

## TÉZISEK

Diplomamunkám a csomagolástervezést, a csomagolást tervező designer szerepét, feladatait, lehetőségeit, felelősségét és a csomagolástervezők képzését tárgyalja. A tervezőművészi képességeken és készségeken túl mik a tervezéshez elengedhetetlen ismeretek, és hogyan lehet ezeket megszerezni? Hogyan lehet a képzés során a hallgatóknak átadni a szükséges tudást? Milyen feladatok során szerezhetik meg a szükséges tapasztalatokat? Miként vezessük rá a leendő tervezőket olyan komplex gondolkodásmódra, mely a termék teljes életpályáját igyekszik figyelembe venni?

Áttekintve az idevágó magyar nyelvű irodalmat, világossá vált, hogy csomagolástervezést tárgyaló írás nincsen, és utalásokkal is csak marketing, és technológiai irányból találkozhatunk. Doktori munkámat tehát annak megfogalmazásával kezdtem, hogy jelen felfogásunk szerint mi a csomagolástervezés és mit kell tudnia a csomagolástervezőnek. Ezt csomagolástervezés jegyzet formájában foglaltam össze.

A képzési koncepció kidolgozása során a végzett csomagolástervezőkkel szemben a gyakorlatban támasztott igényekből kiindulva igyekeztem meghatározni az egyetemi tanulmányok során megszerzhető ismereteket és tapasztalatokat, valamint azok megszerzésének módját. A megvalósítás lehetőségét szem előtt tartó kép megfogalmazását tűztem ki célul. Elképzeléseim rendszerezését vitaindítónak szánom, mely vita eredményeként reményeim szerint mind a szakma megítélésében, mind a csomagolástervezők képzésében pozitív fordulat állhat be.

**Képzési koncepció**

A csomagolástervezők képzésére vonatkozó tartalmi kérdések tárgyalásának vezérgondolata szerint a tervezés elmélet és gyakorlat egysége, s csak egységben lehet átadni a hallgatóknak is. Az ötödik fejezet tárgyalja a képzés gerincének, a tervezés tantárgynak keretében a képzés ideje alatt teljesítendő tartalmakat, a projekt-javaslatokat és a munkavégzés körülményeit, valamint a kísérő tantárgyakat és azok tartalmát.

Az alábbiakban pontokba szedtem a képzési koncepció főbb gondolatait. Sorrendjük, tematikájuk nem feltétlenül követi a fejezetekét, elsősorban elvi, módszertani jellegűek és nem tartalmazzák a képzés tartalmára vonatkozó elemeket.

**A koncepció 7 pontban**

1. Meg kell ismerni és ismertetni a szakmát, a design és azon belül a csomagolástervezés jelentőségét társadalmi körben is. Ha valóban azok kerülnek a szakra, akik hivatásuknak választják, megfelelő

készségekkel, képességekkel rendelkeznek, akkor hallgatóknak és oktatóknak nem kell annyi időt elveszteszteniük az üresjáratokra.

A megfelelő szakemberképzéshez világossá kell válnon, mihez szükséges az egyetemet végzett csomagolótervező designer munkája, és milyen feladathoz nem, valamint mik a megfelelő személyi és tárgyi feltételek. A külföldön tapasztalható növekvő érdeklődést és igényt arra, hogy mérnök mellé egy a szakterületet jól ismerő designer társuljon, mutatja a szakfőiskolákon, főiskolákon és egyetemeken a csomagolás témájú projektek számának gyarapodása, sőt az önálló csomagolótervezés szakok megjelenése is. A felvételi vizsgán a szakmai felkészültség és kreativitás mellett igyekezzünk megismerni a jelentkezők motivációját, kommunikációs képességét, csoportmunkára való alkalmasságát, személyiségének érettségét és önállóságát.

2. A csomagolás mindennapi kultúránk része, befolyásolja választásainkat, döntéseinket, gondolkodásunkat. Az értelmiség feladata, egyfajta kulturális szolgáltatás, hogy kordában tartsa. Az igényesség, a képzettség, a tudatosság a garancia arra, hogy a marketingközpontúság kizárólagossága megfékezhető legyen.

A folyamatos tudományos, technikai fejlődés és a társadalmi, gazdasági viszonyok változásának hatására a designer szakma és az egyetemi szintű designer-képzés is átalakul. A műfaji határok rugalmasakká válnak és folyamatosan új feladatok adódnak. A hagyományos kommunikáció-, termék- ill. ipari formatervezés stb. szakosodással szemben egy integráló, új hivatásképet felmutató koncepció áll. A márkafejlesztés folyamata az egész vállalatot érinti, ennek része a design és a csomagolás-tervezés éppúgy, mint a piackutatás, a versenyelemzés és az üzleti stratégia. A designernek rendszerben kell tudni gondolkodnia, és nyitottá kell válnia a továbbképzés lehetőségei felé.

