



Egy kérdőív CSAK! hallgatóknak
elemzés

Kaucsek György, Cosovan Attila
grafika: Sinka Szabolcs



MOHOLY-NAGY MŰVÉSZETI EGYETEM
MOHOLY-NAGY UNIVERSITY OF ART AND DESIGN BUDAPEST

1. Előzetes gondolatok



■ A Disco könyv¹ kapcsán kezdtünk el beszélgetni a hallgatók, illetve a végzett designerek gondolkodásmódjáról. Úgy tűnt számunkra, hogy bár egyre többen, de még mindig nagyon kevesen érzik kézenfekvőnek azt, hogy saját tervező/alkotó hivatásukról², alkotói identitásukról és felelősségükről említést tegyenek. Valójában nem igazán érzik saját szerepük súlyát, fontosságát a **Túlélés-Fennmaradás-Fejlődés** hármasában. Nem keresik elég tudatosan azokat a manifesztációkat, amelyek legközelebb állnak a Kreációkhoz. Pedig ha elfogadjuk azt a tézist, hogy az állandó és a változó együttthatóját magába foglaló Tervezés/Alkotás az egyik legfontosabb emberi jellemző, jelenség, tulajdonság, képesség, akkor meg kell értenünk és értetnünk³ annak kulturális civilizációs, azaz társadalmi nélkülözhetetlenségét. Ha ezt elfogadjuk, akkor ennek jelenlegi társadalmi evidenciáját tanulmányoznunk kell.

■ Mit kellene tenni – merül fel a kérdés – ahhoz, hogy a tervező/alkotó ember, a tervező/alkotó hivatások súlyát is fokozzuk, a tervező/alkotó fiatalok identitását erősítsük, társadalmi potenciáljukat bennük tudatosítsuk. Ők ugyanis – bár ezt nagyrészüket nem tudja – nem kiszolgálói a rendszernek, hanem meghatározói⁴.

■ Adódott ebből az ötlet, hogy érdemes lenne megismerni a hallgatók véleményét, nézeteit azokról a kérdésekről, amelyekről szót ejtettünk beszélgetésünk során. Ha ezekre direkt és indirekt rákérdező kérdéseinkre viszonylag nagy számban kapunk válaszokat a hallgatóktól, akkor ezek nemcsak megerősíthetik, vagy megcáfolhatják felfogásunkat róluk, hanem új gondolatokra is serkenthetnek minket és másokat. És vajon mi oktatók/nevelők mihez kezdünk majd ezekkel? A módszeresen

összegyűjtött információkból egyrészt összképet alkothatunk arról, hogy milyen gondolatok⁵ foglalkoztatják a hallgatókat alkotói tevékenységükkel kapcsolatban, másrészt ötleteket és megfelelő indíttatásokat nyerhetünk a megkérdezettek igényeinek és elvárásainak megismerését lehetővé tevő dialógus elindításához is. A szubjektív látásmód előnyét abban látjuk, hogy vitára serkent, és ezért szinte rákényszerít a továbbgondolkodásra, a tényleges problémák jobb megismerésére, és tulajdonképpen a fő célunk ez.

■ Feltételeztük tehát, hogy ha a különböző nézőpontú hallgatók véleményeit, esetenként érzelmi felhangokkal is kísért állásfoglalásait megismerjük, akkor az alkotói életfelfogásuk⁶ mélyebb, absztraktabb jellemzőit és problémáit is jobban felismerjük. És Nem titkolt szándékunk, hogy az ily módon nyert információkat és az ezekből levonható következtetéseket a hallgatók gondolkodására, tervezői szemléletére, beállítódására az egyetemi művész/designer képzés érdekében közkinccsé tegyük és megvitassuk.

1 Cosovan Attila (2009): DISCO, Budapest, CO&CO COMMUNICATION. Készült a MOME doktori iskolája képzési keretei között.

2 Magától értetődően magasabb rendű dolgokról, mint pl. az univerzum keletkezése, létezése, és a tervezés/alkotás kapcsolatáról, és nem formatervezésről, grafikai tervezésről, divattervezésről stb. van itt szó.

3 Nyilvánvalóan azért, mert még nem túl sok ember tudja és akarja az emberi faj létezését ilyen szempontból átgondolni.

4 A félreérthetőséget okozza az is, hogy az „alkalmazott művészet” kifejezés és egyes közkeletű felfogások, mint pl. „vannak megrendelők és próbáljuk meg kiszolgálni őket nem éppen ezt sugallják.

5 Milyen szemantikus (a tapasztalatok végiggondolása során összekapcsolt, szintetizált jelentések) és epizodikus (az események bizonyos aspektusait megragadó) jelentések aktiválódnak náluk a feltett kérdésekkel kapcsolatban?

6 Minden alkotás, tervezői attitűd, vagy gazdasági nyelven szólva tárgy-/termék-/szolgáltatás-fejlesztés - akár akarjuk, akár nem, illetve akár van tudásunk róla, akár nincs - üzenetet tartalmaz magunkról, és/vagy másokról.

2. A kérdőíves vizsgálat módja

A mellékelt kérdőívet előzetesen elküldtük a hallgatói önkormányzat (HÖK) vezetőjének azzal a kéréssel, hogy egyetértése⁷ esetén küldje szét a hallgatóknak. A kérdőív 2010. félév elején Webes felületen szétküldésre került.

3. A vizsgált minta jellemzői

A kérdőívet 45 hallgató töltötte ki. Szakterületek szerint a minta megoszlása az alábbi volt:



Minta megoszlása szakterületek szerint

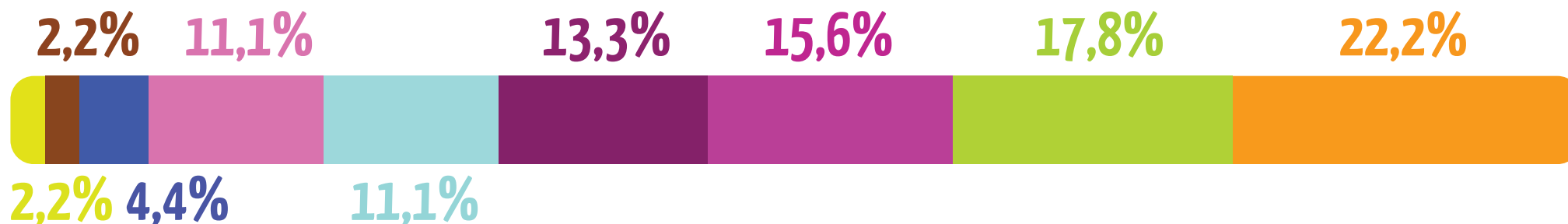
* VIZUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ	13 fő
* DESIGN	25 fő
ÉPÍTÉSZ	2 fő
DESIGN ÉS MŰVÉSZETELMÉLET	1 fő
NEM AZONOSÍTHATÓ	4 fő
45 HALLGATÓ	

* Animáció, Fotó, Tervező grafika, Média design

* Formatervező/fémműves, Textil (ruha/bőr), Szilikát

⁷ Kovács Gáspár a HÖK elnökségi tagja úgy reagált kérésünkre, hogy „nagyon jók a kérdések, és nagyon találóak is mert sokakban új gondolatokat, gondolkodást indítanak majd el és jó, ha mindenki találkozik ezzel”.

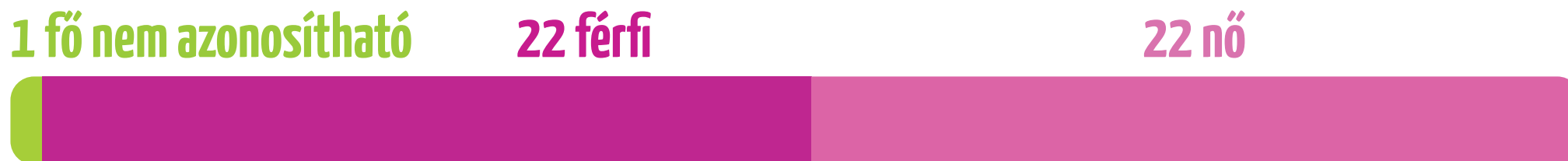
Évfolyam szerinti eloszlás szerint legtöbben (10 fő) az 5. évfolyamosok közül töltötték ki a kérdőívet. 5 fő nem volt beazonosítható.



Válaszadók évfolyam szerinti eloszlása

1. évfolyam	5 fő	6. évfolyam	2 fő
2. évfolyam	8 fő	BA	1 fő
3. évfolyam	7 fő	DLA	1 fő
4. évfolyam	6 fő	NEM AZONOSÍTHATÓ	5 fő
5. évfolyam	10 fő		

Nemek eloszlása közel egyenlő 22-22 fő volt. (Egy fő nem volt beazonosítható.)



