenységük nem feltétlenül környezetbarát jellegét<sup>78</sup>, vagy éppen olyan cégek és tevékenységek esetében, melyeknek közvetlen előnye származott a környezettudatos "ipar" fellendítésből. A képet árnyalja az is, hogy a cégek fontos marketingeszközévé váltak a felelős magatartás hirdető fenntarthatósági jelentések, melyek a felelős vállalat ez irányú erőfeszítéseit foglalja össze nemzetközi gyakorlat szerint, és mind a szereplőket, mind az e mögött megbúvó kapitalista gondolkodást egy emberarcú köntösbe öltözteti, mely célja éppen annak a fogyasztásnak és ehhez szükséges ipari termelésnek a serkentése, mely a környezeti és társadalmi eltartó-képesség meghaladását előidézte.

---

<sup>78</sup> gondolva itt dohánycégekre, gyorséttermi láncokra, vegyipari cégekre stb.

Ezen, kissé szkeptikus alaphelyzet ellenére érdemes röviden tárgyalni a vállalat számára rendelkezésre álló környezettudatos eszközöket, kiváltképp azokat, melyek a vállalati építészethez kapcsolódnak. A környezeti fenntarthatóság és a CSR szemlélet nyomán megfogalmazott elvárások mentén az épített környezet ökológiai és használati kérdéseire egyre nagyobb hangsúlyt helyeződik a vállalati építészetben. Nem csak azért, mert a környezetterhelés nagy része az épületkomplexumok rendszereinek és azok működéséhez kapcsolódik. Hanem az okból is kifolyólag, mert ezen problémakörökhöz javarészt gépészeti, épületvillamossági, épületszerkezeti rendszerek társíthatóak, mely rendszerek működése fizikai, kémiai, számszaki paraméterekkel pontosan mérhető, kontrollálható, és így a környezeti-használati kihívások és az ezekhez illeszthető feladatok (látszólag) jól definiálhatóak és - még ennél is fontosabb - a környezettudatos erőfeszítések ezen paraméterek mentén könnyen igazolhatóak, prezentálhatóak.

Ezzel magyarázható, hogy a vállalati gondolkodásban az épületekhez kapcsolódó minőség-kérdések tekintetében az épületek épületszerkezeti és gépészeti működéséhez kapcsolódó jól definiálható tartalmak sokkal nagyobb hangsúllyal vannak jelen mint a kevésbé megfogható ergonómiai, szociális vagy művészeti indíttatású tartalmak. Ehhez a jelenséghez illeszkednek azok az épületeknek bizonyítványt „osztogató” minőség-értékelő, minősítő rendszerek, melyek a mérhető paramétereken keresztül pontozzák az építészeti produktumot.

Az építészet rendszerelméleti megközelítéseiben<sup>79</sup> természetesen megfelelő helyen kezelik a mára kifejezetten összetett és fejlett organizmusokként<sup>80</sup> létező bonyolult épületrendszerek rendszerelemeit és az azokat összefogó építészeti szándékokat, a vállalati viszonyulásban azonban ez a kettős fókusz sajnos a legtöbb esetben elmarad.

A mérhető rendszerelemek - mint láthattuk - fontos szerepet kapnak mind a vállalatok elvárásaiban, melyet a rendszerek felől való megközelítés és minősítő rendszerek hatékonyan tudnak szolgálni, mivel a nevezett mérhető kritériumok és kategóriák az épületet javarészt gépészeti/energetikai/szerkezeti felépítésük és működésük felől közelítik meg. Az épületminősítő rendszerek elsősorban e területeket értékelik, s térnyerésükkel visszahatnak az értékelt környezetre. Ennek okán az elvárásaikkal (pozitív) hatással vannak az épület technológiai jellegű rendszereire, fizikai tulajdonságaira, működési környezetére és ezzel együtt "ökológiai lábnyomának" csökkentésére. A minősítő rendszerek azonban nem értékelik az épület karakterjegyeit, tömegképzését, használati minőségét kialakító építészeti szándék helyességét. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a

---

<sup>79</sup> Napjaink épületeire jellemző komplexitásnak a felfejtésével, az építészeti integritás és sok-szemponúság vizsgálati lehetőségeivel foglalkozik a Houston-i egyetem építész-kara által kiadott gyűjtemény, az *Integrated Buildings* című könyv.

A vázolt szisztéma élesen elkülöníti a két pólust, azaz az épületre jellemző rendszereket és az azokat létrehozó építészeti szándékot, elvárásokat és követelményeket. Bachman szerint az egyes rendszerek (és azok részelemeinek) összevetésével, egymásra hatásával vizsgálható az integráció foka, jellege. Az épület tulajdonságainak fizikai, vizuális és rendeltetésbeli komponenseit egy bonyolult, többdimenziós mátrix elemeiként jeleníti meg.

Ezen kettősség filozófiai alátámasztásként Csikszentkirályi Mihály által (a "flow" ismertetésekor használt) definiált "realm" és "domain" fogalmak polaritását említi, ahol a realm a feladat megoldásához szükséges belső tudás, ismeret és teljesítmények meglétéként és alkalmazásaként értelmezhető, míg a domain a külső környezetet, az építészet értelmezésében a rendeltetés és a szükségszerű igények kielégítését biztosító törvényszerűségek összességét jelenti. in Leonard L. Bachman [2003] *Integrated Buildings - The System basis of architecture*, John Wiley and Sons, New Jersey

<sup>80</sup> Banham az épületekre, mint komplex rendszerekre tekint. A rendszerek szervezetét vizsgálva megkülönböztet 4 szintet, melyek jól mutatják az épület részelemeinek összekapcsolódását, integráció-lépcsőfokait (zárójelben a felhozott példákkal):

- Rendszer, mint szerkezet (eng.: hardware) - (Kristálypalota, London, Paxton, 1851)
- Rendszer, mint prototípus - (Home Insurance Building Chicago, Jenny, 1984)
- Rendszer, mint nyelvezet - (Pompidou Center Párizs, Piano - Rodgers 1975)
- **Rendszer, mint (élő) faj - mai épületek** - laborok, repterek stb., melyekben az épület,

minősítő rendszerek elsősorban a "hardver" működési alkalmasságát igazolják, a "szoftverről" kevesebbet mondanak.

Gyulai Iván könyvében<sup>81</sup> a bölcsesség és tudás közötti különbségre hívja fel a figyelmet, s a jelen tudás társadalom jelenségeit úgy értékeli, hogy abban túl sok szó esik a "hogyan"-okról és túl kevés a "miért"-ekről. Ennek gondolatnak érvényessége az épületek "hardveralapú" megközelítése kapcsán is igaz lehet. A környezettudatos megközelítések rendszerek java része például a jól mérhető "aktív" rendszerelemek alkalmazását (gépészeti megoldások, utólagos szerkezeti elemek, szabályozók igénybevételét) preferálja de nem vizsgálja az egyéb ez irányúba ható építészeti szándékok hatását nem értékeli és így nem is részesíti előnyben. Reischl Gábor szerint, amíg egy épületben rejlő összes "passzív" lehetőséget ki nem merítettük, addig az "aktív" rendszerek alkalmazása is helytelen, azaz<sup>82</sup> az kihívások a környezeti kihívások szimptomatikus kezelésénél előrébbvaló a szisztematikus megoldások keresése és alkalmazása.

---

<sup>81</sup> Gyulai I. [2009] *Kérdések és válaszok a fenntartható fejlődésről* Magyar Természetvédők Szövetsége, Bp.

<sup>82</sup> Tizenkét kőműves 2. előadásorozat [2009] Terc, Budapest

## **2.3. Az építészeti koncepció a vállalatok szolgálatában**

### **2.3.1. Kulturális alapú párbeszéd a tervezésben**

A vállalati építészet témaköre vizsgálható interakciós szemszögből, melyben a tervező a megbízó "érdekközösség" értékrendjével kerül intenzív kapcsolatba, és a létrejött alkotás végeredményben ennek a tervező-megbízó közötti párbeszédnek jellemző lenyomata.

A megbízó értékrendjének építészeti alkotásba való átültetése lényegét tekintve a tervező hozzájárulása a folyamathoz, ennek elemei gazdasági szakzsargonban is használt kifejezéssel élve "hozzáadott értékként" jelennek meg.

