

Mint egy légiós kiképzés

ZALAVÁRI JÓZSEFFEL BESZÉLGETTÜNK

Átalakuló alapképzésről, lokálról és globálról,
a piac és a Műegyetem együttműködéséről, designkarikatúrákról
egyaránt szó esett egy közelmúltbeli beszélgetés során.
Zalavári József DLA egyetemi docenst Molnár Szilvia kérdezte.

Késő tavasszal felröppent a hír, hogy megszűnhet a Műegyetemen az ipari termék- és formatervező mérnöki alapszak. Mi a helyzet most (beszélgetésünket a tavaszi félév végén rögzítettük – szerk.)?

A legfontosabb, hogy a szak megmarad. Figyelemre méltó mozzanat volt ebben a sorsdöntő helyzetben, hogy a végzett hallgatók és az azokat sikeresen alkalmazó cégek, diákok, professzorok egyöntetűen és meggyőzően demonstrálva érveltek a megszüntetés ellen. Most ott tartunk, hogy arra kaptunk felkérést: az oktatási rendszerünkön frissítsünk, változtassunk, bővítsünk.



Fotó: Botos Péter

Formális beszélgetéseken rendre előjön, hogy az alapképzés után sokan mennek át a MOME mesterképzésére. Te is ezt tapasztalod?

Nem érzem, hogy nagy lenne az átvonulás az alapképzés után. Valójában az, hogy a hallgatóink közül többen máshol folytatják a tanulmányaikat, számunkra pozitív visszajelzés is. Azt mutatja, hogy olyan erős szakmai alapot kapnak tőlünk, mely birtokában örömmel várják őket, akár a MOME-n is. És persze egy ilyen döntésben sokat számít az egyéni beállítottság, az hogy a hallgató eredendően milyen habitussal bírt: inkább a mérnöki vagy az esztétika, a formatervezés, vagy egyéb speciális ismeretek felé orientálódott. Egyébként a megszünéstől való félelem, illetve az egyetemek mesterképzései közötti vándorlás pozitív kényszert is szült, rávilágított arra, hogy még jobban megszilárdítsuk, fejlesszük azokat a képzési formákat, amikben egyébként is erősek vagyunk.

Körvonalazható a változás, változtatás?

Terveink között szerepel, a terméktervező szakkal párhuzamosan, a formatervezési szakág fejlesztése az Msc-ben. A magyar nyelv szakszókészlete elég fejletlen, mert nem igazán teszünk különbséget a *product design* és az *industrial design* között, pedig találunk eltérést. A *product designer*, a terméktervező komplexen vizsgálja a teljes termékfejlesztési folyamatot, az *industrial designer*, vagyis a régebbi, klasszikusabb értelemben vett ipari formatervező az a személy, aki a forma, az



◀ Navona, 2015/GE Lighting Archív



Navona, 2015/GE Lighting Archív

ember felől közelítve nagyobb sorozatgyártásra tervez, de általában nem mélyül el annyira a technológiai, marketing folyamatokban. És persze mindig ott van a háttérben az *engineering*, a mérnöki tudomány is. Tehát miközben azon vagyunk, hogy minél komplexebb tudást, készségeket nyújtsunk, azt is látnunk kell, hogy a szakmánk erősen specializálódik, ma már a klasszikus terméktervezésből kinőtt például a *concept design*, az *idea design*, önálló sodott szakterületek vannak, mint például az *ökodesign*, *artdesign* vagy a *craftdesign*. Ezekre a változásokra pedig az oktatáson belül folyamatosan reagálnunk kell.

