

Év végi hajrá

Köszöntjük Önöket novemberi híradásunkban, melyben a jövő tervei mellett, legfrissebb híreinket is olvashatják

Mi történt a házunk táján ?

Tanácsülés

A Magyar Formatervezési Tanács ez évi utolsó ülését **november 29-én 14 órától** tartja a Magyar Szabadalmi Hivatal elnöki tanácstermében.

Nézzük, mi történt a Tanács két nagy programjának életében:

A 2007. évi **Magyar Formatervezési Díj-pályázat** budapesti díjátadása és a kiállítás után, legyőzve a fővároscentrikusságot, idén először, vidéken is bemutattuk a díjazott és kiállításra javasolt alkotásokat. Sopron Megyei Jogú Város Önkormányzata örömmel ajánlotta fel kiállítótermét, a Festőtermet, hogy a formatervezés ez évi legjobbait a soproni nagyközönség is láthassa.

A kiállításmegnyitóra november 8-án, csütörtökön 16 órakor került sor a Festőteremben. A kiállítást a Magyar Formatervezési Tanács tagja, prof. dr.

Faragó Sándor rektor úr nyitotta meg, Abdai Géza alpolgármester úr köszöntő szavai után.

Megható volt a soproni közönség szeretettelgi fogadása és érdeklődése. A megnyitót sokan megtisztelték jelenlétükkel, a város vezetése mellett az egyetem dékánjai, tanszékvezetői, oktatói, diákjai és a sajtó képviselői is kíváncsiak voltak. Várhelyi Judit irodavezető asszony és Majcher Barbara vezető tanácsos több fórumon is ismertette a Tanács és a díjpályázat célkitűzését és eredményeit. A kiállítás november 25-éig még megtekinthető.

A soproni fogadtatás sikerével is megerősítve, Irodánk tervezi a Magyar Formatervezési Díj-pályázat elmúlt öt évének, (2003-2007) díjazott és különdíjban részesült alkotásainak bemutatását, vándorkiállítás keretében. Terveink szerint Budapest mellett további 4-5 városban mutatnánk be a pályamunkákat, az adott város gazdaság-innováció-design témakörben megrendezett rendezvényéhez kapcsolódóan. A vándorkiállítás koncepcióját és részleteit a Magyar Formatervezési Tanács soron következő ülésén, napirendi pont keretében tárgyalja.

A Tanács és az Ösztöndíjbizottság javaslatai alapján Irodánk elkészítette a **Moholy-Nagy László Ösztöndíjpályázat** jövő évi pályázati felhívás tervezetét, amit a Tanács szintén következő tanácsülésén, napirendi pont keretében tárgyal.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

Nemzetközi kitekintő:

Így Várhelyi Judit irodavezető asszony vesz részt az zárómegbeszélésen.

Icsid híreink

Az **Icsid** (Ipari Formatervezési Társaságok Nemzetközi Szövetsége) október 17-23. között tartotta **harmadik vezetőségi ülését és a kétévente rendezett kongresszusát és közgyűlését San Franciscóban**. Az ülésen és kongresszuson Várhelyi Judit irodavezető asszony, vezetőségi tag vett részt. Beszámolóját mellékletünkben olvashatják.

Ahogy elmúlt híradásunkban is olvashatták irodavezető asszonyt újraválasztották a vezetőségben, így 2007-2009 között ismét képviseli hazánkat a szövetségben. Az új vezetőség első ülésére december 7-11 között kerül sor Chilében, melyen részt vesz.

Mit hoz a jövő?

A Magyar Formatervezési Tanács, a Magyar Szabadalmi Hivatal mint jogi személy által képviselve, vett részt egy konzorciumban, amely a *Composites-on-Tour 2* pályázatával elnyerte az EU támogatását.

A Tanács mellett a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem vett részt a projektben. A Tanács 11 232 EUR költségvetésből gazdálkodhatott. A projekt elszámolására 2007. november 30-án kerül sor Brüsszelben, a konzorciumot vezető belga egyetem kérésére, magyar partner személyes jelenléte is szükséges,

Az **OHIM** (Deputy Director, General Affairs and External Relations Department) vezetője, Etienne Sanz de Acedo úr, felkérte Várhelyi Judit irodavezető asszonyt, hogy vegyen részt az OHIM egyik szakértői csoportjának (Design Experts Group) munkájában. A szakértői csoport évente kétszer találkozik, legközelebb december 17-18-án Alicantéban, melyre az irodavezető asszony hivatalos. A költségeket az OHIM téríti.

