

Soproni Egyetem

Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar

Forró italok tárgyai

Témavezető:

Polyák János

Egyetemi docens

Konzulens:

Dr. Máthé Katalin Phd

Egyetemi docens

Készítette:

Kalamár Laura

Formatervező szak

Sopron

2019.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	3
1.1. Témaválasztás érvénye, saját gondolatok	3
2. Bevezető rész	4
2.1. Előzmények, szakirodalom példa.....	4
2.2. Tea kultúra, kulturális hivatkozások.....	6
2.3. Életmód és funkcióelemzés.....	7
2.4. Összehasonlítás (forró italok).....	8
2.5. Porcelán eredete, európai térhódítása, a magyar porcelángyártás kezdete.....	9
2.5.1. Nevezetes magyar porcelánkészítő műhely, a herendi, a hollóházi porcelán karakterei.....	10
3. Tervezés folyamata	13
3.1. Anyag bemutatása.....	13
3.2. Ergonómia.....	16
3.3. Design és Craft szemlélete.....	19
3.4. Design szerepe a fogyasztói társadalomban	21
4. Készítési folyamat	23
4.1. Modellezés és Prototípus.....	23
4.2. Prototípus tesztelése.....	24
5. Termékcsalád	24
6. Termék bemutatása	28
6.1. 3D termék bemutatás.....	37
7. Célcsoport, felhasználók köre	38
8. Összefoglalás: Tervcél és eredmény	43
9. Köszönetnyilvánítás	45
10. Kép és rajzjegyzék	46
11. Irodalomjegyzék	50

1. Bevezetés

1.1. Témaválasztás érvénye, saját gondolatok

„...Lehet, hogy a rossz dolgokat ajándékba kaptuk, hogy segítsenek felnőni: A problémákat azért kaptuk, hogy megoldjuk, a leckéket, hogy megtanuljuk, a dolgokat, hogy megváltoztassuk,” (B. Hoff, 1982)

A tartalmas szakmai képzés és gyakorlatok során eldőlt bennem, hogy mi is lesz a diplomamunkám tárgya. A design a problémamegoldás és a háttérben a designer a problémamegoldó ember. A funkció és a probléma mellett az érzelmek és így az emocionális ”design” segít a művészi talentumok előtérbe hozásában is. A feladatban a személyes és egyedi tárgy és a funkció viszonya érdekel és kap figyelmet. Rengeteg anyaggal ismerkedtem meg az évek során, de hozzám legközelebb az agyag megformálása és a porcelán formába öntése állt. Megfogott az agyag formázásával járó spontaneitás, hogy minden mozdulat egy új lehetőséget hordoz magában. A formatervező képzést lezáró munkadarabom terve is így született, egy szakmai gyakorlati héten. Amikor is egy teljesen más feladaton dolgoztam. Az agyagot készítettem elő és hirtelen megláttam gondolati szinten azt a stílusformát, mely először egy kávékészlet elkészítésére ösztökélt, majd tovább gondolva ezen irányt egyedi termékem, „gyermekem” megalkotásához vezetett. Szakdolgozatomban szeretném bemutatni diplomamunkámat, a forró italok tárgyain belül teás szettetmet, a tervezés folyamatától a megvalósításig. Továbbiakban témakörként jelen lesz dolgozatomban a teázási kultúrák és szokások, porcelán készítés folyamata magyar vonatkozásban is.

2. Bevezető rész

2.1. Előzmények, szakirodalom példa

Teljesen meglepett, amikor kutató munkában kezdtem a szakirodalomi háttér tekintetében, hogy az általam oly egyszerűnek vélt teázási szokás, mely a mindennapjaink része, mekkora figyelmet kapott egyetemi szinten is. Örömmel találtam rá a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Piacgazdasági és Marketing Tanszék által elkészített kutató munkára, melyben a tea, mint funkcionális élelmiszer kerül megvilágításba.

A tea legendái...

A tea megszületésére több legenda is napvilágra került. Az első történet szerint i.e. 2737-ben Shen Nung kínai császár egészségügyi okokból elrendelte birodalmában a víz felforralását fogyasztás előtt. A császár kertjében egy hatalmas üstben forralták a fogyasztásra szánt vizet, amikor egy szellő fuvallat hatására egy vadon termő teacserje (*Camellia*) levelei behulltak a forralt vízbe. A császárt elragadtatta a kellemes illat és ízvilág és meglepve tapasztalta, hogy felfrissült az italtól. A legenda szerint így fedezték fel a teacserjét és a tea készítés módját.



1. sz.ábra: Shen Nung kínai császár képi ábrázolása

Egy japán monda szerint viszont Bodhidharma, a hívő Buddha-követő, a zen buddhizmus megalapítója, büntetve magát, amiért egyszer meditáció alatt elaludt, levágta szemhéját és eldobta. A legenda szerint a földre hullott szemhéjából kisarjadtak az első teacserjék.