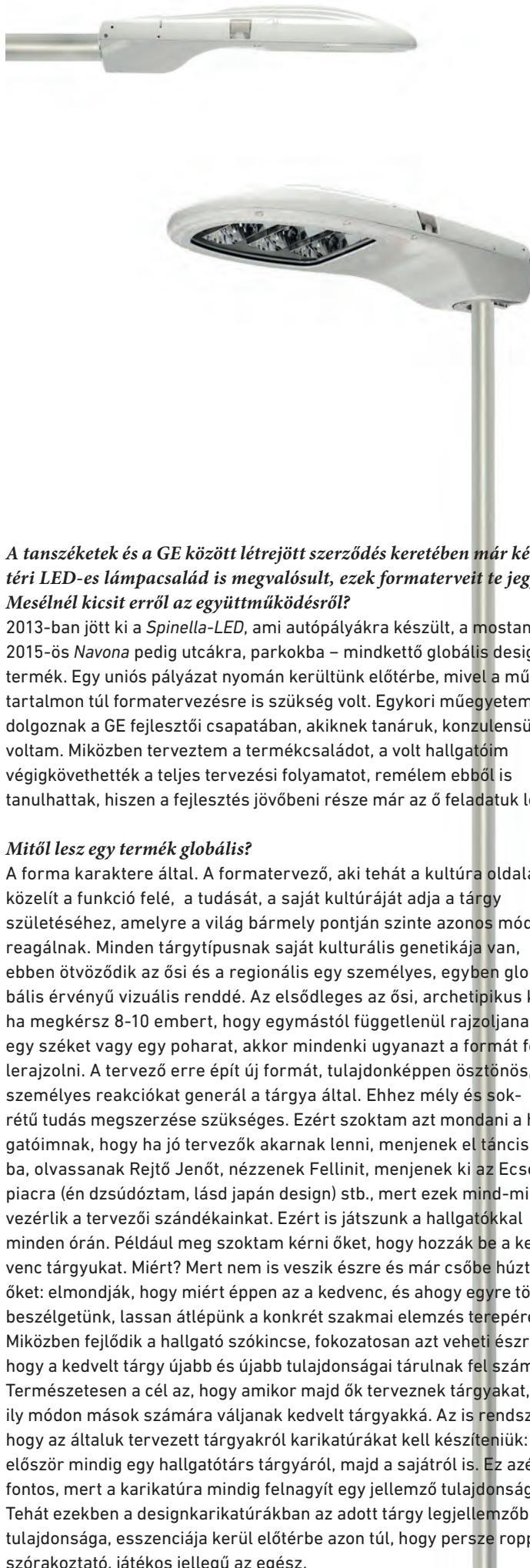
Ezt egy laikus, mint én, úgy képzelem el, hogy majd az alapképzés utolsó évében specializálódnak a hallgatók.

Inkább arról van szó, hogy a klasszikus, rigorózus alapok átadásával párhuzamosan, szemeszterenként újabb és újabb „rétegeket” viszünk fel, így fokozatosan derül ki egy-egy hallgató számára, hogy mi a személyiségének legmegfelelőbb irány, amivel a képzés 4-5. évében mélyrehatóbban, már céges környezetben szeretne foglalkozni. Lényegében már az alapképzésben megvalósul a személyre szabott képzés. Ez kissé olyan, mint egy „légiós” kiképzés, amely már az alapítástól a delfti design-oktatási modellt követő, négy szakágat integráló – mérnök, esztéta, marketinges, ergonómus – képzés. Sokszor sajnálom is a hallgatókat, hogy egy-egy szemeszter végén mennyi feladatot, írásművet kell beadniuk. De mi azt szeretnénk, hogy a képzésük minél magasabb színvonalú legyen, hogy megállják a helyüket akár a nyugat-európai egyetemeken végzettek mellett is a szabadpiacon. Reméljük, és sok esetben láthatjuk is, hogy az eredmények visszaigazolják törekvéseinket.

Milyenek a piaci lehetőségei a hallgatóknak? Szűk hazai piac, nem létező piac... igazak ezek?