Irodánk jelenleg a Magyar Formatervezési Díj vándorkiállításán dolgozik, készíti következő tanácsülésünk háttéranyagát, és megkezdte az évvárás feladatait.

Majcher Barbara

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

Melléklet

Várhelyi Judit beszámolója:

“Regional Meeting on Design Support”

San Francisco, 2007. október 17 – 23.

Icsid kongresszus, nyitónap

A kongresszus nyitónapján ünnepeltük az Icsid megalakulásának 50. évfordulóját. Az Icsid 50 éve, 1957. június 29-én, Londonban alakult. Az Icsid 50 országból, több mint 150 tagszervezetet tud magáénak, melyek mintegy 150 000 formatervezőt képviselnek. Honlapja, a www.icsid.org, a szakmai kommunikáció fontos eszköze. A jubileumi kongresszus jelentősége túlnőtt a szokásos, két évente megrendezett világtalálkozón. Az évforduló megünneplésére az első napon került sor; először az Icsid leköszönő elnöke, Peter Zec tartott beszédet, melyben visszatekintett az elmúlt 50 év eredményeire, és összefoglalta a szervezet előtt álló feladatokat. Ezután a résztvevők megtekintették a jubileumra készült “*Icsid - 50 év a globális designközösség szolgálatában*” című rövidfilmet.

Ezt követte a “**World Design Capital**” (WDC - a Design Világfővárosa) pályázat ismertetése. A címet az [Icsid](#) és az [Icograda](#) (Grafikai Társaságok Nemzetközi Szövetsége) közösen, két évente adományozza egy-egy olyan városnak, amely tevékenységével ezt kiérdemli. A megtisztelő cím első viselője 2008-ban az olasz formatervezés és divatszakma bölcsője, [Torino](#) lesz.

A pályázat koordinátora, Guliano Molineri ez alkalomból ismertette az év során tervezett programokat, és egy kisfilm segítségével bemutatta városát. Ezután került sor a WDC-pályázat új nyertese, a Torinót követő város kihirdetésére. A világ következő „designfővárosa” címet, a dél-koreai főváros, Szöul viselheti. A szöuli polgármester személyesen köszönte meg a megtisztelést.

A kongresszus három napján délelőttönként plenáris ülések, délutánonként párhuzamosan 13 helyszínen, szekcióülések folytak, és közben egyetemi hallgatók munkáival is lehetett ismerkedni. A Magyar Formatervezési Tanács nevében egy posztert helyeztem el a *Masonic Center* kiállítótermében.

Október 21. – közgyűlés, első nap

A két évente tartott közgyűlés hagyományos programja szerint, az elnök és a főtitkár beszámoltak a vezetőség munkájáról. A beszámolók főbb pontjai voltak: az Icsid 50. jubileumának programja, a „World Design Capital” projekt és pályázat, valamint a megújult honlap és a szervezet finansziális sikere. Ezt követte az új tagszervezetek ratifikálása, majd a vezetőség által előkészített javaslatok megvitatása és a döntés.

Három javaslatot terjesztettünk elő – szavazati jog a céges tagszervezeteknek is, a tagdíjszámítás racionalizálása és küldetési nyilatkozatunk megváltoztatása.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

A vezetőség mindhárom kérdést megvitatta az Icsid szenátorokkal (korábbi elnökök) és már hat hónappal korábban, részletes indoklással, megküldte a tagszervezeteknek. Valószínűleg a jó előkészítés miatt a vártnál kevesebb vitával, mindhárom javaslatunkat elfogadta a tagság.

Az első nap a következő két év tisztségviselőinek megválasztásával zárult.

Október 22. – Icsid közgyűlés, második nap

A második nap az IDA (Az Icsid és Icoграда szövetsége) beszámolójával kezdődött. Az IFI (belsőépítészek világszövetsége) néhány héttel korábban tartott közgyűlésén megszavazta, hogy csatlakozik a szövetséghez. Ezzel a design három fő szervezete közösen tudja hangját hallatni a szakma érdekében.