3. A hallgatókat egyetemi tanulmányaik a jövő feladatainak megoldására készítik fel. Az önálló tervezőmunkához szükséges biztonságérzet megszerzésének és a fejlődés lehetőségének két alapvető feltétele az alapos szakmai felkészültség, és a problémamegoldó készség fejlesztése.

Amellett, hogy a hallgatók megismernek egy komplex gondolkodásmódot, meg kell ismerniük a szakmában rejlő különböző lehetőségeket és célokat, amelyekhez azonban az utat saját maguknak megválaszthatják meg, illetve új utakat kell törniük. A tervező munka eredményét a tervező egyéni képességein túl az együttműködő szakemberekkel való kapcsolata határozza meg. A jó kommunikációs és együttműködő képességhez a személyiségnek olyan jellemzői tartoznak, mint a nyitottság, az elfogulatlanság, a megbecsülés és a környezettel

való pozitív kapcsolat, a lelkesedés, önmaguk és mások elfogadása, a humoros higgadtság.

4. A jó munkakapcsolat lényege, hogy mindenki fel merje vállalni önmagát, gondolatait, hozzáállását, tevékenységét. A kölcsönös bizalom kialakulásához a hallgatóknak és tanáraiknak meg kell ismerniük egymást. A kialakuló feszültségeket a kommunikáció olyan alapvető formáinak gyakorolásával lehet kezelni, mint a vita, vagy a kritika.

A hallgatóknak meg kell tanulniuk helyükön kezelni a kritikákat, mi több, okulni belőlük, hogy maguk is hasznos, és sokatmondó értékelést tudjanak adni. Nem szabad szem elől téveszteni, hogy az csak az adó fél észlelése abban a pillanatban, mikor a visszacsatolást adja, és a fogadó fél javára történik, aki tetszés szerint használhatja föl. Az ellentétek tudatosítása segíti a beilleszkedést, a reális énkép kialakulását. A tanár legyen együttműködő, demokratikus viszonyok megteremtésével segítse a hallgatókban az önálló ítéletalkotás, és az eleven légkör kialakulását. Alkalmazzon differenciált egyéni értékelést az egyes hallgatói teljesítmények részletes feltárásával és bírálatával.

5. Mint ahogyan cseppben a tenger, egy-egy feladat kiadásában tükröződjön az egész stúdium. A hallgatók számára válják világossá az ajánlat a körülményekkel együtt, lássák be a célt, az elvárásokat, ismerjék meg az értékelés szempontjait és módját, valamint a további kilátásokat, az előrelépés lehetőségét.

A felkészültség, a céltudatosság, a körülmények és lehetőségek megvizsgálása, a felelősségérzet és az erőfeszítések meghozzák az eredményt, ha hajlandóak vagyunk cselekedeteink és azok eredményeinek differenciált elemzésére és reális értékelésére, a levont következtetésekből eredő okulásra, azaz cselekvésmintáink módosítására. Ezen túl azonban a munkát úgy is kell strukturálni, hogy örömet szerezzen. Találjuk meg a kihívásokat, rendezzük a cselekvési lehetőségeket, teremtsünk egyfajta ritmust. A figyelmet, koncentrációt többek között a tevékenység megfelelő körülményeinek megteremtésével is fokozzuk.

6. A tervezés tantárgy tíz féléven keresztül végighúzódnak képezi a csomagolástervezési stúdiumok alapját. Projekt-központú, azaz centrumában a tervezési feladat áll, és a megszerzhető tudásanyagot az adott csoportot tanító tanárok által közösen kidolgozott program szerint kapják meg a hallgatók.

Kapjanak a hallgatók olyan feladatokat, amelyeket az adott helyzetben kihívásnak éreznek, de a megoldásuk sikerrel kecsegtet. A rövidebb és hosszabb projekteket időtartamuk szerint váltogatva, komplexitásukat fokozatosan emelve érdemes megszervezni. Annál jobb, minél

sokszínűbbek, legfontosabb jellemzőjük legyen a kontrollált rugalmasság. A hallgatók közösen határozzák el és teremtsék meg megfelelő munkakörnyezet, hogy a sajátjuknak érezzék és megbecsüljék azt. A projektek szerves része a prezentáció, munkáik eredményét szem előtt tartva találjanak bemutatkozási lehetőségeket. Rendszeresen tartsák karban az archívumot.

7. A hallgatóknak erőt, bátorságot és önbizalmat kell tudniuk meríteni az alkotó életforma fenntartásához. Az életszínvonal egy irreálisan magasra tett szintjének elérése helyett életminőségük javításának vágya lebegjen a szemük előtt. A feltétel nélküli konformitás helyett a kritika, az elégedetlenkedés helyett a tenni akarás, és a tenni tudás váljék életformájukká.