Inkább úgy mondanám, hogy változó piac. Például a hallgatóink jó 10 százaléka a saját családi vállalkozását folytatja, és ott végez el olyan tervezői feladatokat, ami a vállalkozó papa, mama számára teljesen ismeretlen volt addig – például egy-egy eszköz, tárgy életciklus-elemzése. A másik szempont, hogy olyan, mint „magyar piac” ma már valószínűleg nem létezik: ha lemész Kecskemétre ott a Mercedes, vagyis ott a világ ipara. Az sem értelmezhető, hogy magyar ipar. Mitől magyar? Mert a tulajdonosa magyar? De közben a világpiacra termel, és az sem biztos, hogy itthon adózik. Vagy említhetném a pesti General Electric-et, ami megvéve a Tungstramot, annak a teljes fejlesztését a hazai, műegyetemi, miskolci egyetemen végzett magyar mérnökökre is építi. Globális és regionális egymás szimultán fogalmaivá váltak.

Spinella, 2013/GE Lighting Archív



A tanszéketek és a GE között létrejött szerződés keretében már két kültéri LED-es lámpacsalád is megvalósult, ezek formaterveit te jegyzed. Mesélnél kicsit erről az együttműködésről?

2013-ban jött ki a *Spinella-LED*, ami autópályákra készült, a mostani, 2015-ös *Navona* pedig utcákra, parkokba – mindkettő globális design-termék. Egy uniós pályázat nyomán kerültünk előtérbe, mivel a műszaki tartalom túl formatervezésre is szükség volt. Egykori műegyetemisták dolgoznak a GE fejlesztői csapatában, akiknek tanárunk, konzulensük voltam. Miközben terveztem a termékcsaládot, a volt hallgatóim végigkövethették a teljes tervezési folyamatot, remélem ebből is tanulhattak, hiszen a fejlesztés jövőbeni része már az ő feladatuk lesz.

Mitől lesz egy termék globális?

A forma karaktere által. A formatervező, aki tehát a kultúra oldaláról közelít a funkció felé, a tudását, a saját kultúráját adja a tárgy születéséhez, amelyre a világ bármely pontján szinte azonos módon reagálnak. Minden tárgytípusnak saját kulturális genetikája van, ebben ötvöződik az ősi és a regionális egy személyes, egyben globális érvényű vizuális renddé. Az elsődleges az ősi, archetipikus kód: ha megkérsz 8-10 embert, hogy egymástól függetlenül rajzoljanak le egy széket vagy egy poharat, akkor mindenki ugyanazt a formát fogja lerajzolni. A tervező erre épít új formát, tulajdonképpen ösztönös, személyes reakciókat generál a tárgya által. Ehhez mély és sokrétű tudás megszerzése szükséges. Ezért szoktam azt mondani a hallgatóimnak, hogy ha jó tervezők akarnak lenni, menjenek el tánciskolába, olvassanak Rejtő Jenőt, nézzenek Fellinit, menjenek ki az Ecseri piacra (én dzsúdóztam, lásd japán design) stb., mert ezek mind-mind vezérlik a tervezői szándékainkat. Ezért is játszunk a hallgatókkal minden órán. Például meg szoktam kérni őket, hogy hozzák be a kedvenc tárgyukat. Miért? Mert nem is veszik észre és már csöbe húztam őket: elmondják, hogy miért éppen az a kedvenc, és ahogy egyre többet beszélgetünk, lassan átlépünk a konkrét szakmai elemzés terepére. Miközben fejlődik a hallgató szókinccse, fokozatosan azt veheti észre, hogy a kedvelt tárgy újabb és újabb tulajdonságai tárulnak fel számára. Természetesen a cél az, hogy amikor majd ők terveznek tárgyakat, azok ily módon mások számára váljanak kedvelt tárgyakká. Az is rendszeres, hogy az általuk tervezett tárgyakról karikatúrákat kell készíteniük: először mindig egy hallgatótárs tárgyról, majd a sajátáról is. Ez azért fontos, mert a karikatúra mindig felnagyít egy jellemző tulajdonságot. Tehát ezekben a designkarikatúrákban az adott tárgy legjellemzőbb tulajdonsága, esszenciája kerül előtérbe azon túl, hogy persze roppant szórakoztató, játékos jellegű az egész.