Az együttműködés sikerének, hatékonyságának jellemző fokmérője lehet ezen hozzáadott érték és a megrendelő céljainak szintézise, azaz jelen esetben a kulturális és gazdasági jellegű minőség tartalmak transzformálása és kifejezése az építészeti alkotás eszköztárának segítségével.

Meggyőződésem, hogy a vállalati építészeti alkotás minősége a megbízó és a tervező között létrejött kulturális interakcióban gyökerezik és az - e párbeszéd mentén létrejött - tervezői intuíció, érték-szintetizálás és az ebből fakadó szinergikus hatások mentén megragadható.

### **2.3.2. A hozzáadott érték új megközelítése**

Az Olivettinél bemutatott építészeti példák esetében már megállapítást nyert, hogy az építészeti koncepcióalkotás képes a vállalati érték szemlélettel analóg minőség tartalom létrehozására. Ez a koncepcionális tartalom nem közvetlen erőszakolt narratívával hanem a beleérzés, megtapasztalás és idézés analógiákra épülő rejtettebb, finomabb eszközeivel képes a vállalati érték felfogást megjeleníteni, illetve képviselni. Úgy is fogalmazhatunk, hogy a vállalati építészet



minőségi alkotói megközelítése nem az imaginációk, szimbólumok és hasonlatok eszközeivel, hanem a mélyebb értelmű képzettársítások, metaforák és allegóriák szintjén viszonyul azokhoz az érték-tartalmakhoz, melyek a vállalati kultúra, a társadalom és épített környezet szempontjából egyaránt relevánsak és hitelesek.

A építési folyamat mentén létrejött ilyen jellegű tartalmak egy, a vállalat identitásához hozzátapadó és társadalmi/közösségi beágyazottságát kifejező "hozzáadott (építészeti) értéket" definiálnak. Ez a megközelítés nem a definíció eredeti közgazdasági, pénzügyi értelmében értendő tartalmat jelöl, és nem is (feltétlenül) az építészeti minőség közvetlen gazdasági szükségességét és pénzügyi előnyeit igazolja (mint Klingmann Brandsapes könyvében olvasható megközelítés szerint), hanem annak a fokmértéke, hogy a vállalat épített környezete mennyiben hitelesíti vagy igazolja a vállalat társadalmi szükségességét és hasznosságát vagy más szóval mennyiben segíti a vállalat szemléletének közösségi elfogadását és érték-integrációját.

A dolgozat kerete és a téma jellege nem alkalmas arra, hogy ezeket az eszközöket és az effajta alkotói hozzáállást teljes részletességgel és minden vonatkozásában bemutassa. Hiszen a vázolt minőségfelfogás szinte minden esetben egyedi, adekvát válaszokat követel, melyet a vállalati értékrendre és a társadalmi normákra fókuszáló diskurzus és az erre reflektáló alkotói folyamat jellemez. Azonban a fentiek illusztrálására és a hozzáadott építészeti érték alatt értendő tartalmak szemléltetésére néhány, egymástól javarészt független példa segítségével igyekszem a vállalat és az építészeti koncepció effajta viszonyát bemutatni.

### 2.3.3. Az építészeti koncepció szerepe az értékteremtésben

A munkahelyek építészetének egyik legkölteibb alkotása a Frank Lloyd Wright 1936 és 1939 között épült irodaépülete, mely a Johnson & Son viaszgyár megrendelésére készült. Az építész aki már a harminc évvel korábbi irodaháza nyomán is többször összetűzésbe került akkori megrendelőjével, Darwin D. Martinnal, a Larkin Mail Order Co. tulajdonosával<sup>83</sup>, ez esetben sem könnyen engedett a koncepcionális kérdésekben. A tervezőnek a megrendelő mellett az építési hatósággal<sup>84</sup> is meg kellett küzdenie hogy a fa alakban kiszélesedő csarnoktartó oszlopainak teherbírását igazolni tudja. A viszontagságos tervezés és építési folyamat végül meghozta gyümölcsét: a költői, Frampton szerint Sullivan életfa- szimbólumából eredeztethető, de ilyen szerkezeti használatban teljesen unikális és eredeti gomba formájú térképző elemek által meghatározott tér új szintre emelte a munkahelyek építészeti karakterét: A 20X20 láb raszterben elhelyezkedő oszlopok között beáradó fény a tömör hatású téglafalakkal zártsága mellett a lefedést teljesen légiessé formálta: Ahogy Frampton fogalmaz, a gyártócsarnokok a "munka megszentelt helye"<sup>85</sup> rangjára emelte "a hagyományos elemek megfordításából feltörő költészet - volt rá jellemző - Ahol zártságot várnánk(a tetőn), ott megjelenik a fény, ahol fényre számítunk (a falaknál), ott zárt". Az impozáns belső kialakítás Wright szimbolikus-organikus gondolkodásából adódott, ahol által meghatározott tér a vállalat működésére intenzív hatást gyakorolt: Ahogy az elmesélésekből kiderül, az átadás utáni években az épület nem csak a termelékenység intenzív növekedést okozta, de a munkavállalók elégedettségét is: a vállalat ezáltal a legkreatívabb és legtehetségesebb munkaerőt is képes volt megszerezni<sup>86</sup>, arról nem is beszélve hogy az épület innovatív,



121



122



123

<sup>83</sup> "Ezek képesek bármilyen értelmetlen változtatásra - írta keserűen az igazgatóságról - hiszen számukra ez csak egy gyárépület a sok közül" - Frampton, K. [2009] A modern építészet kritikai története TERC Bp. 83. o.

<sup>84</sup> Wisconsin State Building Commission

<sup>85</sup> Frampton, K. [2009] A modern építészet kritikai története TERC Bp. 249. o.

<sup>86</sup> McCarter R. [1997] *Frank Lloyd Wright architect*, Phaidon, New York

tudományos fantasztikus légköre a vállalat ismertségét és ezáltal vevőkörét is jelentősen növelte.

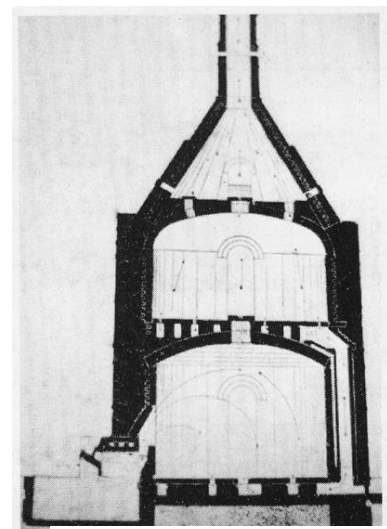
Az üzemcsarnok lényegét kifejező karakter ereje Wright mély szimbolikán alapuló építészet-felfogásából származott. Ahogy Frampton említi, ez egyrészt a munkahelyek szakrális szintre emelésének szándékából adódott, másrészt az organikus megközelítésből, mely elsősorban a " konzolos vasbeton tartók fához hasonló megformálását jelentette.

Az építészeti koncepciók szimbolikus gyökerei azonban nem csak építész egyéni világképéből származhatnak, hanem következhet a megbízó tevékenységének kulturális háttéréből, gyökereiből.

Talán szemléletes példa erre a 1990-es évek végén Herenden megépült Porcelánium épülete. Turányi Gábor pályázaton nyertes tervének alap gondolata szerint új épületeket a több mint 150 éves manufaktúrával szemben U-alakban helyezte el<sup>87</sup>, s ezáltal az üzem főbejáratával szemben a település városhoz méltó új főterét hozta létre. Az épületeken anyaghasználatában a téglanyers dominál, mely az épületet súlyossá, monumentálisabbá teszi, s egyúttal plasztikus használata a megidéz a téglapítészeti és a keramikusság hagyományos kézműves jellegét. Ezt a gondolatot erősíti a kézzel vetett, helyi munkások által díszített téglák használata is. Az épületegyüttes a városi teret létrehozni szándékozó karaktere mellett tömegében megidéz a manufaktúra gyár karakterét is. A két sarkon megformált csonkatornyok ezt az idézetet erősítik, melyek egyszerre a kemencék és kémények idézeteivé is válnak. Ez a beleérzés még nyilvánvalóbbá válik a tornyok belső kialakítását tekintve, ahol a lépcsőzetesen faragott nyers téglakürtő a porcelánkészítés egyik leglényegesebb mozzanatát a kerámia kiégetését<sup>88</sup> juttatja eszünkbe.