Egyfajta globális, az alkotó értelmiség tevékenységének értelmét, módját, körülményeit, felelősségét érintő gondolkodás nélkül az egyetemi képzés semmilyen formájáról sem lehet szólni. Az értelmiségi a kultúra és civilizáció tudatos alkotója. A képzés célja, hogy a hallgató, a leendő alkotó értelmiségi, önmagát, hivatását, felelősségét az egyetemes egészben élje meg, új utakat mutathasson, eredeti válaszokat adjon időszerű problémákra, és mint alkotó az alkotással saját személyiségét is építse. Igazi eredmény ott születik, ahol szuverén az alkotó. Műve lehet téves vagy hibás, de nem hiteltelen vagy gyanús.

A társadalmi, gazdasági viszonyok felgyorsuló változásával módosul az emberek világhoz való viszonya is. Azt a biztonságérzetet, amit a hétköznapi ember számára a történelmi korokban a hagyományok követése nyújtott, mára a problémamegoldás, a folyamatosan adódó új helyzetekben, új közegekben, új szerepkörökben való helytállás képessége és annak gyakorlása adja. Ez nem a szakmai, nemzeti stb. hagyományokhoz való hűtlenséget, vagy azok megtagadását jelenti, sokkal inkább azok alkotó módon való megőrzését és alkalmazását.

Hagyomány  
Korszerűség  
Globalizáció

A hallgatóknak olyan magas fokú képzést kell kapniuk, amely egyfelől biztos alapot nyújt, másfelől pedig nyitott és fejleszthető. A képzés feladata döntési lehetőségek felkínálása, a hallgatóból váló tervező pedig a döntés maga: lépést tart, alkalmazkodik vagy alakít.

A csomagolástervezés összetettsége folytán rendkívül érdekes és felelősségteljes szakma. Míg itthon elsősorban a kiforratlanság mutat a jövőbeni változásokra, a dolgozatban vázolt külföldi tendenciákban érezni a változások irányát is. Azon területek közé tartozik, ahol a megfelelő képzési lehetőségek felkutatásával, kidolgozásával és megteremtésével még időben foglalkozhatunk. Ez a munka sok diszkussziót és folyamatosan karbantartott jövőképet igényel.

A csomagolástervezés jegyzet áttekintést ad arról, milyen összetett feladat a csomagolástervezés. Egyfelől emlékeztető és tervezési segédlet a csomagolástervezéssel foglalkozó főiskolások, egyetemisták számára, másfelől célja, hogy a különböző területeken dolgozó szakemberek – a tervezési folyamat egészét tekintve – egymás munkájának jelentőségét megismerjék. A fogyasztói csomagolás fogalmát körüljárva és a csomagolástervezés elemeit, eszközeit és lépéseit számba véve választ ad olyan kérdésekre, mint: Mitől jó egy csomagolás? Milyen feladatokat teljesít? Milyen információkat közvetít felénk? Hogyan elégíti ki érzelmi szükségleteinket? Milyen szempontokat kell figyelembe venni a tervezés során? Milyen társtudományokra támaszkodhatunk? Hogyan alkalmazzuk a vizuális nyelv azon elemeit, melyek a csomagolásokon különös jelentőséggel bírnak? Milyen tervezési technikát alkalmazzunk? A könyv az elméleti és gyakorlati ismereteken valamint a tervezési folyamat leírásán túl a tervezéshez kapcsolódó segédanyagot, briefing-et, check-listát, gondolatébresztő képi és szöveges példákat is tartalmaz.

A csomagolástervezés formatervezési és ezzel egységben, térben megjelenő grafikai és tipográfiai tervezési feladat, melyet egy személy vagy egy tervezőcsoport végez műszaki szakemberek, csomagolástechnológus és nyomdatechnológus bevonásával. Az átfogó, egymás céljait, ismereteit és eszközeit megértő és megbecsülő kommunikáció feltétele az eredményes munkának, csak így teremthetünk olyan értéket, amely kulturális teljesítmény és jó befektetés a megrendelő számára.

Üzletileg akkor jó egy csomagolás, ha minél többen megvásárolják a terméket azok közül, akiknek készült. A jó csomagolás a becsomagolandó tárgyból indul ki, annak fizikai, pszichológiai, szociológiai, gazdasági funkciójából és tulajdonságaiból. A termék előnyeit és hátrányait a leendő vásárló érdekei szempontjából megbecsülve határozzuk meg a csomagolás arculatát, válasszuk meg a lélektani hatás és objektív tájékoztatás eszközeit.

A csomagolástervező feladata igen felelősségteljes munka. Ismeri, és alkalmazni tudja azokat a vizuális kifejezőeszközöket, melyek segítségével igen rövid idő alatt olyan üzeneteket tud eljuttatni a befogadó felé, melyek hatására vásárlásra készíti őt. Számos szempontot kell folyamatosan mérlegelnie, összefüggéseiben látnia, hiszen ami „itt és most” a legideálisabb megoldás, az „ott és holnap” nem, vagy csak másként lehet az. A legfontosabb, hogy elkerüljük a szükségtelen csomagolásokat, és az ökológiai szempontok figyelembe vételével a lehető legjobban használható és a vásárlók számára kívánatos csomagolásokat tervezzünk.