Ezt követően, a vezetőségi tagok irányításával, négy csoportra váltunk szét, és így a tagszervezetek képviselőivel kötetlen formában tanácskoztunk az elkövetkező évek munkájáról. A második nap a választás eredményének kihirdetésével zárult. Az új vezetőség még aznap összeült.

Az Icsid új vezetősége:

Elnök:

Carlos Hinrichsen, igazgató, School of Design, Instituto Profesional DuocUC of the Pontificia Universidad Católica de Chile

Alelnök:

Mark Breitenberg, PhD., dékán, Art Center College of Design, Pasadena, USA

Vezetőségi tagok:

Wen-long Chen, elnök, Nova Design Co., Ltd., Taiwan

Leimei Julia Chiu, igazgató, International Design Centre Nagoya, Japán

Martin Darbyshire, formatervező, Tangerine, Nagy-Britannia

Brandon Gien, igazgató, Australian Design Awards, Ausztrália

Prof. Lorraine Justice, tanszékvezető, The Hong Kong Polytechnic University

Dr. Darlie O Koshy, vezérigazgató, Nemzeti Design Központ, India

Jae-Sin Shim, alelnök, LG Electronics Inc., Korea

Kazuo Tanaka, elnök, GK Design Group, Japán

Várhelyi Judit, irodavezető, Magyar Formatervezési Tanács Vezetőségi ülés (1/2007-2009)

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

Előadások:

Október 18. - Icsid kongresszus, első nap –
 “Connecting People + Places”

Hans Rosling: Design as Myth Buster

www.gapminder.org

Hans Rosling a közegészségügy professzora a svéd Karolinska Egyetemen. Látványos, számítógépes programot készített a statisztikai adatok bemutatására, mellyel szemléltette, hogy világnézetünk milyen messze lemaradt attól, amit az adatok mutatnak.

A családméret, a várható élettartam és a gyermekhalálozási ráta, mára szinte azonosak az egész világon (Afrika kivételével). Nem beszélhetünk harmadik világról, hiszen egy-egy kontinensen, régió, de országon belül is hatalmas különbségek vannak. Rosling arra buzdította a designereket, hogy dolgozzanak együtt más szakemberekkel, az “unalmas adatok” kreatív megjelenítésén, mert ezáltal az átlagemberek és a média is jobban észreveszi és megérti a számok mögötti tartalmat.

Richard Seymour: Space Tourism

www.seymourpowell.com

A brit Seymour-Powell designstúdió kapta a megbízást, hogy Burt Rutan feltalálóval közösen megtervezze a *Virgin Galactic Spaceship* formáját és belső tereit. Richard Seymour bemutatta néhány korábbi űrhajótervét, elsősorban a filmek világából. Kubrick és díszlettervezője sajátos világot teremtett azzal, hogy ismerős, mindennapi elemeket kevert

futurisztikussal. Napjainkban több olyan, valószerűtlennek tűnő projekten dolgoznak a mérnökök és a tervezők, amelyek a közeljövőben valósággá válhattak. Ilyen például egy lebegő hotel terve, amely teljes energiaigényét napenergiából elégíti ki. A technológia ehhez már létezik, de a potenciális befektetők és a célközönség számára a design teszi a tervet izgalmassá, vonzóvá, elképzelhetővé.

Martin Eberhard (Tesla Motors) és Barney Hatt (Lotus): Tesla Roadster

www.teslamotors.com

A cégalapító és a formatervező közösen mutatták be az új sportautót. A hirdetésekben a “sleek and green” (elegáns és zöld) szlogen szerepel. A cég alapítói azt tűzték ki célul maguk elé, hogy egy környezetbarát, nagy teljesítményű sportautót fejlesszenek ki. Az elektronikus motor mellett döntöttek, amit standard, összekapcsolt lítium elemek hajtanak meg. A 250 lóerős motorral igen jó gyorsulást tudnak elérni. A sportautót a szerb származású feltalálóról nevezték el.