„A szent külsejét valószínűleg csak a történetek alapján rekonstruálták, fekete szakállas, zord arcú, szúrós szemű, fehér leples férfiúként; tény, hogy így ábrázolják Kínában is, Japánban is. Szúrós szeme olykor cserbenhagyta: elmélkedés közben elszunyókált. Azóta isszák a csan (zen) szerzetesek a teát, hogy megbirkózzanak az elmélkedést zavaró álmosággal. (Miklós,1978)”



2. sz.ábra: Bodhidharma képi ábrázolása

Történelmi visszatekintő, a tea múltja...

A tea ital elsőként az ázsiai kontinensen Kínát hódította meg, ahol háromezer évig őrizték titkát. Európába meglehetősen késéssel, a 17. században jutott el (Brochard, 2003; Benda, 2003), s népszerűvé válását elsősorban az angol fogyasztóknak köszönhetette. Mind a mai napig fontos szimbólumot képvisel az európai kontinensen, a (17 órás) teázás kihagyhatatlan az angolok számára. A tea múltjában egy fontos történelmi esemény is fellelhető, az amerikai függetlenségi háború, melyet az angol teakereskedelem monopóliuma robbantott ki. Hazánkban meglehetősen késéssel érkezett meg a kelet titka, az első említés 1701-ből származik, mint herbatea. Magyarországon a tea fogyasztása nem volt megengedhető mindenki számára, mivel luxuscikknek számított. A teázás leginkább a párizsi divatot követő nők körében volt népszerű a délutáni társas összejöveteleiken. Kezdetben először csak fűszerüzletekben és drogériákban árusították a tea különlegességeket, a későbbiekben, porcelánüzletekben és bazároknak is elérhető volt a lakosság számára.

A tea jelene...

A köztudatban is ismert a napi folyadékmennyiség bevitelének fontossága, a médiában, internetes közösségi platformokon is felhívják a figyelmet arra, hogy mennyi a napi ajánlott

fogyasztás. A tea pozitív tulajdonsága az általános hidratációra vonatkozóan kutatási tények alapján bizonyított. A tea nem csak szomjoltó finom italként tölt be fontos szerepet, hanem vitalizál, koffein tartalma révén élénkítő hatással van a szervezetre. A régmúlthoz visszanyúlva a teát már a szerzetesek is alkalmazták, hisz a hosszú meditációkhoz áloműző szerként fogyasztották, mivel frissítő hatással is bírt, szertartássá emelték a teázást.

2.2. Tea kultúra, kulturális hivatkozások

A tea akárcsak egy műalkotás, avatott kéz által idézhető elő a legbecesebb tulajdonsága. Nincs recept a tökéletes tea elkészítésére, minden egyes főzetnek, mint minden egyes embernek más és más tulajdonságai vannak, más ízlésvilággal. A tea fejlődéstörténetét három fő szakaszra osztjuk: a főzött teára, a habart teára, és a forrázott teára. Minden kornak megvolt a maga teázási kultúrája. A Dél-Kínában őshonos teacserjét manapság már tizennyolc országban is termesztik, a forró égöveken Ázsiától, Afrikán át Dél – Amerikáig. A teacserje formáját tekintve leginkább egy rózsabokorhoz hasonlítható, a sötétzöld színű fiatal leveleket szőr borítja, csak később válnak sima felületűvé. A tealevél formája lándzsa vagy tojásdad alakú, hossza 8 – 10 cm, szélessége 2,5 cm, finoman fűrészelt levélszélekkel. A teaszedés folyamán kizárólag a fiatal tealeveleket használják fel, a növény folyamatos fejlődésének köszönhetően a szedés 5-15 naponként megismételhető.

A tea már évezredek óta ismert a kínai botanika és orvostudomány terén. Számos írás számol be és nevezi meg a tea kedvező hatásait, mint például a fáradtság enyhítése, motivációs képesség növelése és a látás javítása. A gyógyászatban külsőleg is alkalmazták kenőcs formájában, reumás bántalmak kezelésére. A teát úgy tartották, hogy az életelixír fontos összetevője. Manapság kiemelt szerepet kap az élvezeti érték mellett az egészségvédő funkció: egyre többen hajlandóak nagyobb költségbe fektetni az egészségük érdekében, és előnyt élveznek a természetes alapanyagokból, valódi gyümölcsből készült termékek. A tea mára az egészséges életmód, a méregtelenítés, a folyadékpótlás lényeges eszközévé nőtte ki magát.

2.3. Életmód és funkcióelemzés

Személyes tapasztalásaim a tea fogyasztás tekintetében igencsak szegényesek, mert a közelmúltban (mintegy,-két éve) kezdtem csak el terápiás jelleggel teát inni. Egészen ezidáig kizárólag csak vízfogyasztó voltam, valamiért nem nyert tetszést az ízlelőszervrendszeremben. Csak egy betegség kapcsán édesanyám unszólása révén vettem rá magam, hogy megigyak egy csészével, majd egy egész kancsónyi mennyiséget is elfogyasztottam. A kancsó forró teaital (1,7 l) egy kompozíció volt, több együtthatóval, mint csalán, zöld, - csipkebogyó tea keveréke négy evőkanál méz és megegyező arányú citromlé felhasználásával. Ezen alkalommal nagyon kellemesen csalódtam, a tea élénkítő, gyógyító hatást eredményezett. Figyelembe kell venni a tudományos ajánlásokat, hiszen a jóból is megárt a sok! Nem szabad megfedkezni, hogy a tea is tartalmaz koffeint, érdemes ügyelni a bevitt mennyiségre, mert különben alvásproblémákkal szembesülhetünk. Már bánom, hogy nem előbb lett életem része, mivel tudom, hogy milyen jótékony hatással bír egész lényemre...