Válaszadók nemek szerinti eloszlása

4. Vizsgálati eredmények.



4.1 Mi a művészet / design?

A kérdésre válaszolva a hallgatók többsége,

58%-uk (26 fő) különbséget tett,

40%-uk (18 fő) nem tett különbséget

a két fogalom között,

2%-uk (1 fő) nem tudott válaszolni a kérdésre.



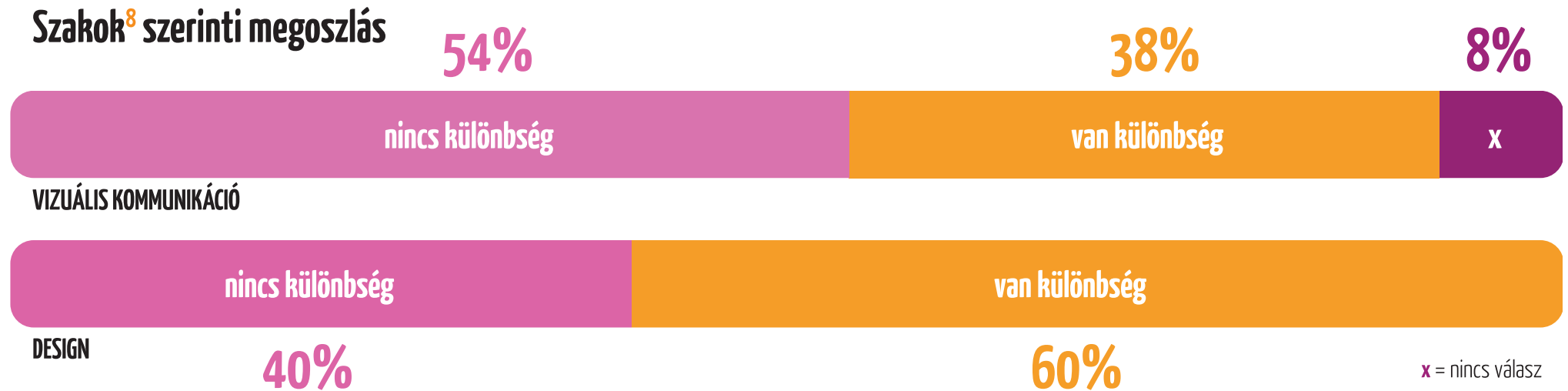
Művészet és design fogalma szerinti különbség

NEM TUDOTT VÁLASZT ADNI: 1 fő NINCS KÜLÖNBÉG: 18 fő VAN KÜLÖNBÉG: 26 fő

4.1 Mi a művészet / design?

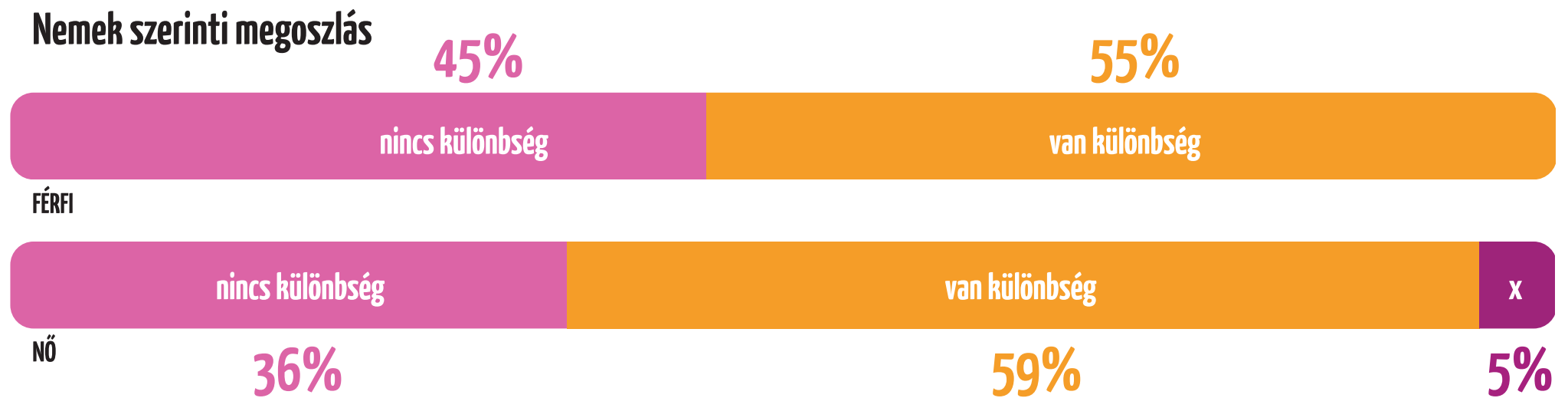


Megállapítható, hogy viszonylag jelentős különbségtételt a két fogalom között a Design szakos hallgatók tettek.



⁸ A kis mintaszám miatt többi szakot nem vontuk bele a részletes elemzésébe.

4.1 Mi a művészet / design?



Azokat a jellemzőket, amelyekkel a hallgatók a két fogalmat külön-külön vagy együtt megpróbálták megragadni a következőkben ismertetjük

önazonosság • erkölcsös élet • alkotó intenciója szerinti • elfogadott a művészvilágban • kiállítanak • adózott tevékenységből megélni • médium • alternatív szól a társadalomnak • elgondolkodtat • elismernek annak egy fogalom • zero vagy Isten • önmegvalósítás • ironikus • drasztikus • realiztikus • a kor lenyomata új dimenzió • lételem • inger • üzenet • útkeresés • kísérlet • időtlen • átívelő • legyőzhetetlen • alkotás nem design • progresszív • közvetetten hat • késéssel elfogadott • a természet leképezése • közegfüggő önmagáért való • esztétikai élmény • öncélú • figyelemfelhívó • szórakoztató • ösztönös • nem alkalmazkodó világnézet • a világban tapasztalható • leképezhető • kötetlen • feltalálás • **semmi és minden** • nem ehető • **önkifejezési forma** • sokféle • **alkotófüggő** • lüktető kreativitás • **világmegváltó** kreatív • **örömet okozó** • világformáló • **individuális** • szubjektív • **lehetőség** • nem hétköznapi • **szép** • értékes szemlélet • **a kultúra** • **a szabadság** • állásfoglalás • **érzelem/érzés** • problémamegoldás • **társadalmi** • személyes életforma • hivatás • **küldetés** • üzlet • **önkifejezés** • munka • **küzdelem** • kudarc • **siker** • produktum rokon értelmű • megoldáskereső • **tudatos kommunikáció** • két, egymást metsző halmaz • **a belső vágy** kifejezője • kép • **tárgy** • film • **előadás** • elégedetté tesz • **rendszerteremtő** • jel • **vizuális érzékenység** érettség • **a rejtett hiba feltárója** • boldoggá tesz • **rámutat a problémákra** • problémákra reflektáló • **kérdés** egy nyelv • **gondolatkifejező**

Design (kifejezi, jellemzi), ami



kitalálható • a hogyan tovább • elemzés • javaslat • aktuális • igénykielégítő • megfontolt • emberi terv • jobba tesz továbbfejleszt • vizuális élményfejlesztő • praktikus • alkalmazható • ipari • célközönséghez szól • tudja mit, miért, hogyan • kontra művészet • reakció • korlátozott művészet • követelményeknek megfelelő • ergonómia direkt • funkcióval bír • normatív • lázadási felület • erővel bír • észlelés • profitorientált • formai tervezés egyedi • tükröz • profán • hétköznapi • jelenlevő • közvetlen • szolgáltatás • tér • teremtő elv • lehet művészet is nem művészet függő • tudomány • technika • mesterségesen természetes • szándékos • alkalmazott művészet funkcionális és esztétikus • együttműködő • illeszkedő • alkalmazkodó • nem csak mérnöki • részben hétköznapi körülvesz • fizikai, elvi • átformált • kifejező-eszköz • vizuális eszköz • művészi és mérnöki • közlés • hétköznapi és különleges • optimális • segít • az emberi lét • **semmi és minden** • nem ehető • **önkifejezési forma** • sokféle • **alkotófüggő** • lüktető kreativitás • **világmegváltó** • kreatív • **örömet okozó** • világformáló • **individuális** • szubjektív • **lehetőség** • nem hétköznapi • **szép** • értékes szemlélet • a kultúra • **a szabadság** • állásfoglalás • **érzelem/érzés** • problémamegoldás • **társadalmi** • személyes életforma • hivatás • **küldetés** • üzlet • **önkifejezés** • munka • **küzdelem** • kudarc • **siker** • produktum rokon értelmű • megoldáskereső • **tudatos kommunikáció** • két, egymást metsző halmaz • **a belső vágy kifejezője** • kép • **tárgy** • film • **előadás** • elégedetté tesz • **rendszerteremtő** • jel • **vizuális érzékenység** • érettség • **a rejtett hiba feltárója** • boldoggá tesz • **rámutat a problémákra** • problémákra reflektáló • **kérdés egy nyelv** • **gondolatkifejező**

Megállapítható, hogy a közös jellemzők nagy része absztrakt, többdimenziós attribútumokat tartalmaz.