124



125



126

Lipman, J. [2003] *Frank Lloyd Wright and the Johnson Wax Buildings* Dover Publications

<sup>87</sup> <http://hazai.kozep.bme.hu/hu/herendi-porcelanium/#> 2015. nov.

<sup>88</sup> Az égetőkemence-analógiát maga tervező is említi székfoglaló előadásában

<http://epiteszforum.hu/a-folyamat-architekturaja-turanyi-gabor-szekfoglalo-eloadasa> 2015. nov.

Micha de Haas Houten-i székháza nagyszerű példa arra vonatkozóan, hogy a cég tevékenységét jelentő építőanyag hogy tud átlényegülni a az építészeti koncepció által.

Az épület ugyanis a Holland Alumínium-centrum székhelyeként jött létre, melynek célja az alumínium használatának népszerűsítése és egy fedőszervezetként az alumíniummal foglalkozó cégek összefogása és informális segítségnyújtás. A székház építészeti koncepciójában ennek megfelelően jelentős szerepet kap az építőanyagként is elterjedt alumínium: az matéria felhasználását bemutatva szinte az összes épületszerkezeti elem megjelenik a maga kézenfekvő módján tartóoszlopként, falként, ablakként, burkolatként.

Az építészeti koncepció azonban egyszerre túlmutat0 az elemeket szokványos használatán: az összképet egy futurisztikus objektummá formálja, mely feledteti velünk az építőanyag használatában rejlő direkt utalást: az "ezernyi" pálcika-lábon alátámasztott fém tömeg a vízfelület felett hallatlan könnyűséget sugároz. A fém oszlopok teherhordó jellege az oszlopok esetlegességének és a fémfelületek csillogásának köszönhetően egyáltalán nem érződik, azok inkább a lebegő tömeg lekötését idézik mintsem alátámasztását.

A felső irodatest átlukasztott kialakítása egy érdekes téri világú átriumot hoz létre, mely oldja a felső tömeg tömör kialakítását és az épület megközelítésének költői formát biztosít.

Az alumíniumközpont kialakítása túlmutat az alumínium "használatának" a centrum marketing-szándékához jól illeszkedő médium szerepen, bár kétség kívül unikális megjelenítésével jól szolgálja azt. Az épület intuitív keresgélés az anyag, a forma és a rendeltetés viszonyának újszerű értelmezésére, mely a térhasználatnak és a technikai innovációnak is új szempontokat teremt.

Egy épület az illeszkedés eszköztárával és hely karakterének absztrakt értelmezése segítségével is hatékonyan tud kifejezni a közösség felé elkötelezett vállalati magatartást. Az olyan tevékenységek esetében, melyek a hely "erőforrásait" közvetlenül használják, és a helyet, az anyagokkal, a helyi közösséggel szorosabb kapcsolatot ápolnak, ez viszonyulás szükségessége még a gazdasági szereplők számára is



127



128



129

kézenfekvő lehet. Ez a kapcsolat azonban kevésbé kézenfekvő esetekben is kifejezheti a vállalat közösségi és kulturális elkötelezettségét. Említhetnénk példaként a zsámbéki Ziegler ostyagyár épületét, melynek tört formavezetésű teteje és anyaghasználata túlmutat ipari funkció megkívánt szerkezetiségén, és a tömegképzésével, anyaghasználatával, habitusával a helyben gyökerező értékek mellett foglal állást.



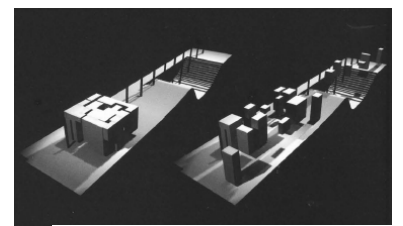
130

Renzo Piano tokiói Hermes ruhaüzletének megalkotásakor egy alapvetően banális funkcionális kölcsönzött költői tartalmat modern eszközökkel. A homogén, 45X45 cm-es elemekből álló üvegtégla köpeny egyszerre utal a tradicionális japán építészet pergamen falainak világára, de egyúttal az üvegtégla strukturális használatával megidéz az európai modern építészet hagyományait is: Ezt példázza az 1927-ben, Párizsban épült Maison de Verre épületének előképként történő használata, melyet mintegy referencia gyanánt Piano személyesen meg is mutatott a Hermes igazgatójának.<sup>89</sup> Ez a kettős idézet, mely összeköt egy japán helyszínt és tradíciót európai az európai modern szellemiséggel, jól példázza a tervezői koncepció közösségi és kultúra iránt mutatott érzékenységét, mely adott esetben több dimenzióban, egymást átható értelmezésben is megjelenhet.

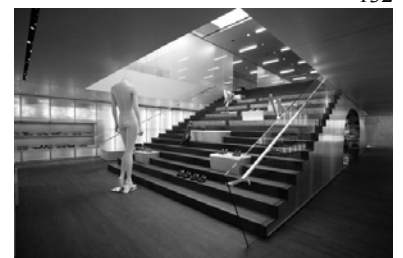


131

Rem Koolhaas és az AMO/OMA Prada projektjei a közösséghez való viszonyulást máshogy közelítik meg. Koolhaas a Prada karakterét a luxus definíciójával fogja meg. A luxus szerinte nem egyenlő a vásárlás élményével; ahogy fogalmaz: "amikor a világon minden a vásárlásról szól a luxus nem szólhat a vásárlásról. A luxus figyelmesség, "nyersesség" ("rough"), intelligencia, "pazarlás", stabilitás." A Prada üzleteket ezen emocionális megközelítésből kiindulva kiforgatja a hagyományos vásárláshoz tapadó beidegződésekből. A vásárlás helyeit Prada-"epicentrumokként" definiálja; melyeket a városi "létezés" élményei mentén írja le, megkülönböztet utca (a vásárlási cél nélküli séta terei), a galéria (mint a felfedezés terei), a színpad (a figyelem megragadásával), piactér (a



132



133

<sup>89</sup> Messedat J. [2005] *Development Concept Strategies Corporate Architecture*, AVedition, Ludwigsburg 123.o.

gyors információcsere területei) és egyéb élményeket. Ezen élmény karakterek egyúttal a belső terek szükséges karakterét is meghatározzák, melyeket a tervező analóg városi és közösségi struktúrákból kölcsönzi. Így jön létre az New York-i "epicentrum" hullámzó világa, vagy a Los Angeles-i üzlet bejárattal szembefordított lépcsőző tere, melyek egyszerre nézőtér és színpad, találkozópontra és bemutatóhely funkciókkal bírnak időszakos használatától függően. E megidézett városi térhasználat szükségszerűen definiál egy használó közösséget: a Prada közösséget.

A Rem Koolhaas és az OMA által alkalmazott városi térélmény-idézetek - mely alaphelyzet egyébiránt az AMO által tervezett Prada divatbemutatók díszlet kialakításában is megfigyelhetők - megmutatják, az építészet téranalógiák absztrakt eszközeivel a elraktározott élmények felidézhetőek, mely adott esetben a közösségi azonosulás és önmeghatározás eszköze is lehet.

Az építészeti koncepcióban és megközelítésekben megbúvó releváns többlettartalom illusztrálását még lehetne folytatni, ha a dolgozat kerete ennek nem szabna határt. Ezen példák egyszerre felhívják a figyelmet az építészeti eszköztár és épített környezetben rejlő lehetőségekre, ugyanúgy hangsúlyozzák ennek visszahatását a vállalat megítélésre. Az épített környezet éppen úgy kifejezheti társadalom és közösség felé elkötelezett vállalati gondolkodást, mint ahogy ezen fókusz elmaradása esetén annak hiányát is.

A következő alfejezetben ennek megfelelően összefoglalhatóak azon "fenntarthatósági követelmények", melyek segítségével a vállalatok építészeti tevékenysége túlmutat a pusztán gazdasági gondolkodásból következő gyökértelen haszonelvűségen, és melyek nyomán e tevékenység minden szempontból hiteles értékeket teremtő folyamatként jellemezhető.



134



135

## **2.4. A 2. fejezet összefoglalása - a II-IV. tézis**

A 2. fejezet három alfejezetének tanulságai három állítással, három tézissel összegezhetők. Ez a három jellemző állítás egyrészt egymás mellettiségükben leírják a vállalati építészet általam definiált három fókuszának alapvetéseit, másrészt ezen állítások, megközelítések természetesen nem egymástól függetlenül léteznek, hanem egymást áthatva, ha tetszik, egymásra épülve a biztosítják a vállalati építészeti tevékenység minőségi kereteit.