A környezetbarát autók már formájukban is barátságosak, kicsit a gyerekjátékokra hasonlítanak. A sportkocsik, ragadozó profiljukkal, ennek teljesen az ellentétei. A Tesla Roadster formatervében a két véglet között kellett egy optimális imázst elérni. A tervező szerint a forma nem agresszív, de céltudatos, míg a futurisztikus elemeket szándékosan régebbi, klasszikus sportkocsikról vett részletekkel keverték.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

Alex Steffen: Imagining a Future that Works

www.worldchanging.com

Alex Steffen újságíró szerint mindazok a lépések, amit a gyártó cégek a fenntartható fejlődés nevében tesznek, teljesen érdektelenek, mert nem elégségesek. Az előző előadásban bemutatott elektronikus autó nem bocsát ki ugyan káros anyagokat, de gyártása és fenntartása mégis sok tekintetben ártalmas. A gépkocsik problémáját csak olyan módszerekkel lehet megoldani, amelyek kevesebb használatot eredményeznek.

Az előadó szerint legfeljebb 20-30 évünk van arra, hogy alapjaiban átalakítsuk életformánkat és a gazdaságot. Az ENSZ szerint 250 millió embert fenyeget az a veszély, hogy a környezeti katasztrófák miatt menekültté válhat (environmental refuge-to-be).

A cégek mellett a designerek is felelősek azért, hogy olyan termékeket és folyamatokat tervezzenek, amelyek a lehető legkisebb környezeti szennyezéssel járnak.

Kreatív emberekre nagy szüksége van most a Földnek. (*"You are brilliant and the Earth is hiring"*)

Október 19. - Icsid kongresszus, második nap

– *"Connecting Virtual + Visceral"*

Paul Saffo: Design after the Information Revolution

www.saffo.com

Paul Saffo felvázolta elméletét, miszerint egy új technológia megjelenését csak jelentős késéssel követi az annak megfelelő, kiforrott médium. Az információ jelentősége után a tömegmédiá (*"mass media"*) következett, amit ma már felváltott a "személyes média" (*"personal media"*). 2001-ben megjelent a "Pier-to Pier" kommunikációs rendszer, de nem lehet tudni még, hogy mi lesz az ennek megfelelő, kiérlelt médium. Két, érdekes folyamatot érdemes megfigyelni: az rfi szenzorok elterjedését és azt, hogy a kommunikációs eszközök egyre inkább médiaeszközökké válnak. (*"media devices"*) A tömegmédiá fogyasztója néz/fogyaszt, az üzleti modell a termék/szolgáltatás. A személyes média használója részt vesz / teremt, és az üzleti modell az előfizetés, a használatért való fizetés. Amikor Paul Saffo egy folyamat előrejelzésén dolgozik, akkor alapszabálynak veszi, hogy kétszer olyan mélyen tekint vissza a múltba, mint amennyire előre akar jósolni.

Csak így látja a kialakuló folyamatok mintázatát. Az ipari korszak már 1947-ben véget ért, abban a pillanatban, amikor a tömegtermelés annyira tökéletesedett, hogy elérte azt a fokot, amikor túl sok áru keletkezett. A fogyasztói gazdaság elterjedését Amerikában a hitelkártyák erősítették. Ma már megjelent a *"creator economy"* fogalma is, aminek ma még egyetlen érett példája a Google-keresőprogram. William Gibson író szerint "a jövő már itt van, csak még nincs egyenletesen elosztva" (*"The future has arrived, it is only not evenly distributed yet."*)

Anthony Dunne and Fiona Raby: From Applications to Implications

www.dunneandruby.co.uk

Az angol építészpár Tokióban kezdte karrierjét és jelenleg a londoni *Royal Collage of Art* egyetemen tanít. A csúcstechnológia érdekli őket, de nem annak alkalmazása, hanem befolyása – az, hogy milyen következménye, hatása lehet majd a társadalomra. Ennek vizsgálatához, a lehetőségek felvillantásához a design és a képzőművészet eszközeit egyaránt használják.

Példaként bemutatottak egy hallgatói feladatot: laboratóriumi körülmények között léteznek már olyan hús, amely sejtszaporítással készül, nem kell hozzá megölni egy állatot. (*“Victimless meat”* néven mutatták be.) A hallgatók azt a feladatot kapták, hogy tervezzék meg, hogy a jövőben hogyan lehet ebből termék. Milyen alakja lesz, hogyan csomagolják, hogyan hirdetik.