Hasonlóság leginkább a viselkedés, az életvitel és a vezérlő értékek tekintetében érhető tetten leginkább.

A legkonkrétabb, direkt módon is megtapasztható jellemzők többsége a design, a meglehetősen szubjektív attribútumokat a művészet fogalmának meghatározásnál találhatók.

**amely meghatározza, értelmet ad a tervezői magatartásnak,
cselekedetnek, amihez többé-kevésbé ragaszkodnak, ami
fogódzót jelent, amitől nem szívesen válnak meg?**

4.2 Gondolati vezérfonal



A hallgatók többségének, 78 %-ának (35 fő) már van valamilyen gondolati vezérfonala. Csupán 20%-uknak (9 fő) nincs ilyen. 1 főtől nem kaptunk választ.

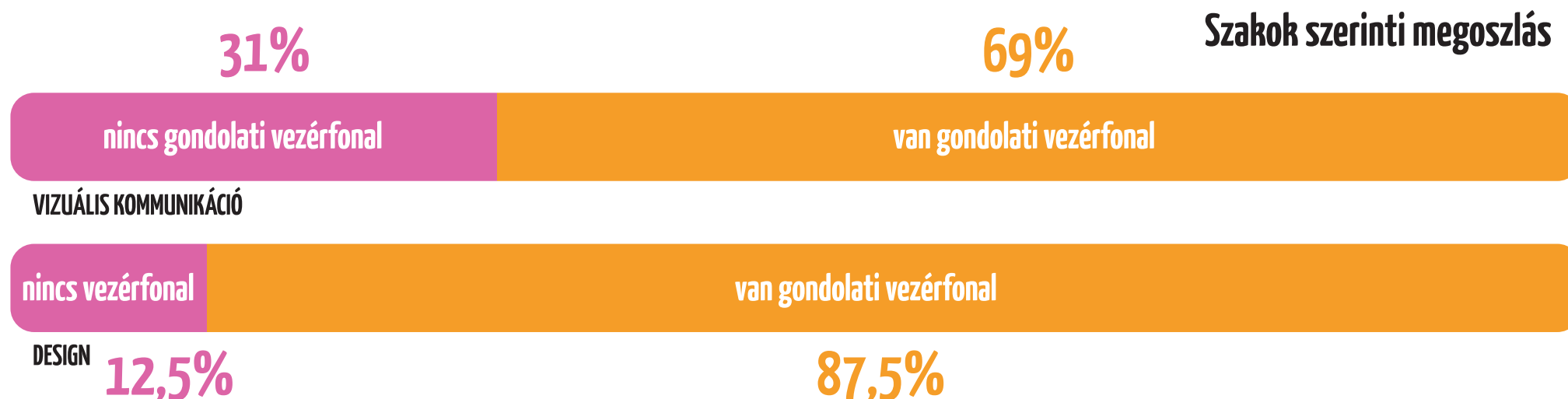


Gondolati vezérfonal

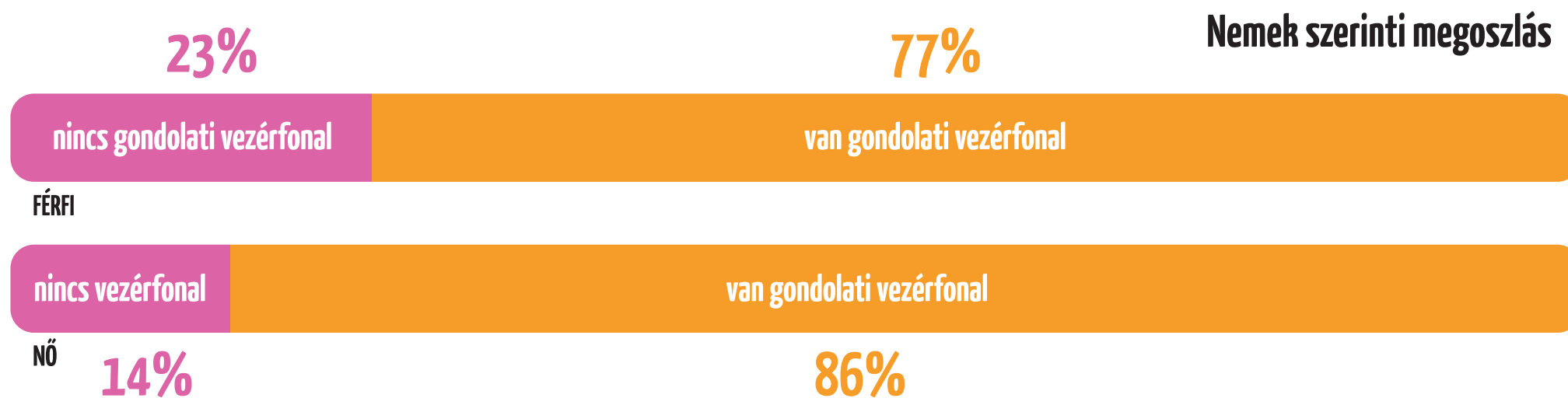
NEM TUDOTT VÁLASZT ADNI: 1 fő **NINCS GONDOLATI VEZÉRFONAL: 9 fő** **VAN GONDOLATI VEZÉRFONAL: 35 fő**

4.2 Gondolati vezérfonal

Megállapítható, hogy a Design szakos hallgatók viszonylag nagyobb arányban számoltak be már valamilyen gondolati vezérfonal kialakulásáról.



4.2 Gondolati vezérfonal



Az „igen” választ adók egy következő kérdés⁹ kapcsán megfogalmazhatták annak tartalmát is. Ezeket az alábbi szempontok szerint csoportosítottuk:

9 ...próbáld megértetni velünk, hogy körülbelül mi is az?

4.2.1. Gondolati vezérfonal tartalma

K

Komplex szemléletű tervezés (több szempont együttes figyelembevétel: fejlesztésbe, fejlődésbe integrált designkommunikáció, funkció és a forma összhangja, önkifejezés, élet megszépítése, gondolatiság, egyediség, túlzások kerülése stb.)

P

Piacképes, az emberképek szükségleteihez kapcsolódó, önfenntartó tervezés: mit képes a termék adni funkcióban, érzelmekben, új ingerekben stb., illetve mire van szüksége a fogyasztónak, felhasználónak.

Ö

Önkifejező, az egyéni álmokat megvalósító, illetve stílust, hangvételt, képességeket, élvezeteket kibontakoztató, fejlesztő tervezés

E

Eredeti, újdonságra, eredetiségre, szokásostól eltérőre irányuló kreatív tervezés

I

Inspirációra (ihlet, sugallat) hagyatkozó tervezés

L

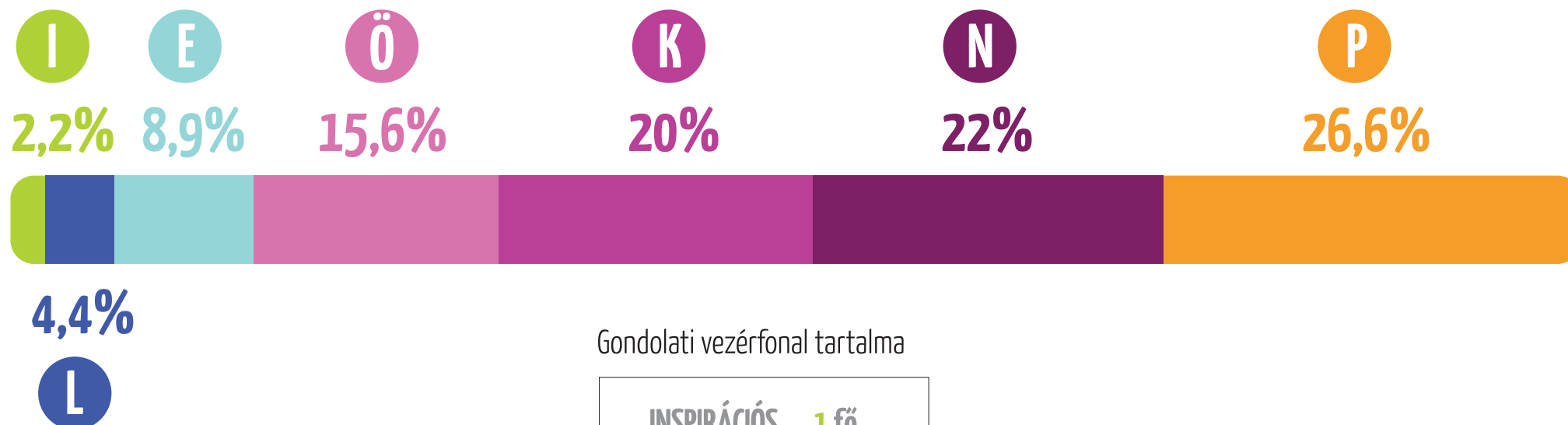
Logikus, problémamegoldó tervezés

N

Nincs, azaz még nem alakult ki olyan gondolati vezérfonal, fogódzó, amely értelmet ad a tervezői magatartásnak, amihez többé-kevésbé ragaszkodni akar