### **- I. tézis -**

A vállalatok építészeti tevékenysége mentén megfogalmazódó kommunikációs és érték közvetítő szándékok akkor tekinthetők társadalmi szempontból is értékesnek, ha azok a vállalat gazdasági szándékain felül kulturális, szociális értéket is hordoznak. Ezen értéktartalmak nagy mértékben segítik a vállalat társadalmi elfogadását és közösségi integrációját.

### **- III. tézis -**

Míg az ipari társadalomban működő vállalatok építészetét áthatja a helyi, kulturálisan homogén közösséggel való közvetlen kapcsolat, a globális keretek között működő vállalatok esetében napjainkban a társadalmi felelősség megfelelő kereteit mesterségesen kell létrehozni. Az építészeti alkotás és az épített környezet egyszerre célja, eszköze és indikátora ezen felelős gondolkodás mentén megfogalmazott szándékoknak.

### **- IV. tézis -**

A vállalatok által létrehozott építészeti alkotás minősége nagy részben a megbízó és a tervező között létrejött kulturális interakció értékkapcsolási folyamata mentén fejlődik ki. Ezen párbeszéd és együttműködés eredményeként létrejött koncepcionális jellegű többlettartalom hozzáadott (építészeti) értéként definiálható.

### 3. Az értekezéshez illeszkedő saját munkák bemutatása

#### 3.1. Vezetőségi iroda kialakításának építészeti és belsőépítészeti tervezése

Helyszín: Kossuth Lajos tér, Budapest, V. kerület

Megbízó: Waberer's International Zrt.

Építész/belsőépítész tervezők: Csavarga Rózsa, Török Szabolcs Bence

Építész Munkatárs: Bársony Adrienn

Grafikai minták tervezése: Szentgyörgyi Szandra Fotó: Darabos György

alapterület: 440 m<sup>2</sup>



136

A Waberer's vállalat vezérigazgatói irodái a Vadász Mihály és Preisich Gábor által tervezett, 1937-ben épült Kossuth Lajos téri háztömb 6. emeletén kerültek kialakításra. A Kossuth Lajos téri ház belseje a klasszikus modern szellemiség egyik gyöngyszeme. Ennek a világnak a harmóniájához illeszkedve teremti meg a megvalósult terv a huszonegyedik századi high-tech iroda minden térbeli és tárgyi feltételét a Waberer's vállalat legfelsőbb szintű irányításához. Az eredetileg lakó célra készült épületrész a legmodernebb technikák felhasználásával, de a ház stílusát figyelembe véve lett átalakítva irodai felhasználásra. Az épületszint teljes főhomlokzatát elfoglaló irodasor teljesen átlátható, de egyúttal szeparált kialakítású lett. Ezt különböző üveg megoldások alkalmazása teszi lehetővé úgy, hogy miközben 30 munkatárs egymást nem zavarva, szeparált módon van elhelyezve, az iroda mégis teljesen átlátható, a térbeli és vizuális egysége biztosított.





137-138

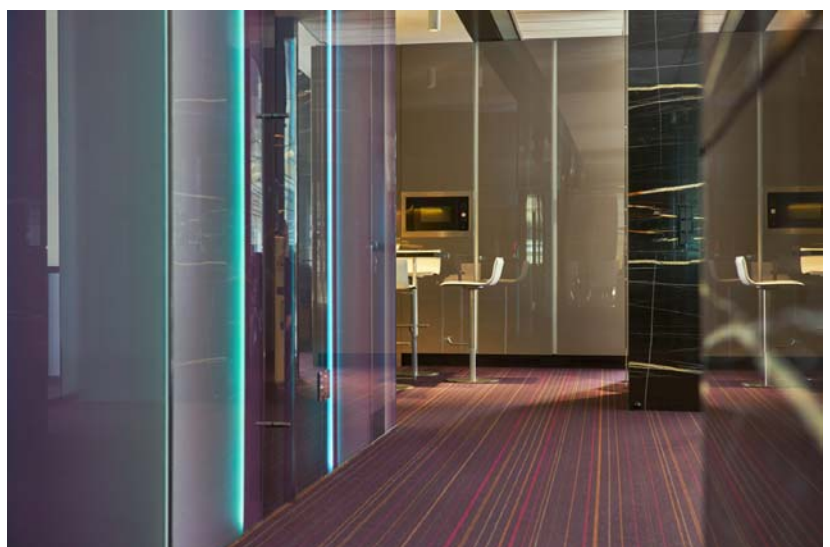
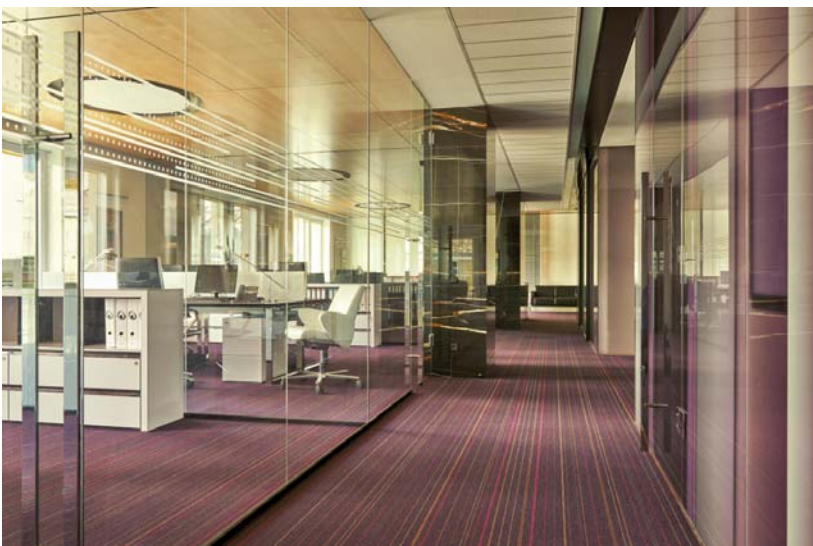
A megbízó által vágyott letisztultság és átláthatóság, hagyomány és innováció, harmónia és egység érzetét az iroda nem csak térkapcsolataiban hanem az alkalmazott anyagok terén, valamint műszaki és ergonomiai megoldásaiban is kifejezi.

Az anyaghasználatban a 30-as évekre is utaló fényes fekete-fehér-króm felületek a meghatározók. A kontrasztot oldja a természetes, rajzos fafelület látványa az akusztikus álmennyezetben, és a bejárati ajtót körülvevő, tárgyalóba futó faburkolat. A természetes fényvel nem megvilágított belső kiszolgáló helyiségeket egységes üvegfal határolja. A speciális "opálosodó" üvegfal, a belső világítással fényjátékot biztosító üveg térelválasztók és ajtók, az átvilágított ónixfal és a gépi mozgatással teljesen elrejtethető audiovizuális megoldások csúcstechnológiát képviselnek. A kőlapburkolat narancsszínű vonalai visszaköszönnek a fa falburkolaton és a szőnyeg vonalrajzolatában is. Az egyedileg tervezett/gyártott fényes fehér irodabútorok króm lábszerkezettel karakteres, tiszta hatást nyújtanak, melyeket minőségi ülőbútorok egészítenek ki.



139-140

Az irodater összképe és harmóniája szintetizálja a klasszikus modern épület atmoszféráját, a mai technológiai és mesterségbeli szaktudást és a megbízó nagyvállalat minőség és kultúra iránti elkötelezett szemléletét.