A design segíthet a tudománynak abban, hogy az új eredményeket értelmezi, lefordítja a mindennapok nyelvére.

Janine Benyus: A Conscious Emulation

www.biomimicryguild.com

A kongresszus kiváló előadói közül is kiemelkedett Janine Benyus biológus, író. Mióta *“Biomimicry: Innovation Inspired by Nature”* című könyve megjelent, a legkülönbözőbb cégek kérik fel konzultánsnak, a fenntartható fejlődés témakörében.

A biológusnő szerint minden szépség alapja a jóság volt – a virágok az évszakok változását, a bőséges élelem ígérését hordozták, a csillogó víz azt jelentette, hogy a forrás friss és egészséges. A designerek feladata, hogy a szépséget újra összekapcsolják a jósággal.

A minket körülvevő élővilág zseniális megoldásokkal van tele, amiből tanulhatunk. Ezek a megoldások kiválóan alkalmazkodnak a környezetükhöz, hiszen évmilliók alatt alakultak ki. Az élet egyetlen kritériummal méri a sikert: a genetikai állomány sikeres átörökítésével. Csak az ember teszi tönkre a környezetét, és ezzel együtt csökkenti saját túlélésének esélyét is. Az előadó négy területről mutatott be biológiai jelenségeket és mindenhol megnevezett olyan cégeket, amelyek ezekből tanulva, a tudósokkal együttműködve, új utakon indultak el.

1. Anyagbeszerzés - A szén-dioxid egyes állatoknak tápanyag, nem mérgező - nem védekeznek ellene, hanem felhasználják. Ebből kiindulva, kifejlesztettek egy olyan eszközt, amely a kéményekbe szerelve a kibocsátott szén-dioxid egy részét átalakítja újra felhasználható anyagokká.

Egy száraz területen élő bogár adta az ötletet ahhoz, hogy a ködből vizet nyerjenek. Az MIT kifejlesztett egy ilyen bevonatot, amelyet Nicholas Grimshaw angol sztárépítész használ egy épülő színháznál.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

2. Jeladás, jelek érzékelése - Az Indonéziát elárasztó cunami jeleit egyes állatok, pl. az elefántok, időben megéreztek és a szigetek belsejébe húzódva túléltek azt. Ennek a jelenségnek a vizsgálata idővel elvezethet olyan jelzőrendszerekhez, amely sokezer életet ment majd meg.

A tengeri hínárok baktériumokkal szemben mutatott rezisztenciája, új típusú gyógyszerek kifejlesztéséhez adott ötletet. Több madár és pillangó ún. strukturális színnel rendelkezik, nem pigmentált. Ezt a kutatási eredményt az ún. "Morphotex" szövetek mellett, épülethomlokzaton és pda-képernyőkön is elkezdtek használni.

3. Alak - Madarak, halak, bálnák adtak ötleteket új, hatékonyabb propellerek, ventilátorok kialakításához.

4. Folyamatok - A természet méretre épít, főleg és szemét nélkül – amíg a mi termékeink brutális erővel, hővel, kémiai beavatkozással jönnek létre ("heat, beat and treat") és eközben, rengeteg felesleges, káros melléktermék keletkezik. Egy tengeri szivacs adott mintát egy új száloptikai rendszerhez.

Naoto Fukasawa: Core of Awareness
www.naotofukasawa.com

A japán sztártervező minimalista tárgyaival lett híres. Elsősorban a Muji (Japánban Mujirushi) márkának tervez. Az előadás során designfilozófiájáról beszélt, és közben bemutatta munkáit.

Tervezés közben abból indul ki, hogy minden környezetben és szituációban látens, véletlen értékek találhatók. Ezek egyfajta, tudattalan viselkedési módokat indukálnak a felhasználókban. Az emberek akkor kapcsolódnak legjobban egy környezethez, amikor természetesen viselkednek benne.