4.2.1. Gondolati vezérfonal tartalma

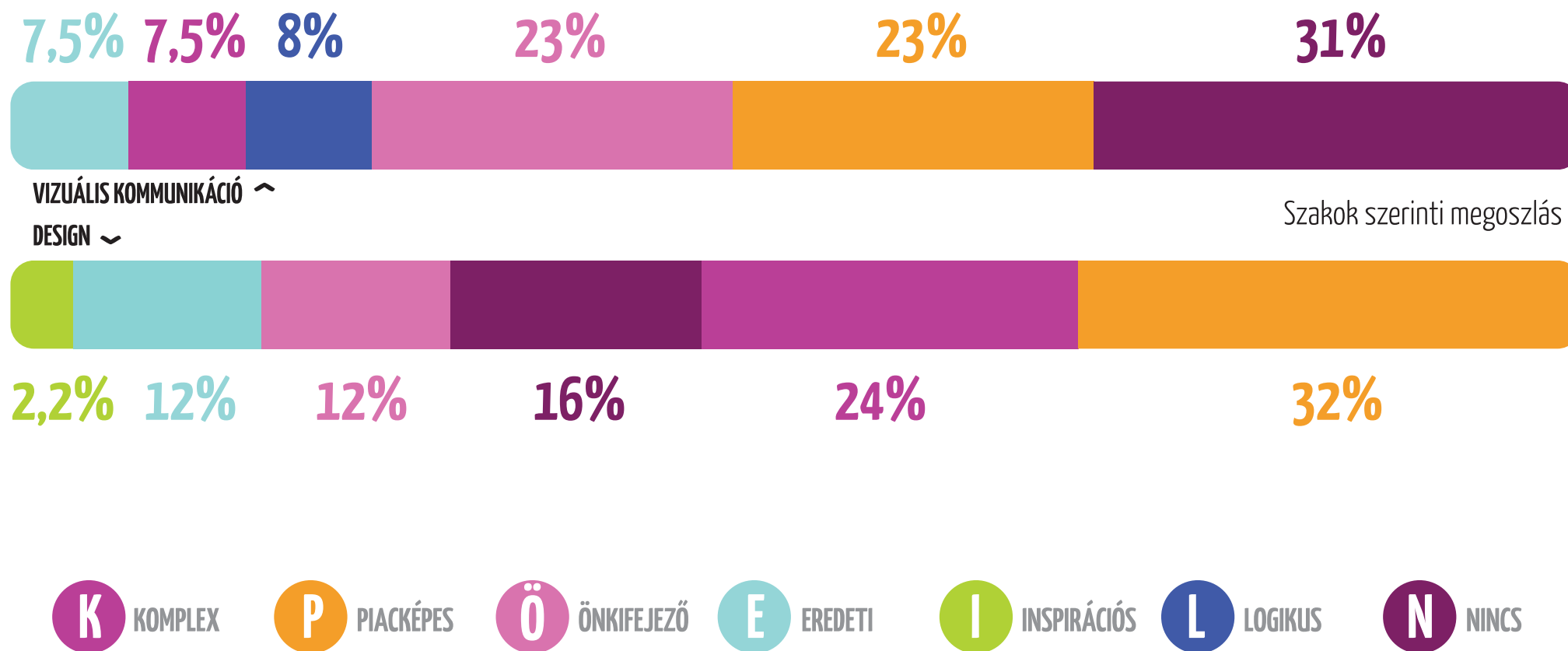
Megállapítható, hogy a hallgatók többsége az emberképek szükségleteihez kapcsolódó, piacképes és a komplex szemléletű tervezést tekinti maguk számára leginkább irányadónak.



Gondolati vezérfonal tartalma

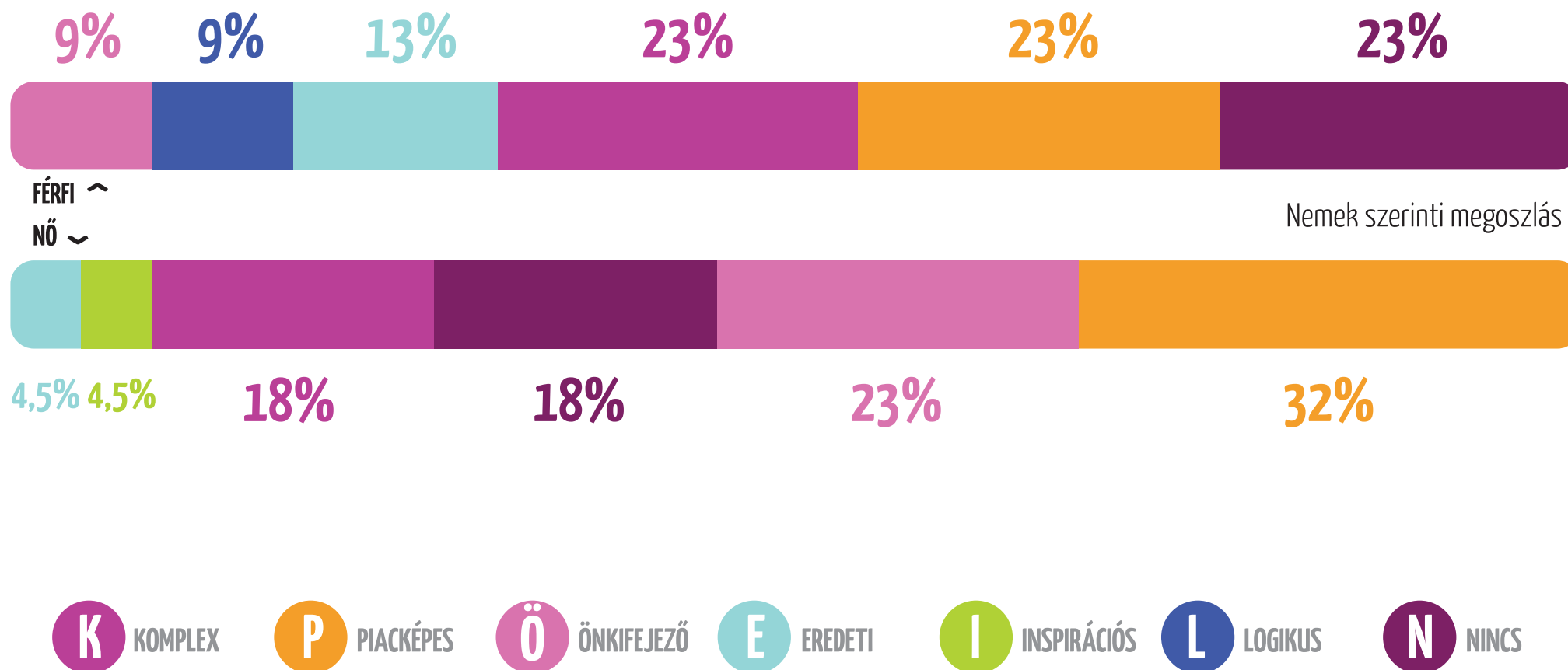
INSPIRÁCIÓS	1 fő
LOGIKUS	2 fő
EREDETI	4 fő
ÖNKIFEJEZŐ	7 fő
KOMPLEX	9 fő
NINCS	10 fő
PIACKÉPES	12 fő

4.2.1. Gondolati vezérfonal tartalma



Megállapítható, hogy a komplex szemléletű tervezést jelentősen több Design szakos hallgató tekinti a maga számára irányadónak.

4.2.1. Gondolati vezérfonal tartalma



A hallgatók, többségében a „nem” választ adók szintén egy kérdésre¹⁰ válaszolva észrevételeket is fogalmaztak meg a hitvallás fontosságával és annak kialakulásához szükséges egyetemi segítségnyújtással kapcsolatban. Néhány ezek közül:

10 ...törekedsz-e arra, hogy legyen és kitől vársz/várhatsz, kapsz/kaphatsz ehhez leginkább segítséget?