141-147

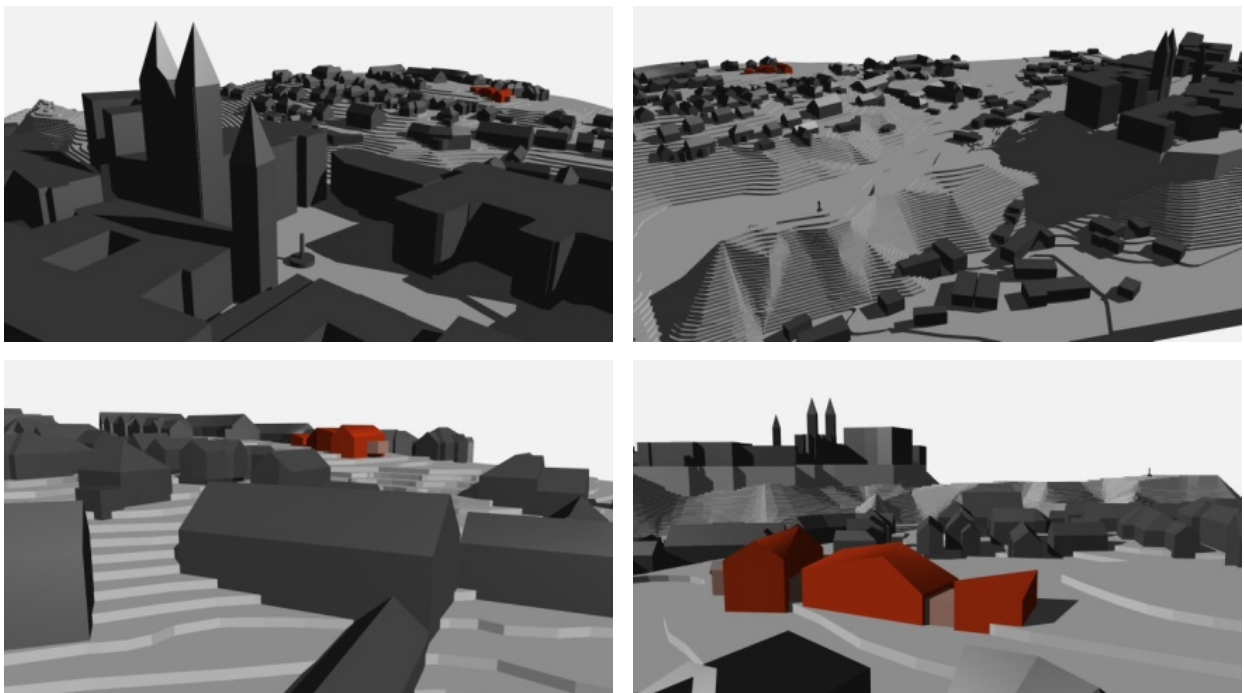
### 3.2. Mestermű: Családi ház tervezése, Veszprém, Pajtakert

Építész tervező: Török Szabolcs Bence

Építész Munkatársak: Bársony Adrienn, Hegyi Gábor, Riesz Abigél

alapterület: 400 m<sup>2</sup>

Bár a mestermű funkciójában nem kötődik szorosan az értekezés témájához, az épület tervezési folyamata kapcsán elmondható, hogy koncepció azon többlet tartalma, mely egyszerre a megbízó álmait is tartalmazza, de a megbízó érdekszerén túlmutatóan tágabb közösségi és környezeti vonatkozásban is releváns, az épületben szintűgy megjelenik, mint az értekezés téziseiben.



148-151

A tervezett ház koncepcióját a fentiekhez illeszkedve a helyszín alapvelő adottságai, értékei és a megbízói szándékok s elvárások egymásra hatása határozta meg. A veszprémi vár megkapó látványa és feltárulása, a szomszédos, várral szembeni lejtő hagyományos, történeti beépítése, valamint a telek elhelyezkedése és formája a házat alakító koncepció alapvető forrásai voltak. A tervezési programban meghatározott egyszintes használatú lakóterek és a funkciók együttes mérete, az épület jelentős kiterjedését sugallta. A koncepció ennek kezelésére az épületet több elemre tagolta, melynek megfelelően a ház karakterét a három kisebb tömeg és az ezeket összekötő nyaktagok viszonyrendszere határozza meg.



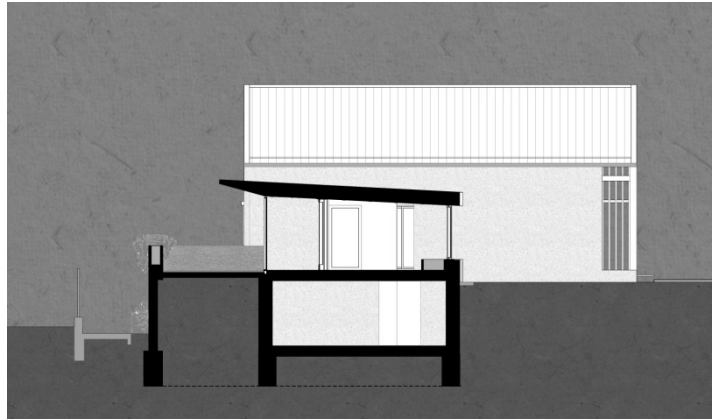
152

A tömegek mérete és formálása tükrözi az épület funkcionális tagolását. A tervezett ház a következő funkcionális négy egységre bontható: privát szülői zónára (északi tömeg), vendég és gyerek hálórészre (középső tömeg) a közösségi részekre (nappali, étkező, konyha egysége - déli tömeg) és a negyedik zónára, melyet a pinceszinti kiszolgáló helyiségek alkotnak kiegészülve a garázzsal. A egyes tércsoportokat az előszoba és a zsibongó puffer és elosztó jellegű terei választják el (és kapcsolják össze).



152-153

A három nyereg- és félnyereg-tetővel fedett tömeg a vár felé fordul, egyfajta tetőrítmust hoz létre, mely által absztrakt módon illeszkedik a várlejtő hagyományos kisebb épülettömegeihez. A leginkább a vár felé forduló utolsó elem esetében ez a tető hullámvázis egy archaikus tetőformává fejlődik, mely a vár felől egy egyszerű hagyományos főhomlokzatként jelenik meg.



154

A három sorolt zártabb tömeget a könnyűszerkezetes közlekedő és közösségi terek kötik össze, ezek az elemek a házon "végigkigyóznak", s a végén egy konzolos étkező formájában futnak ki a tömegeből az épület déli oldalán. Ez az elemelkedő tömegelem egyrészt a megbízó által megfogalmazott igény átlényegítése - a megbízó egy klasszikus oriel-szerű étkezőt szeretett volna, a végeredmény ennek modern absztrakciója -, másrészt a terepadottságokból következőként, mint ahogy a déli oldali letörésnél kialakuló a pinceszint helyiségek és a garázs is, melyek kis meredekségű lejáró segítségével kényelmesen megközelíthetőek. Az épületet visszafogott anyaghasználat jellemzi, a falak strukturált vakolatot kapnak, a tetőt korcolt fémlemez fedés borítja. A házhoz szükségszerűen kapcsolódó támfalak anyaga a meglévő helyi természetes kő támfal anyagát és jellegét követik, a püspökkert támfala folytatásaként a terület szegélyeit és bejáratát kijelölő támfal elemként jelennek meg



155-157

## Összefoglalás

Az értekezés a vállalati építészetet komplex megközelítésben vizsgálja: Egyszerre a megbízó vállalat szempontrendszerét felől, de még inkább a közösségi értékteremtés egyéb dimenziói mentén: azt keresve, hogy mikor jön létre a jól definiált gazdasági értékeken és célokon túlmutató olyan értéktöbblet, mely a vállalatok érvényesülésén túl a társadalmi értékek kulturális, szociális, környezeti értelemben vett fennmaradását, megőrzését és épülését hatékonyan szolgálja.

Az Olivetti vállalat esetében bemutattam, hogy a helyi közösség építésében elkötelezett vállalati szándékokat hatékonyan és sokoldalúan tudja segíteni az építészeti alkotás. Egyaránt segíti a közös gondolkodás és közös kulturális nyelvezet és normák megteremtését és megerősítését.

A XX. század során az emberiség társadalmi, szociális és gazdasági berendezkedése sokat változott, de gazdasági szereplők felé megfogalmazott közösségi elvárások ugyanazok: "hasznosnak" lenni, és nem csak gazdasági értelemben.

A XX. század közepéig fennálló ipari viszonyok jobban szolgálták a vállalatok és a közösség közvetlen egymásra hatását. Ez a közvetlen kapcsolat a posztipari időszakban jelentős részben elveszett, a vállalatok érdek és célrendszere függetlenné vált a társadalom lényegi kérdéseitől, céljaitól. Amíg a térbeli és működésbeli koncentrátság esetén a társadalmi integráció a gazdasági szereplők esetében közvetlen, "automatikus" karakterrel rendelkezett, addig a globalizált gazdasági környezetben a vállalatok társadalmi szerep-meghatározását mesterségesen kell létrehozni

A dolgozatban bemutatott példák rámutatnak, a vállalati építészetben létrejövő kulturális, szociális és környezeti értékekre fókuszáló építészet képes egy gazdasági szereplő társadalmi elfogadottságát tartósan és mélységében megalapozni. Ez az érzékenység származhat külön-külön a gazdasági szereplők értékszemléletéből és világnézetéből, és a tervező intuitív, reflektív és innovatív alkotói habitusából, de létrejött minőség tartalom legfőképpen ezen két fél interaktív és társadalmi értékek mentén meghatározott párbeszédében és együttes elkötelezettségében gyökerezik.