Egyik kedvenc könyve Richard Wentworth fotóit gyűjti össze. A címe "Making Do And Getting By" (rögtönzött megoldások). Csak olyan tárgyakat tervez, melyek a lehető legegyszerűbben, legtermészetesebben megfelelnek egy adott helyzetnek. Ezzel magyarázza a tárgyak sikerét is – mintha már léteznének a kollektív tudatunkban, így ahogy formát kapnak, egyből rájuk ismerünk.

Bruce Sterling: Shaping Things (könyvének is ez a címe)

http://en.wikipedia.org/wiki/Bruce_Sterlin

A futurologus író nemrég Torinóba költözött, mert meggyőződése, hogy a design a jövő tudománya, és ennek legérdekesebb megnyilvánulása a 2008-ban kezdődő, torinói "Világ Desig Fővárosa" rendezvénysorozat lesz.

Hiroshi Ishii: Tangible Bits: Beyond Pixels
<http://tangible.media.mit.edu>

A japán származású kutató az MIT Media Lab professzora. Olyan felhasználói felületeket tervez, amelyek mindenki számára ismerősek, intuitívan használhatók, és teljesen elfedik a mögöttük lévő technikát.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

Például egy üvegfiola, amit ha kinyitunk, zenét hallunk vagy időjárásjelentést hangok formájában. Vagy olyan tervezési eszközt, amit kézzel modellezhetünk (homok, agyag), miközben a számítógép folyamatosan és egyidejűleg rávetíti a formára az adatokat. Az előadó ezt "tangible thinking", illetve "tangible user interface" (tapintható felhasználási felület) néven fogalmazta meg. A cél az, hogy nehezen kommunikálható fogalmaknak, nehezen használható eszközöknek érthető formát adjanak. Egy másik érdekes projekt keretében olyan, hatalmas ecsetet terveztek, mellyel mintát lehet venni egy tárgyról (szín, felület, mozgás), majd egy képernyőre festeni vele.

A kép megőrzi a mintavétel emlékét is, így egy érzelmi síkot is hozzákapcsoltak a fizikaihoz. A kutatóknak kimondott céljuk, hogy inspirálják a kreatív embereket, a designereket, azzal, hogy megmutatják az új technológiák adta lehetőségeket.

Sam Lucente: A better experience www.hp.com

Sam Lucente a Hewlett Packard (hp) designrészlegének vezetője. Előadásában három területet nevezett meg, ahol a design segítette a cég fejlődését. A felhasznált pénzt és a nyereséget, illetve a márkaérték növekedését nyilvántartják és házon belül mérik a design szerepét ebben.

1. Egyszerűsítés - Nem csak esztétikai szempontból, hanem a költségek csökkentése és a felhasználói élmény miatt is.

A design stratégiai szerepének felismerése előtt, a cég szinte minden termékének más-más kezelőfelülete volt és gyakran más logója is. Ezt a fejlesztőmérnökök határozták meg, és a különböző területeket senki sem koordinálta. Az új designrészleg első feladata a káosz megszüntetése volt. Terveztek egy egységes, nagy Q betű alakú kontrollpanelt ("Q control"), amit fokozatosan minden terméken bevezettek. Emellett, a kezelőfelületet (software) is egységesítették, és a termékeket könnyen összekapcsolható családokba rendezték. A tesztek bebizonyították, hogy a technikához nem értő felhasználók is jól tudták kezelni az új eszközöket.

Természetesen, mindezt nem a designerek végezték el, de a példa jól mutatja, hogy a designtudatos gondolkodás, a design stratégiai felhasználása az egész cég tevékenységét átalakította. Ehhez szükség volt arra, hogy a designrészleg vezetőjeként az igazgatók közé kerüljön és így ötleteit a többi részleggel magas szinten egyeztetve tudja megvalósítani. Az egységesítés komoly költségmegtakarítást eredményezett a cégnél.

2. Megkülönböztetés - A neves, jól felismerhető márkák prémiumárat kérhetnek a piacon. A teljes termékpalettán belül kialakítottak ún. "ikonikus termékeket", amelyek szűkebb fogyasztói csoportokat céloznak meg, prémium áron. Ilyen pl. a hp új, fehér printere.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

3. Innováció - Az új, innovatív termékek új piacot nyitnak maguknak. Ezt a legnehezebb elérni, hiszen számtalan versenytársuk van. A hp tapasztalata szerint, egy innovatív termék bevezetése (single offering) nem elég, rendszereket kell teremteni, élményeket adni.