4.2.2. Gondolati vezérfonal – észrevételek

” Az egyetemről olyan segítséget várok, hogy lehetőséget adjon ahhoz, hogy felismerhessem a korlátaimat, és biztosítson számomra olyan eszközöket és technikákat, amivel tesztelhetem, mire vagyok vagy nem vagyok képes...

” Az egyetem nem nagyon segít ilyenkor, azt már tudom.

” Az útmutatás, tanári segítség fontos, mert új szemszögből világíthat meg egy témát, amire a tapasztalatlanság miatt nem gondolok.

” Nincs értelme hosszútávon “gondolati vezérfonal” nélkül tervezőként élni / dolgozni. Az egyetemi évek alatt (is) minden olyan információ, ami

inspiráló hatású, segít közelebb kerülni ahhoz, hogy kialakuljon egy tervező egyéni gondolkodásmódja. Olyan emberek / tanárok / tervezők tudnak segíteni a saját utunk megtalálásában, akik már megtalálták a magukét!

” Minden végzős hallgatónál rá kellene erre kérdezni!

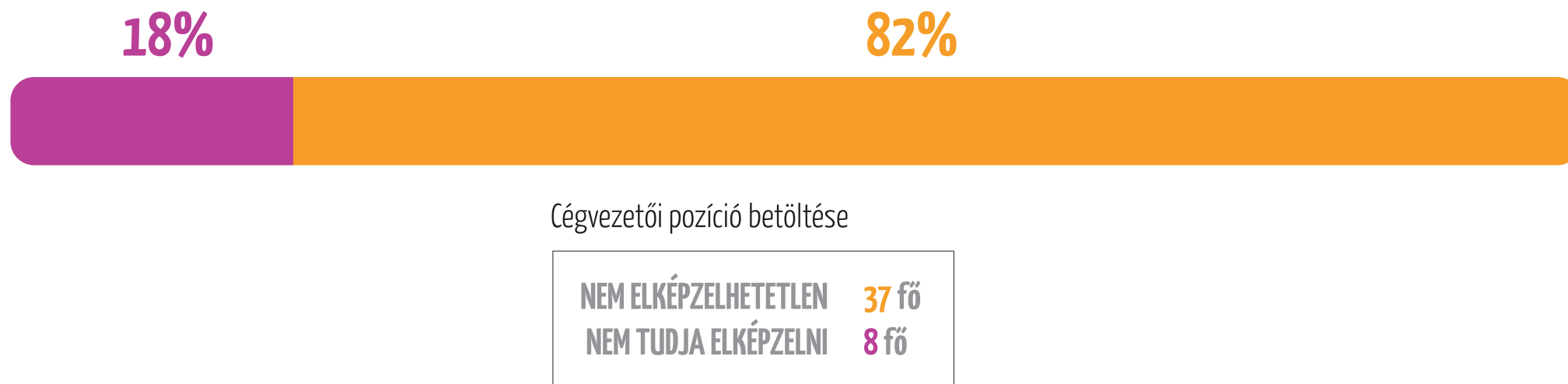
” Sok minden kipróbálásával, széleskörű tájékozódással, azaz a lehető legtöbb eszközzel, a lehető legtöbb dologban szerzett ismeretekkel lehet fejlődni valamerre.



4.3 El tudja-e a hallgató képzelni,

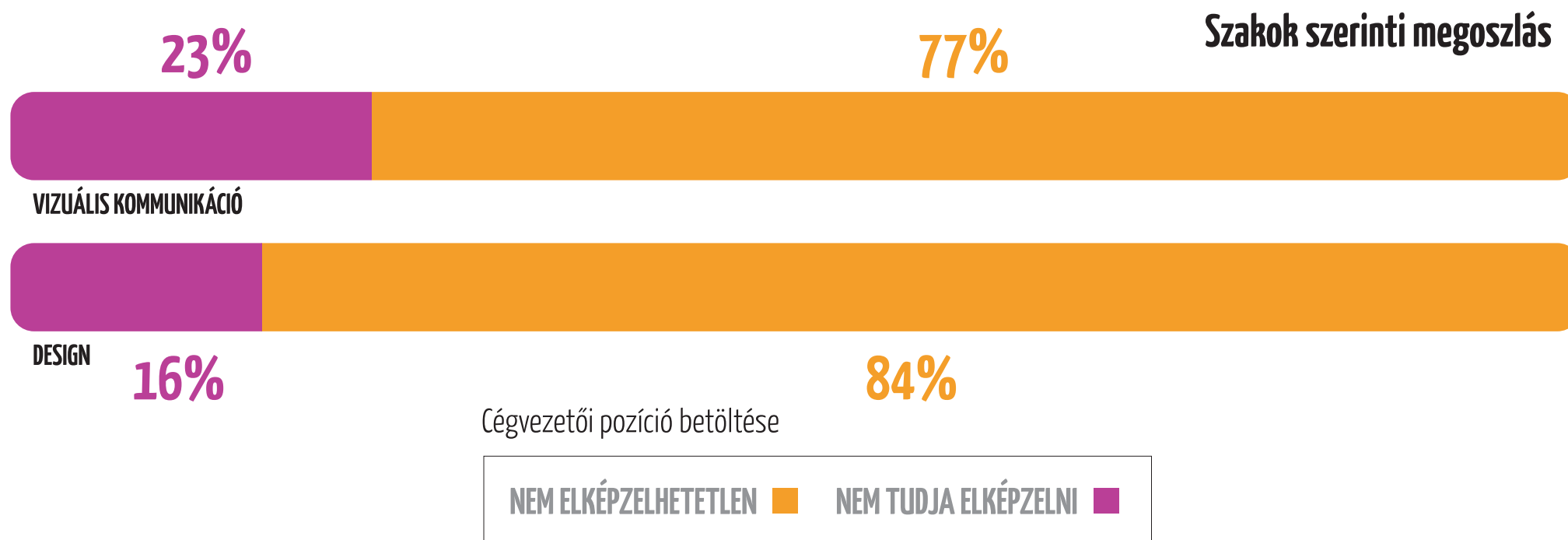


illetve érez-e magában annyit, hogy valamikor egy
cég vezetője legyen (10 éven belül)?

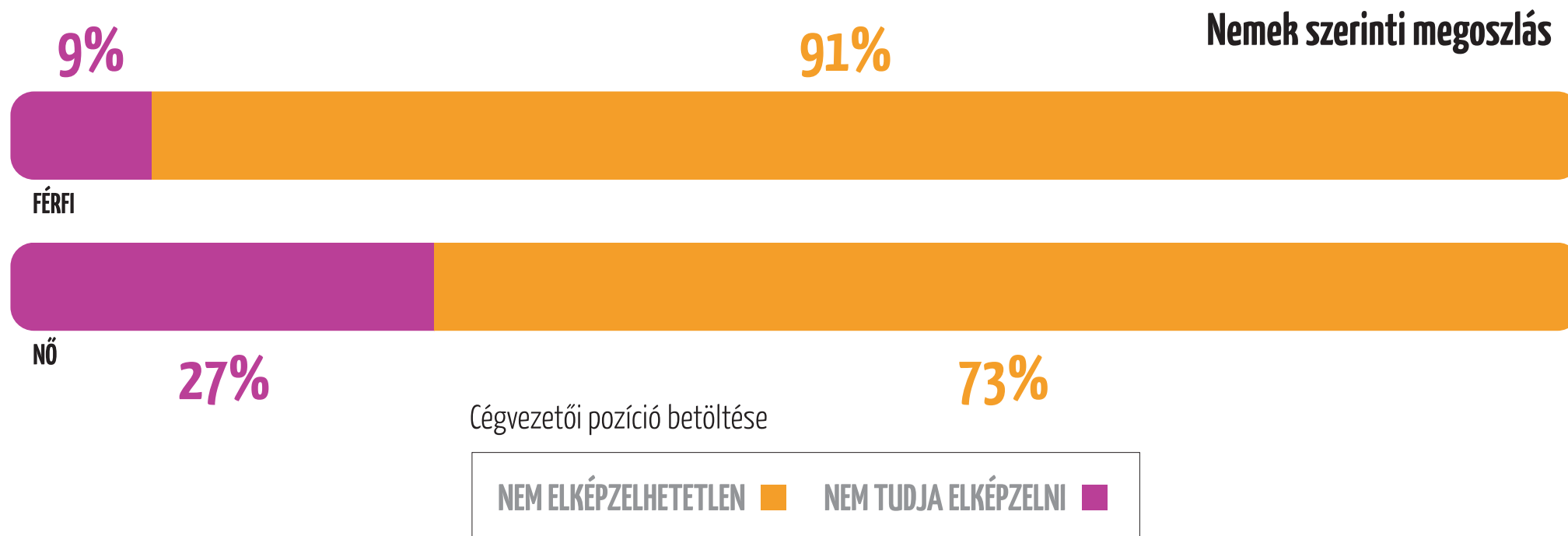


A válaszadók nagy többségének jövőképeben egy cégvezetői pozíció betöltése nem elképzelhetetlen

4.3 El tudja-e a hallgató képzelni, hogy valamikor egy cég vezetője legyen?



4.3 El tudja-e a hallgató képzelni, hogy valamikor egy cég vezetője legyen?



Megállapítható, hogy több férfi, mint női hallgató vizionálja a cégvezetővé válást.