## Forrás és ábrajegyzék

- Allsopp, B. [1983] *Merre tart az építészet?* Gondolat, Budapest
- Augé, M. [2012] *Nem-helyek: Bevezetés a szürmodernitás antropológiájába*, Műcsarnok, Budapest
- Batár A. [2005] *Láthatatlan építészet* Ab Ovo, Budapest
- Behrens, P. [1909] *Was ist Monumentale Kunst?* in *Kunstgewerbeblatt-Neue Folge*, Verlag von e. a Seemann, Lipese
- Bojár G. [1995] *Graphi-sztori, Egy magyar mini-multi története*, HVG Kiadó, Budapest
- Bonifazio P., Scrivano P. [2001] *Olivetti Builds Skira*, Milánó
- Bonta J. [2002] *Modern építészet 1911–2000* Terc, Budapest
- Brauer, G. [2002] *Architecture as Brand Communication* Birkhäuser, Berlin
- Braun – Feldweg, W. [1978] *Ipar és Forma* Corvina, Budapest
- Buddensieg, T. [1984] *Industriekultur: Peter Behrens und die AEG 1907-1914*, MIT Press Cambridge MA
- Cadeddu D. [2012] *Reimagining Democracy On the Political Project of Adriano Olivetti*. Springer New York
- Csizmady A., Csanádi G. [2010] *Város tervező társadalom* Sík, Budapest
- Colomina, B. [2010] *Privacy and Publicity, Modern Architecture As Mass Media*, MIT press, Cambridge MA
- Cságoly F. [2014] *Három könyv az építészetről 2. - Hasznosság*, Akadémiai Kiadó
- Csontos Gy., Csontos J. [2006] *Tizenkét kőműves – Reischl Gábor előadás* TERC, Budapest
- Damodaran A. [2006] *A befektetések értékelése*, Panem, Budapest
- Dvorszky H. [1979] *Design – A forma művészete*, Képzőművészeti Alap, Budapest
- Frahm, K., Los S. [2004] *Carlo Scarpa*, Taschen, Berlin
- Frampton, K. [2009] *A modern építészet kritikai története* TERC, Budapest
- Ghirardo D. [2001] *Italy (modern architectures in history)* Reaktion, London
- Giudici, G. [1983] *Design-Process Olivetti 1908-1983* F. Olivetti, Milánó
- Gyulai I. [2009] *Kérdések és válaszok a fenntartható fejlődésről* Magyar Természetvédők Szövetsége, Budapest
- Dr. Hajnal I. [2009] *Az ingatlan-értékelés Magyarországon* BME Mérnöktovábbképző Intézet, Budapest
- Hall, R. [2007] *Built Identity Swiss Re's Corporate Architecture* Swiss Reinsurance Company, Zürich
- Harvey D. [1990] *Conditons of postmodernity*, Blackwell Mass. Cambridge
- Healey M. [2009] *Mi az a branding?* Scolar, Budapest
- Jones D. L. [1998] *Architektur und Ökologie* DVA, Stuttgart
- Kapronczay K. (szerk.) [2001] *A Richter Gedeon Rt. 100 éves története* Medicina, Budapest
- Kargon, R.; Molella, A. [2008] *Invented Edens: Techno-cities of the Twentieth Century*, MIT Press, Cambridge MA
- Kerekes S. [1998] *A környezetgazdaságtan alapjai*, Aula, Budapest

- Kerékgyártó B. (szerk.) [2000] *A mérhető és a mérhetetlen – Építészeti írások a huszadik századból*, Typotex, Budapest
- Kerékgyártó B. (szerk.) [2008] *Berlin átváltozásai*, Typotex, Budapest
- Klingmann A. [2007] *Brandscapes - Architecture in the Experience Economy* MIT Press, Cambridge MA
- Koolhaas R. [1994] *Delirious New York*. Monacelli, New York
- Körner, Zs. [2004] *A telepszerű lakásépítész története Magyarországon 1850-1945* Terc, Budapest
- Kries M. [2013] *The Vitra Campus*, Vitra Design Museum, Weil am Rhein
- Lányi A. [1999] *Együttéléstan. A humán ökológia a politikai filozófiában*. Liget Műhely - Alapítvány. Budapest.
- Lash S., Urry J. [1987] *The End of Organized Capitalism* Univ of Wisconsin Press
- Lázár A. [2004] *Munkahelyek építészete*, B+V, Budapest
- Le Corbusier [1966, ford.: 1981] *Új építészet felé* Corvina, Budapest
- Lefebvre H. [1991] *The Production of Space*, Blackwell, Oxford
- Leonard L. Bachman [2003] *Integrated Buildings - The System basis of architecture*, John Wiley and Sons, New Jersey
- de' Liguori Carino B., [2008] *Adriano Olivetti e le Edizioni di Comunità (1946-1960)* Fondazione Adriano Olivetti, Roma
- Lukacs J. [2005] *Egy nagy korszak végén*, Európa, Budapest
- Luna, I., Gould L. A. [2011] *Louis Vuitton: Architecture & Interiors* Louis Vuitton Malletier, Hong Hong
- Meggyesi T. [2005] *A 20. század urbanisztikájának útvesztői* TERC, Budapest
- Meggyesi T. [2008] *Települési kultúráink* TERC, Budapest
- Messedat J. [2005] *Development Concept Strategies Corporate Architecture*, AVedition, Ludwigsburg
- Mészáros T. [2005] *A stratégia jövője a jövő stratégiája* Aula, Budapest
- Moholy Nagy L. (ford. Mátyás Stefánia) [évsz. n.] *Az anyagtól az építészetig* Corvina, Budapest
- Moravánszky Á. [2002] *Szépség, globalizáció és az építészet ellenállóképessége* in: *Átmenetek*, TERC, Budapest
- Moravánszky Á. [2002] *Az építészet helye* in: *Hely és jelentés*, TERC, Budapest
- Moravánszky Á. [2007] *A tér fogalma az építészetben* in: *A Tér Kritikai Antológia*, Terc, Budapest
- Moravánszky Á., M. Gyöngy K. [2006] *Monumentalitás – Kritikai antológia*, TERC, Budapest
- Oma/Amo Koolhaas R. [2001] *Projects for Prada Part 1*, Fondazione Prada Ed.
- Pevsner, N. [1977] *A modern formatervezés úttörői*, Gondolat, Budapest
- Pine II. B. J. *The Experience Economy* (Boston: Harvard Bness School Press, 1999)
- Pogány F. [1976] *A szép emberi környezet*, Gondolat, Budapest
- Reid, E. [1984] *Understanding Building - A multidisciplinary approach* MIT Press, Cambridge MA
- Reischl G. [2010] *Mezőgazdaság és építészet*, TERC, Budapest
- Sacco A. Sacco L. [2013] *Matera et Adriano Olivetti*, Fondazione Adriano Olivetti, Róma
- Schmitt B. *Experiential Marketing* (New York: Free Press 1999.)



- Schneller I. [2005] *Az építészeti tér minőségi dimenziói*, TERC, Budapest
- Schuhmacher, E. F [2014] *A kicsi szép*, Katalizátor, Budapest
- Semper G.[1980] *Tudomány, ipar és művészet*, Corvina, Budapest
- Spirito G. [2009] *Ökoépítészet - A környezettudatos építészet lehetőségei* Alexandra, Budapest
- Somlai T. [2010] *Távol és közel: belsőépítészet a háború után 1945-1970* Corvina, Budapest
- Somlai T. [2014] *Fent és lent - Pest-budai lépcsőházak 1835-1945* Corvina, Budapest
- Szekér L. [2010] *Fenntartható építészet felé*, Green Press
- Szentkirályi Z. [2006] *Válogatott építészettörténeti és elméleti tanulmányok*, TERC, Budapest
- van Uffelen, C. [2014] *Corporate Architecture*, Braun, Berlin
- Vámosy F.[1974] *Korunk építésze* Gondolat, Budapest
- Vidor F. [1994] *Az építészetten innen és túl \ (A technétől az urbanisztikáig)* Gyorsjelentés, Bp.
- Vukoszávlyev Z. [2005] *Kortárs holland építészet* TERC, Budapest

## Ábrák és képek

Az értekezésben szereplő ábrák a megjelölt könyvekből vagy a dolgozatban megjelölt internetes oldalokról származnak. A mesterművet bemutató fotók és rajzok saját készítésűek, a Kossuth Lajos téri munkát Darabos György fotózta.