Október 20. - Icsid kongresszus, harmadik nap – Connecting Beauty + Bounty

Stefano Marzano: Findig your Sculpture

www.philips.com/design

A cím Michelangelótól származik – minden kőben ott található a szobor. Az olasz származású Stefano Marzano a *Philips Design* vezetője.

A XIX. században alapított cég célja az volt, hogy kreatív, innovatív eszközöket tervezzenek, amelyek a technológia útján jobbitják az emberi élet minőségét. 1982-ben, amikor az előadó odakerült, a cég éppen hullámvölgyben volt, ami a változásokra nyitottá tette a vezetőket és egyben esélyt adott a tervezőnek, hogy komoly átalakításokat javasoljon. Érdekes volt hallanunk, hogy a hp-hoz hasonlóan, az első dolga a termékek, kezelőfelületek, logók egyszerűsítése volt. A fogyasztói társadalomban a vásárlóknak nagy hatalma van, de a valóságban nehezen találják meg az utat a tömördek termék és szolgáltatás között. A márkák feladata, hogy mint egy világítótorony, utat mutassanak a vásárlóknak – ez komoly felelősséggel is társul. Stefano Marzano négy elgondolást fogalmazott meg a cég számára.

1. Az alapítás szellemében, koncentráljanak az emberekre.

2. Gondolkozzanak a fenntartható fejlődés szellemében (bár ez a kifejezés akkor még nem létezett).

3. Ne akarjanak mindent maguk csinálni, építsenek üzleti partnerkapcsolatokat.

4. Az igen bonyolult eszközökhöz, amit terveznek, társuljon magas szintű design, és integrálják a társadalomtudományokat is a termékfejlesztés folyamatába.

Miután a cég vezetése zöld utat engedett elgondolásainak, 1995-ben meghirdették a “*vision of the future*” (a jövő víziója) programot. A három alapelv: technikailag fejlett, könnyen megtapasztalható, emberközpontú. A cég elsősorban az egészségügy, életmód és a technológia területeire koncentrált. 2000-ben már látszott, hogy helyesen döntöttek, mert márkaértékük megkétszereződött. A Philips jótékonyági tevékenységének neve: “Philantropy by Design”. Nem pénzt adnak jótékony célokra, hanem ötletet, kreatív megoldásokat.

Yves Béhar: Why and How

www.fuseproject.com

<http://laptop.org/>

A *Fuse Project* nevű designstúdió központja San Francisco. A fiatal tervezők mottója: “ami nem etikus, az nem lehet szép.” Szerintük a design az értékekről szól – azokról, amiket teremt és azokról, amik a designerben rejlenek.

Hírlevél

A Magyar Formatervezési Tanács Irodájának tájékoztatója

MFTI / 2007. V. szám

A stúdió, napi munkája mellett, nonprofit cégekkel dolgozik együtt ingyen vagy igen alacsony díjért. Egy-egy jó ötlet esetén, a stúdió társul a gyártó céggel, a későbbi, nagyobb profit érdekében. Minden más munkájuknál is arra törekednek, hogy a megrendelővel partnerkapcsolatot alakítsanak ki, mert csak így születnek sikeres megoldások. A stúdió nyeresége egy részét visszaforgatja saját kutatásba is. Legismertebb munkájuk a nemrég piacra dobott, IDEA díjas „Leaf” lámpa, amit a Herman Miller cégnek terveztek és a „\$100 laptop”.

Erről a gyerekeknek tervezett, hordozható, zöld-fehér számítógépről sokat lehetett már olvasni a világsajtóban. Az ötlet szülőatyja Nicholas Negroponte, az MIT Media Lab egyik alapítója.

A projektet a „One Laptop per Child (OLPC)” nonprofit szervezet kezeli. Olyan, olcsó, innovatív számítógépet szeretnének kifejleszteni, amely forradalmasítja a gyermekek oktatását a világban. A laptop saját szoftverekkel rendelkezik és antennái segítségével, hálózat nélkül is kommunikálni tud a közelében található, hasonló gépekkel.