A **Cég vezetőjeként** való dolgozás hivatkozási indokaira adott válaszokat csoportosítottuk a szerint, hogy az alábbi kompetencia kategóriák (lásd: A, B, C, D) közül melyikkel rendelkezik a hallgató dominánsan, illetve cégvezetőként saját elképzeléseinek megvalósításához melyiket kívánja jobban kibontakoztatni.

4.3.1 Cégvezetőként való dolgozás hivatkozási indokai



- A** **Vezetői-szervezési képességek** (vezetői ambíciók, szervezési-vezetési módszerek ismerete, gyakorlata; helyzetfelismerés, feladatvezérlés, iránymutatás, a munkatársak időbeosztása, fejlesztése, tudásszintetizálás)¹¹

- B** **Szakmai képességek** (kreativitás - ötletgazdagság, magas szintű, igényes szaktudás, problémamegoldó, karakterizáló képesség)

- C** **Vállalkozói készség** (üzleti tudatosság, anyagi, erkölcsi sikeresség egyéni igénye, saját cég, csapat, márka alapításának szándéka, tulajdon, önérvényesítő hatalom, munkáltatói szerep megszerzése, mások általi kihasználás meggátolása)

- D** **Személyiségvonások** (integráló, szintetizáló, döntéshozó, együttműködő, kitartó, optimista, elszánt, önismerettel bíró, higgadt, empátikus, irányító, küzdő, önfejű).

- E** **Nincs válasz (indok)**, vagy van, de nem akar cégvezető lenni.

¹¹ A zárójelben a hallgatóktól idézett indokokkal jellemeztük az egyes kompetencia kategóriák összetételét, tartalmát.

4.3.1 Cégvezetőként való dolgozás hivatkozási indokai

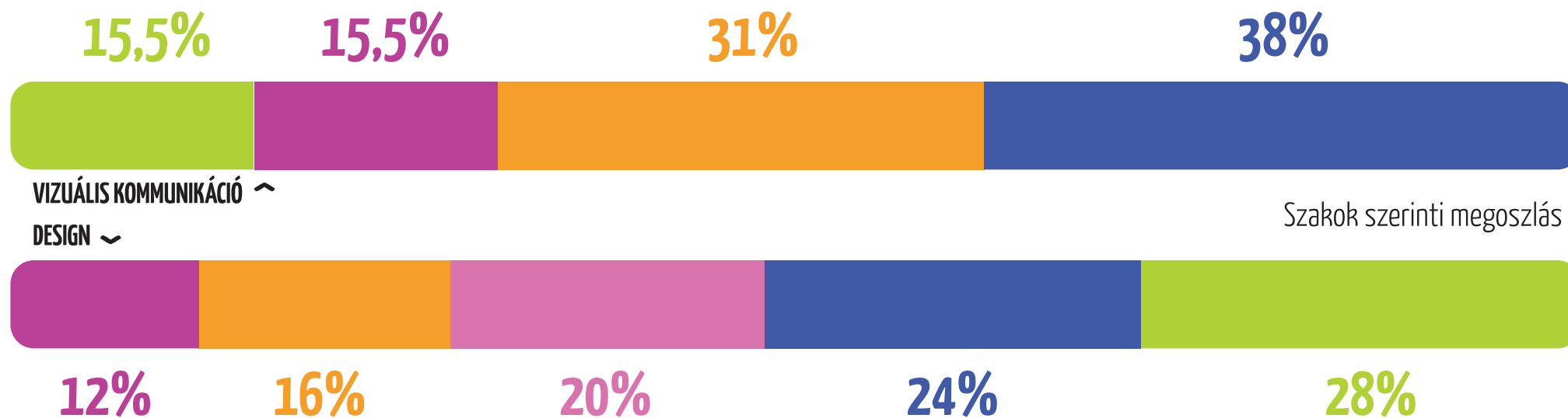


Cégvezetői alkalmasság indokai

SAKMAI KÉPESSÉGEK	6 fő
SZEMÉLYISÉGVONÁSOK	8 fő
NINCS VÁLASZ	9 fő
VEZETŐI-SZERVEZÉSI KÉPESSÉGEK	10 fő
VÁLLALKOZÓI KÉSZSÉG	12 fő

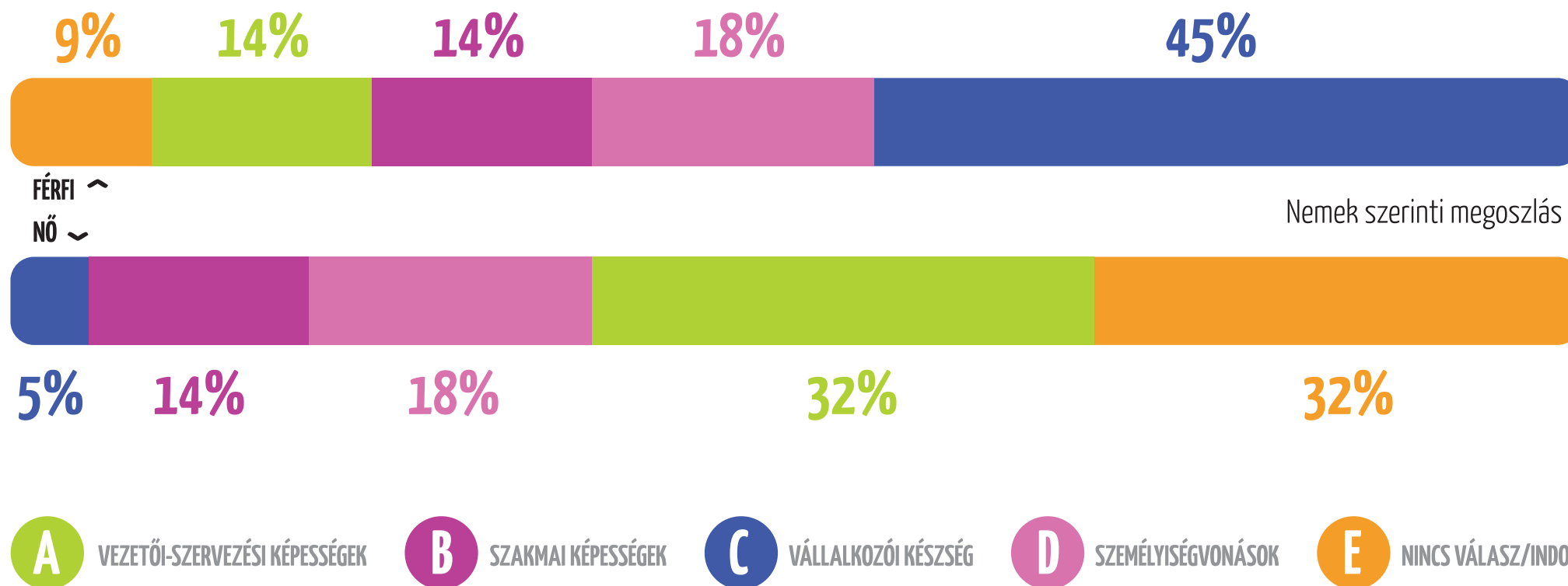
Megállapítható, hogy a négy vezetői kompetencia csoportból a hallgatók többsége vállalkozói készségükre és a vezetői-szervezési képességükre hivatkozva indokolják azt, hogy cégvezetőként kívánnak majd dolgozni.