1. ábra - Ettore Sottsass Jr., Olivetti TE 300 írógép, poszter, 1967-68;
2. ábra - Az Olivetti gyár belső látványa az 1900-as évek elejéről;
3. ábra - A "Comunità" című lap borítója, 78-as szám, rajta: Adriano Olivetti, 1960;
4. ábra - Marcello Nizzoli - A "Divisumma 14" számológép koncepciórajza, 1948;
5. ábra - Az Olivetti cég által fejlesztett lakóépületek a Via Castellamonte területén Ivreában;
6. ábra - Marco Zanuso, Olivetti gyárépület; Guarulhos, São Paulo, Brazília, 1956-61;
7. ábra - Carlo Scarpa, Olivetti bemutatóterem és üzlet, Velence, Olaszország, 1958;
8. ábra - Munkások az Olivetti gyár bejáratánál, 1930 körül;
9. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Az Olivetti gyárkomplexum külső lépcsőháza, 1937-39;
10. ábra - Légifotó az Ivrea-i Olivetti gyárépület-komplexumról 1958-ból;
11. ábra - G. L. Banfi; E. Peressutti, E. N. Rogers, Beépítési terv az Aosta Valley területére, Ivrea, 1943;
12. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Épületcsoport terve az Aosta Valley területén, Ivrea, 1943;
13. ábra - Ivrea város szerkezeti terve, 1959 ("Urbanistica" folyóirat, 33-as szám, 1961);
14. ábra - A Materában található "Sassi" barlanglakások ("Urbanistica" folyóirat, 15-16-os szám, 1954);
15. ábra - L. Piccinato, Borgo Venusio terület beépítési terve, Matera, Olaszország, 1954 (uo.);
16. ábra - L. Quaroni, F. Gorio, M. Valori, L. Agati, La Martella falu beépítési terve, Matera, Olasz., 1954 (uo.);
17. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Szociális szolgáltató központ, Ivrea, Olasz. 1954-58;
18. ábra - Claudio Conte, Leonardo Fiori, Olivetti - Hegyi üdülőközpont, Brusson, Olasz. 1960-64;
19. ábra - Le Corbusier, Elektronikai számítógép fejlesztési központ tervei, Rho, Olaszország, 1960-64;
20. ábra - Közösségi kulturális központi 1950 körül;
21. ábra - Adriano Olivetti a "Comunità" mozgalom választási kampányában 1958-ban;
22. ábra - Olvasóterem az Olivetti könyvtárban, 1958 körül;
23. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Olivetti-óvoda, Ivrea, 1939-41;
24. ábra - Ignazio Gardella; Olivetti-üzemi étkeзде, Ivrea, 1953-59;
25. ábra - Claudio Conte, Leonardo Fiori, Olivetti - Hegyi üdülőközpont, Brusson, Olasz. 1960-64;
26. ábra - Ludovico Quaroni, Adolfo De Carlo, Általános iskola; Canton Vesco, Ivrea, 1955-62
27. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini; Lakóépületek Olivetti alkalmazottaknak, Ivrea 1940-42;
28. ábra - Marcello Nizzoli, Gian Mario Oliveri, Lakóépületek Olivetti alk.-aknak; Ivrea, 1948-52;
29. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini; Lakóépület, alaprajzok, Ivrea 1940-42;
30. ábra - Marcello Nizzoli, Gian Mario Oliveri, 18 lakásos társasház, Ivrea, 1948-52;
31. ábra - Canton Vesco és Montemarino területek beépítési rajza, Ivrea;

32. ábra - Marcello Nizzoli, Annibale Fiocchi, Teraszos lakóépületek, Canton Vesco, Ivrea, 1952-54;
33. ábra - Emilio Tarpino, Villa Rossi épülete, Ivrea, 1959-61;
34. ábra - Roberto Gabetti, Aimaro d'Isola, "Nyugati Lakóegység" épülete; Ivrea, 1968-71;
35. ábra - Roberto Gabetti, Aimaro d'Isola, "Nyugati Lakóegység" épülete; Ivrea, 1968-71;
36. ábra - Vezérszínti alaprajz az Ivrea-i Olivetti-ICO gyárépület-komplexumról;
37. ábra - Az első Olivetti gyárépület a Via Jervis elején, Ivrea 1908;
38. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, az Officine Olivetti első bővítése, Ivrea, 1935-37;
39. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, az Officine Olivetti első bővítése, Ivrea, 1935-37;
40. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Olivetti gyárkomplexum látványa, Ivrea, 1950;
41. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, A Nouva Ico épületének látványa a Via Jervisén, 1958 körül;
42. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, A Nouva Ico homlokzati struktúrája, 1957-58;
43. ábra - Marco Zanuso, Olivetti gyárépület látványterve, Merlo, Buenos Aires, Argentína 1954-61;
44. ábra - Marco Zanuso, Olivetti gyárépület külső látványa, Merlo, Buenos Aires, Argentína 1954-61;
45. ábra - Marco Zanuso, Olivetti gyárépület; Guarulhos, São Paulo, Brazília, 1956-61;
46. ábra - Marco Zanuso, Légifotó az Olivetti gyárépületről; Guarulhos, São Paulo, Brazília, 1956-61;
47. ábra - Marco Zanuso, Ediardo Vittoria, Olivetti gyárépület, Marcianise, Olaszország 1962-72;
48. ábra - Marco Zanuso, Ediardo Vittoria, Olivetti gyárépület, Scarmagno, Olaszország 1962-72;
49. ábra - Le Corbusier, Elektronikai számítógépes központ terve, helyszínrajz, Rho, Olaszország, 1963;
50. ábra - Le Corbusier, Elektronikai számítógépes központ terve, modell, Rho, Olaszország, 1963;
51. ábra - Le Corbusier, Elektronikai számítógépes központ terve, metszet, Rho, Olaszország, 1963;
52. ábra - Luigi Cosenza, Olivetti gyár, Pozzuoli, 1951-55;
53. ábra - Kenzo Tange, Urtec, Olivetti Mérnöki részleg, raktár épületegyüttes, Yokohama, Japán, 1970;
54. ábra - Louis Kahn, Olivetti Gyárépület, Harrisburg, Pennsylvania, USA, 1967-70;
55. ábra - James Stirling, Olivetti Oktatóközpont, Haslemere, Surrey, Anglia, 1973;
56. ábra - Marcello Nizzoli, Olivetti Lexicon 80 poszter, 1949 ;
57. ábra - Luigi Figini és Gino Pollini, Olivetti kiállítási stand, Milánó, 1935;
58. ábra - Xanti Schawinsky, Olivetti kirakat terv, Torino, 1935;
59. ábra - Ignazio Gardella, Olivetti üzlet, (szobor: Andrea Cascella) Düsseldorf, Németország, 1961;
60. ábra - Ignazio Gardella, Olivetti üzlet, Düsseldorf, Németország, 1961;
61. ábra - Carlo Scarpa, Olivetti bemutatóterem és üzlet, (szobor: Alberto Viani) Velence, 1958;
62. ábra - Carlo Scarpa, Olivetti bemutatóterem és üzlet, Velence, 1958;
63. ábra - Carlo Scarpa, Olivetti bemutatóterem és üzlet, Velence, 1958;
64. ábra - Egon Eiermann, Olivetti irodaház, Frankfurt am Main, Németország, 1972;
65. ábra - Olivetti gyárterület légifelvétele, Scarmagno, Olaszország;
66. ábra - Peter Behrens, AEG Turbinagyár épülete, Berlin, Németország, 1908-1909;
67. ábra - Peter Behrens, AEG Turbinagyár homlokzati részlete, Berlin, Németország, 1908-1909;
68. ábra - Richard Riemerschmidt, Deutsche Werkstätten gyárterület, Hellenau, 1909-1911;
69. ábra - Peter Behrens, AEG - Brunnenstrasse menti gyártelep, Berlin, Németország, 1909-1913;
70. ábra - Peter Behrens, AEG-hirdető poszter a berlini AEG turbinagyárral és "Flammeco"-lámpával, 1913, [www.studyblue.com](http://www.studyblue.com)