Mivel a kedves, antennafülű gép pillanatok alatt népszerű lett, a tervek szerint a fejlett országokban is árulják majd, de csak úgy, ha a vásárló egyszerre kettőt is vesz. Egyet hazavihet, a másikat pedig a nevében, egy fejlődő ország iskolása kapja.

Sir Ken Robinson: Beyond the creatives: managing your talent

www.sirkenrobinson.com

Az angol kutató szerint, egy forradalom közepén élünk, aminek a hajtóereje a technológia, a városi migráció és a digitalizáció. Ez utóbbi mintegy szakadékot vágott a nemzedékek között – legtöbben csak ún. „digital immigrants” (digitális bevándorlók) lehetünk, míg a fiatalok generációja „digital native”, vagyis beleszületett ebbe a korszakba és természetesen kezeli eszközeit.

A világunkat fenyegető katasztrófák ellen egyfajta szisztematikus kreativitásra lenne szükség – nem kreatív emberekre, hanem arra, hogy mindenki felfedezze és használja saját kreativitását. Ehhez az oktatási rendszer teljes átalakítását látja szükségesnek, hiszen az óvodás korosztály még természetesen kreatív és csak az oktatási rendszer miatt veszti el ezt a képességét. Több kutatás is született erről; pl. mérték a divergens gondolkozást a különféle korosztályokban – az óvodások még zseninek bizonyultak, míg az iskolások fokozatosan egyre rosszabbul teljesítettek.

A kreativitás mindenkiben létezik, csak olyan körülményeket kell teremteni hozzá, ahol kibontakozhat és meg kell találni a megfelelő médiumát – nem lesz mindenkiből feltétlenül festő vagy zenész.

Tim Brown: From Design to Design Thinking

www.ideo.com

Az IDEO az egyik legnagyobb, több száz főt foglalkoztató, globális designstúdió. Olyan megoldásokat keresnek, melyek emberközpontúak, technológiailag megvalósíthatók és üzletileg is életképesek. Non-profit szervezeteknek is dolgoznak, de soha nem ingyen, csak csökkentett áron – nem tartják helyesnek, ha a gondolatait, tudását nem fizetik meg a designereknek.

Konkrét tervezési feladatok mellett tanácsadást is vállalnak, ahol arra tanítják a vállalatokat, hogyan lehet a designt stratégikusan felhasználni, hogyan használhatják fel a designszellemű gondolkozást (“*design thinking*”) saját dolgozóik között, hogyan vitassák azt, amit mások alapigazsággként fogadnak el.

A designszellemű gondolkozás helye ott van minden szakmában. Példaként említette, hogy a Stanford Egyetemen indultak olyan kurzusok, ahol a design bekerült az üzleti vagy éppen az orvosi oktatásba is.

Roger Martin: Design Thinking: The Next Competitive Advantage

www.rotman.utoronto.ca

A kanadai gazdasági szakember arról beszélt, hogy bár a design potenciális versenyelőnyt jelent a vállalatoknak és azok ezt gyakran felismerik, mégsem tudnak élni vele.

A különböző szakmák gondolkozásmódja ugyanis teljesen ellentétes. Az előadó felállított egy folyamatot a megismerésről, ami a misztikustól kiindulva, a heurisztikus gondolkodáson keresztül, elér az algoritmusokig, majd a kódokig. Ennek a folyamatnak előnye, hogy a végén hatékonyabban használjuk a tudásunkat és konzisztens, megismételhető eredményt kapunk, de hátránya is van – az egyszerűsítés során elvesztünk dolgokat.

A vállalatokat analitikus gondolkodás jellemzi. A már felhalmozott tudás alapján próbálnak egyre jobbak, egyre hatékonyabbak lenni. A megbízhatóság, a replikálhatóság alapfeltétel, azonban így tudásuk nem növekszik. A designszellemű gondolkodás ezzel teljesen ellentétes, hiszen állandóan megkérdőjelezi a létező, elfogadott normákat, számításba veszi azt is, ami csak talán lehetséges, állandóan új “misztikumokat” keres. Felvállalja, hogy döntéseiben szerepet játszik a szubjektív ítélet, az elfogultság is.

Korunkban a vállalatoknak létérdeke, hogy ezzel a gondolkodásmóddal megbarátkozzanak.