4.3.1 Cégvezetőként való dolgozás hivatkozási indokai



- A** VEZETŐI-SZERVEZÉSI KÉPESSÉGEK **B** SZAKMAI KÉPESSÉGEK **C** VÁLLALKOZÓI KÉSZSÉG **D** SZEMÉLYISÉGVONÁSOK **E** NINCS VÁLASZ/INDOK

4.3.1 Cégvezetőként való dolgozás hivatkozási indokai

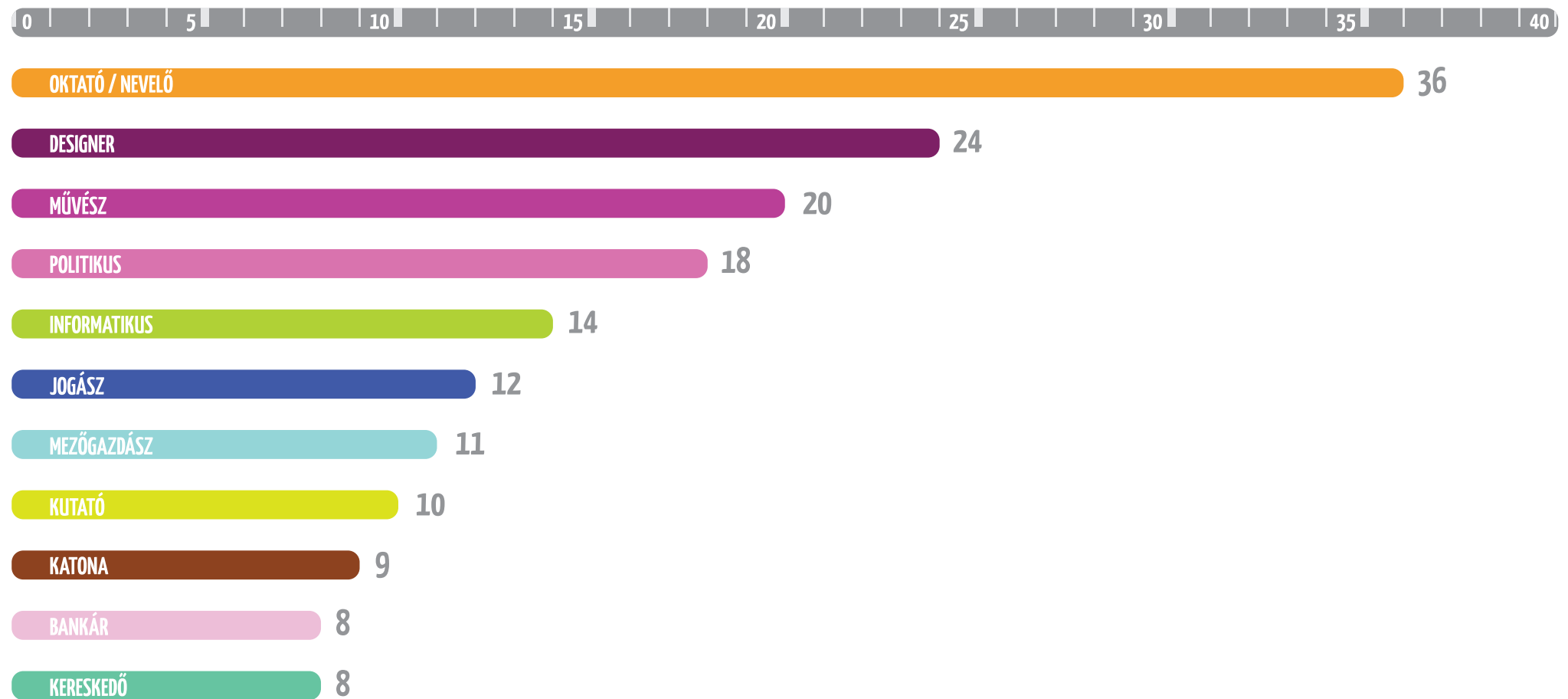


Megállapítható, hogy a legjelentősebb különbség a nemek között a cégvezetővé válás indoklásában van. Válaszaikban a női hallgatók a vállalkozói készségre szinte egyáltalában nem hivatkoznak. Ezzel ellentétben a férfi hallgatóknál erre hivatkoznak a legtöbben.

4.4. Foglalkozások, szakmák vizionálása



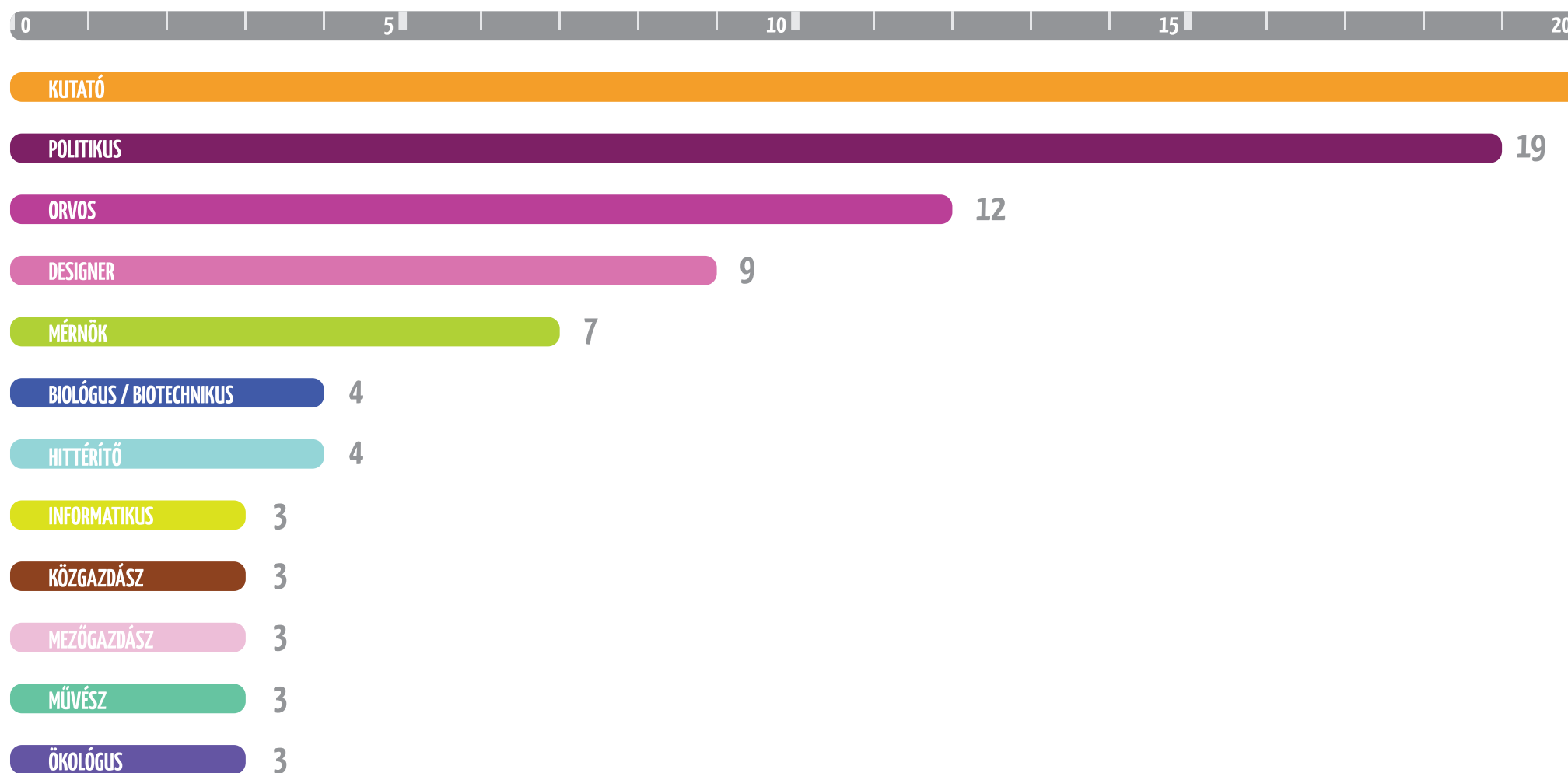
Top 5 -10 foglalkozás, szakma, hivatás, ami feltehetően a jövőben is létezni fog.