71. ábra - Peter Behrens, Hoechst AG gyárépület, Frankfurt am Main (Hoechst), Németo., 1920-1924;
72. ábra - Hoechst AG vállalati logó a Frankfurt melletti épület (torony és híd) sziluettjével, 1947-1997;
73. ábra - Walter Gropius, Adolf Meier, Fagus gyárépület, Alfeld an der Leine, Németország 1911-13 ;
74. ábra - Walter Gropius, Adolf Meier, Fagus gyárépület, Alfeld an der Leine, Németország 1911-13;
75. ábra - Erich Mendelssohn, Schocken áruház, skicc, Stuttgart, Németország, 1926–28;
76. ábra - Erich Mendelssohn, Schocken áruház (később lebontották), Stuttgart, Németország, 1926–28;
77. ábra - Erich Mendelssohn, Schocken áruház, Chemnitz, Németország, 1927-30;
78. ábra - William Van Alen, Chrysler Building, New York, USA, 1928-30;
79. ábra - Le Corbusier, Philips pavilon a brüsszeli világkiállításon, Brüsszel, Belgium, 1958;
- 80-83. ábra - Novartis Campus téri világa, Basel Svájc /[www.novartis.com/campus/](http://www.novartis.com/campus/) 2015/;
84. ábra - Légifelvétel a Novartis Campusról, Basel Svájc;  
<http://uk.phaidon.com/agenda/architecture/picture-galleries/2011/january/25/the-novartis-headquarters-campus-an-aerial-view/>
85. ábra - Vittorio Lampugnani, a Novartis Campus fejlesztési és beépítési terve, modell, 1999;
- 86-87. ábra - Utcakép és szabadter-építészet a Novartis Campuson, Basel Svájc /[www.novartis.com/](http://www.novartis.com/);
88. ábra - Tadao Ando, Irodaépület és labor (2006-2010); és Richard Serra, Dirk's Pod (2004), Novartis Campus, Basel Svájc;
89. ábra - Peter Märkli, Irodaépület Novartis Campus, Basel Svájc, 2004-2006;
90. ábra - Sigmar Polke, Pirit korongok, Novartis Campus, Basel Svájc /[www.novartis.com/campus/](http://www.novartis.com/campus/);
91. ábra - Tadao Ando, Irodaépület lépcsőház, Novartis Campus, Basel Svájc 2006-2010;
92. ábra - Tervezői "workshop" a Novartis Campuson;
93. ábra - Kazuyo Sejima + Ryue Nishizawa: SANAA, Irodaépület, Novartis Campus, Basel Svájc, 2005-2006;
94. ábra - Jacques Herzog & Pierre de Meuron, Irodaépület, Novartis Campus, Basel Svájc, 2012-2015;
95. ábra - Közösségi és pihenőtér a Novartis Campuson, Basel Svájc /[www.novartis.com/](http://www.novartis.com/)
96. ábra - José Rafael Moneo Vallés, Irodaépület, Novartis Campus, Basel Svájc, 2006-2009;
- 97-98. ábra- Robert Owen által létrehozott gyár és munkáslakótelep, New Lanark, Skócia, 1816 körül;
99. ábra - Sir Titus Salt által épített Saltaire település, Anglia, 1951 körül;
100. ábra - Krupp AG által létrehozott Margarethenhöhe munkásnegyed képe, Essen, Németország 1912;
101. ábra - Krupp AG által létrehozott Margarethenhöhe beépítési térképe, Essen, Németország 1912;
102. ábra - Zlin városközpontja, Csehország 1938 körül;
- 103-104. ábra - "Bataville" Zlin munkáslakónegyedei, Zlin, Csehország, 1930-as évek;
105. ábra - Zlin városának beépítése és úthálózata, Zlin, Csehország, 1930-as évek;
106. ábra - Richter Gedeon Gyógyszergyárának korabeli kinézete, Budapest, Kőbánya, 1920-as évek;
107. ábra - Légifotó a Richter Gedeon Nyrt. Gyömrői úti telepének belső térstruktúrájáról  
[/tajepteszek.hu/](http://tajepteszek.hu/);
108. ábra - Archikon, Nagy Csaba, Richter Gedeon Nyrt. uszodája, Budapest 2008 /[archikon.hu/](http://archikon.hu/);
109. ábra - Archikon, Nagy Csaba, Richter Gedeon Nyrt. homlokzatrekonstrukció, Budapest 2012;
110. ábra - Caixa Forum épülete, Girona, Spanyolo. (épült 1078-, rekonstrukció Joan Maria Ribot, 1973-);
111. ábra - Caixa Forum épülete, Barcelona, Spanyolország (építészek: Puig i Cadafalch (eredeti épület) Arata Isozaki, Francisco Javier Asarta, Roberto Luna és Robert Brufau (rekonstrukció) 2002;

- 112-116. ábra - Jacques Herzog & Pierre de Meuron, Caixa Forum épülete, Madrid, Spanyolország;
115. ábra - Caixa Forum épülete, átépítés előtti állapot Madrid, Spanyolország ;
117. ábra - Czigány Tamás, Borászat, Pannonhalma, 2004 /epiteszforum.hu/;
118. ábra - Czigány Tamás, Borászat, technológiai térkapcsolati ábra, Pannonhalma /epiteszforum.hu/;
119. ábra - Czigány Tamás, Biomassza erőmű, Pannonhalma, 2010 /epiteszforum.hu/;
120. ábra - A Kosarasdomb látképe az új fejlesztésekkel, Pannonhalma;
- 121-123. ábra - Frank Lloyd Wright, Johnson & Son viaszgyár , Racine, Wisconsin, USA, 1936-39;
124. ábra - Turányi Gábor, Porcelánium épülete, Herend;
125. ábra - 1850-ben épült égetőkemence rajza /http://epiteszforum.hu/a-folyamat-architekturaja-turanyi-gabor-szekfoglalo-eloadasa 2015. nov.;
126. ábra - Turányi Gábor, Porcelánium épülete, kézműves jellegű téglafal-architektúra Herend;
- 127-129. ábra - Micha de Haas, Alumínium Centrum, Houten, Hollandia, 2001, /http://www.archello.com/en/project/aluminium-centrum/;
130. ábra - Turányi Gábor, Ziegler ostyagyár épülete, I. ütem, Zsámbék, 2001 /www.epiteszforum.hu/;
131. ábra - Renzo Piano, Hermes ruhaüzlet, Tokio, Japán, 1998-2006 /www.rpbw.com/project/2/maison-hermes/;
132. és 134. ábra - Rem Koolhaas, OMA/AMO, Prada Epicenter terve, New York, USA, 2000-2001, /oma.eu/projects/prada-epicenter-new-york/;
133. és 135. ábra - Rem Koolhaas, OMA/AMO, Prada Epicenter terve, Los Angeles, USA, 2002-2004 /oma.eu/projects/prada-los-angeles/;
136. ábra - Csavarga Rózsa, Török Szabolcs Bence Iroda kialakítása, berendezési alaprajz, Budapest Kossuth Lajos tér, 2014 saját ábra;
- 137-140. ábra - Csavarga Rózsa, Török Szabolcs Bence Iroda kialakítása, Kossuth Lajos tér, Bp., 2014;
- 141-143. ábra - Vadász Mihály - Preisich Gábor, Bauxit Rt. bérháza, Budapest Kossuth Lajos tér, 1937 /in: Somlai: Fent és Lent/
- 144-147. ábra - Csavarga Rózsa, Török Szabolcs Bence Iroda kialakítása, Kossuth Lajos tér, Bp. 2014,
- 148-151. ábra - Török Szabolcs Bence, Családi ház terve, tömeg-koncepció, Veszprém, 2013-2014
152. ábra - Török Szabolcs Bence, Családi ház terve, tömeg-nyugati homlokzat, Veszprém, 2013-2014
153. ábra - Török Szabolcs Bence, Családi ház terve, alaprajzok, Veszprém, 2013-2014
154. ábra - Török Szabolcs Bence, Családi ház terve, metszet a bejáraton keresztül, Veszprém, 2013-2014
- 155-157. ábra - Török Szabolcs Bence, Családi ház, megépült állapot, Veszprém, 2013-2014