4.4.1. Foglalkozások, szakmák vizionálása

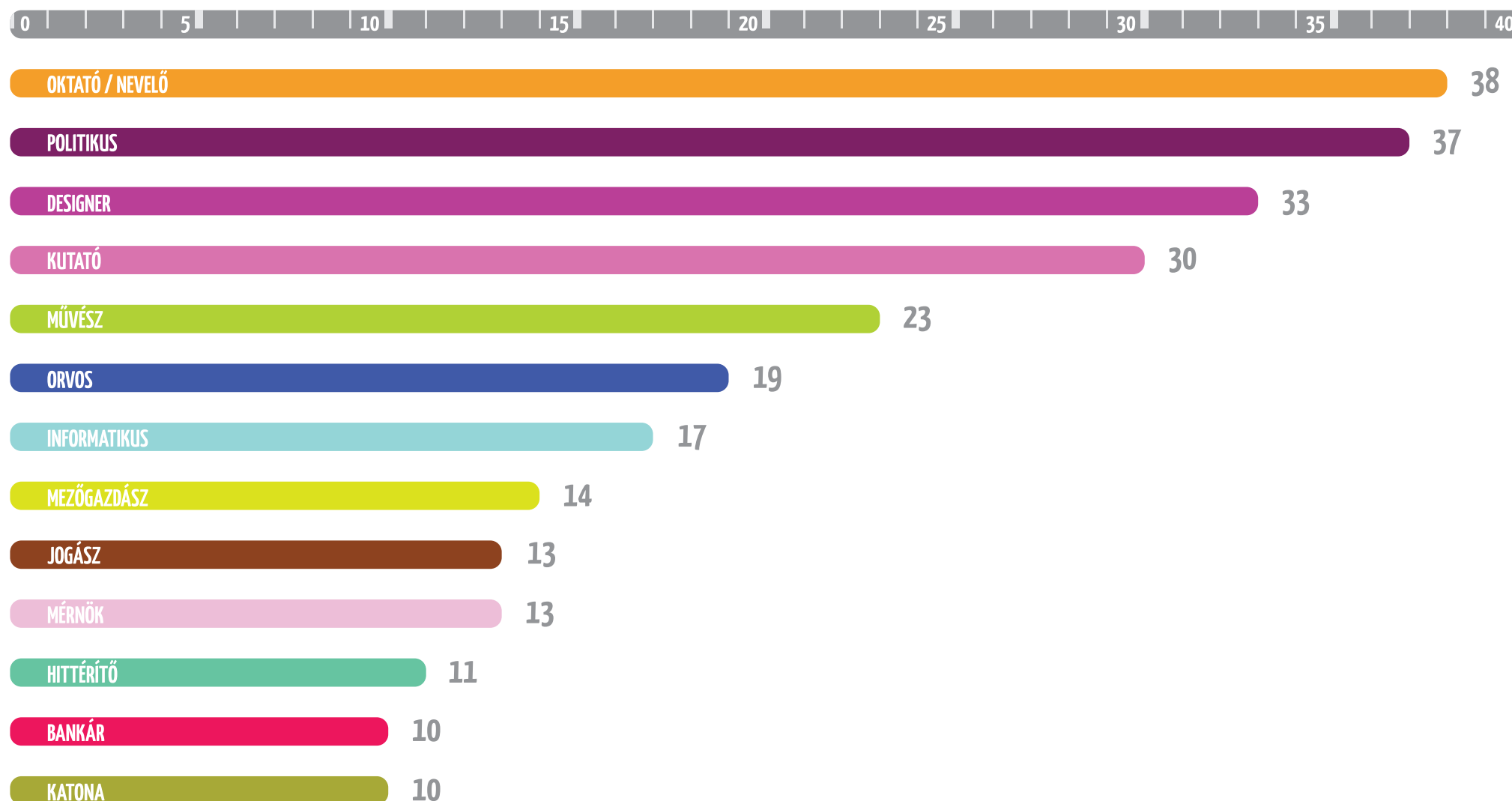
Top 3 foglalkozás, szakma, hivatás, ami az emberiség túlélését - fennmaradását - fejlődését leginkább befolyásolni fogja.

AZ **ELSŐ 10** LEGMAGASABBRA SOROLT FOGLALKOZÁS



4.4.2. Foglalkozások, szakmák vizionálása

A TOP 10 ÉS 3 ÖSSZEZÉSE ALAPJÁN A LEGGYAKRABBAN MEGJELÖLT FOGLALKOZÁSOK



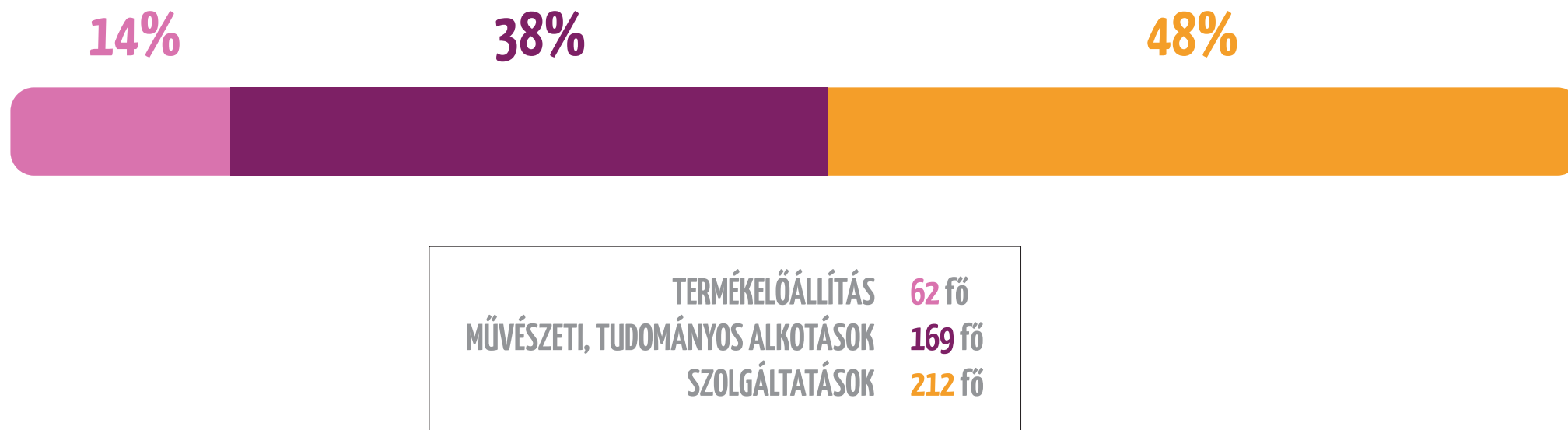
Az összes, hallgatók által megjelölt foglalkozást, azok várható hozadéakai szerint az alábbi három kategóriába soroltuk be:

- A** Termék előállítás (mezőgazdasági, anyag, energia, információs)

- B** Művészeti alkotások, tudományos eredmények, könyvek, zeneművek, stb.

- C** Az emberek között végzett szolgáltatások gyümölcsei

4.4.2. Foglalkozások, szakmák vizionálása



Megállapítható, hogy a hallgatók jövőképükben viszonylag nagy prioritást adnak az alkotó, tervező szellemi munkának és ezen belül saját hivatásuknak az emberiség fenntartható fejlődése, valamint az emberi teljesítmények fokozása szempontjából.

CSAK! kérdőív

Kérjük, hogy osszátok meg az egyes kérdésekre adandó válaszaitokat velünk, névvel, akár névtelenül is, mert szeretnénk a belőlük levonható következtetéseket az egyetemi művész/designer képzés érdekében közkincsé tenni, illetve megvitatni.

Minden alkotás, tervezői attitűd, vagy gazdasági nyelven szólva tárgy-/termék-/szolgáltatás-fejlesztés - akár akarod, akár nem - üzenetet tartalmaz magadról, és/vagy másokról. Ebből adódik, hogy saját, egyéni szakmai fejlődésed is tükröz valamilyen üzenetet magadról, amelyről neked, vagy másoknak vagy van tudomása, vagy nincs.

1. Szerinted mi a művészet / design?

T

2. Kialakult-e már Benned, valamilyen gondolati vezérfonal, amely meghatározza, értelmet ad tervezői magatartásodnak, cselekedeteidnek, amihez többé-kevésbé ragaszkodni akarsz, ami fogódzót jelent Neked, amitől nem szívesen válnál meg?

- ☐ IGEN
- ☐ NEM

Ha igen, akkor próbáld megértetni velünk, hogy körülbelül mi is az? Ha nem, akkor törekszel-e arra, hogy legyen és kitől vársz/várhatsz, kapsz/kaphatsz ehhez leginkább segítséget??

T

3. El tudod magad képzelni, illetve érzel e magadban annyit, hogy valamikor egy cég vezetője légy (10 éven belül)?

- ☐ IGEN
- ☐ NEM

Ha igen, miért? Ha nem, miért?

T

4. Sorold fel azt a Top 5-10 foglalkozást, szakmát, hivatást, ami feltehetően a jövőben is létezni fog.

top 1 - 10

T

Részletezheted ha szeretnéd

5. Melyik az a 3 foglalkozás, szakma, hivatás, ami az emberiség túlélését - fennmaradását - fejlődését leginkább befolyásolni fogja.

1

2

3

Részletezheted ha szeretnéd

Köszönjük!

Akik nevüket is megadják, azokat személyesen is megkeresnénk, hogy megoszthassuk velük - műhelyviták keretében - töprengéseinket.

Évfolyam

Szak

Nem

- ☐ NŐ
- ☐ FÉRFI

Név (opcionális)

BUDAPEST, 2010 / MOME