A teákat a feldolgozás módja szerint lehet kategorizálni, annak függvényében, hogy erjesztett vagy félig erjesztett, illetve nem erjesztett eljárás során készülnek. Megkülönböztetünk fekete, oolong, valamint zöld teákat. A zöld tea mellett szól, hogy a létrehozása során az aktív hatóanyag-tartalma nem változik, mivel nem erjesztik, ezért a szervezetre gyakorolt hatása erőteljesebb, mint a fekete teaé. A fekete tea koffein tartalma miatt, élénkítő és tisztító hatást fejt ki a szívre és a vizeletkiválasztó rendszerre. A tea egészségre gyakorolt hatását hazai és számtalan nemzetközi kutatás igazolja. A tea őshazájában Kínában folytak elemzések a tea fogyasztás preventív hatásáról a rákmegbetegedésekkel szemben. Egy humán vizsgálat során a zöld tea rendszeres fogyasztásának hatását elemezték. A kísérlet alanyainál a rendszeres fogyasztás 30%-kal csökkentette a gyomorrák kifejlődésének kockázatát. 1998-ban japán kutatók megfigyelték, hogy a rendszeres zöldtea-fogyasztás csökkentette a mellrák fejlődését, terjedését. Amerikai kutatók a clevelandi egyetemen a zöld tea bőrvédő hatását figyelték meg. A teából kenőcsöt állítottak elő és olyan bőrfelületen alkalmazták, mely gyakran, erős napsugárzásnak volt kitéve. A használat során jelentős mértékben csökkent az ultraibolya-sugárzás okozta leégések mértéke és az ebből kialakuló bőrrák előfordulása. A tea bizonyítottan egészségvédő funkcióval bír, emellett kellemes szomjúságotló folyadék.

2.4. Összehasonlítás (forró italok)

A forró italok, mint a tea, kávé, forrócsoki, kakaó mindennapi életünk szerves részét képezik, amennyiben fogyasztói vagyunk a termékeknek. Az ébredéskor, délutáni sziesztázáskor szinte elengedhetetlen ezen italok egyikének elfogyasztása, melyek jótékony hatása révén erőt meríthetünk a nap hátralevő részéhez. A tea, illetve a kávéfogyasztás közösségi élményt is nyújt, amikor egy baráttal beülünk egy cukrászdába vagy kávézóba. Egy forró tea mellett kiönthetjük szívünket, bánatunkat. Felmelegít minket hideg téli napokon, hűsít bennünket forró nyári napokon.

A tea a kávéhoz hasonlóan, természetes koffeint tartalmaz. Ez okozza a központi idegrendszerre kifejtett enyhe stimuláló hatást és ennek köszönhető a közismerten frissítő, élénkítő hatás., A koffein a teában átlagosan 2,5-5,5%-ban fordul elő szárazanyagra számítva. Egy csésze elkészített feketetea koffeintartalma csak 30 –40%-a egy hasonló adag kávénak. Egy átlagos csésze tea feleannyi koffeint sem tartalmaz, mint egy átlagos csésze kávé. A teában található koffeint, teinnek is nevezik.

A koffein egyes származékai – a teofillin és teobromin – is előfordulnak kisebb mennyiségben, a teában. A teobromin és a teofillin az agy véredényeit kitérítve megszüntetik a fejfájást (egy csésze erős teában annyi koffein van, mint egy fejfájás elleni tablettában (0,05g). Hat órán át serkentik a véredényeket, az agy és a légzőszervek működését. A koffein javítja a szellemi tevékenységet, növeli az izmok munkaképességét, csökkenti a fáradtságérzetet és az álmoságot. A teában levő koffein lassan és tartósan fejti ki hatását a kávé gyors, robbanékony effektusával szemben (Draveczy, 1985).” A fogyasztás során fontos a mérsékletesség, hiszen, ha nem vigyázunk könnyen a termékek függőivé válhatunk., A koffein mennyiségét figyelembe véve napi 3-4 csésze tea még biztonságosan (káros következmények nélkül) elfogyasztható (Young-in Kim, 2002; Davies, 2003).”

A tea és kávé elkészítése önmagában nézve is művészet. A teaházakban számtalan teaféleségből válogathatunk, a hagyományos fekete teáktól a japán és kínai teakülönlegességekig. A kávé világa, a „latte art”, a „tejhab művészete” a szakavatott baristák szemet gyönyörködtető designja, amikor a selymes és bársonyos tejhabból és a kávé felszínén megjelenő aranybarna krémréteg kombinálásával mintázatot és formákat alakítanak ki.

A variációk száma végtelen, csak a képzelőerőn és a kreativitáson múlik. Manapság már többféle kávékülönlegességből választhat a fogyasztó az „espressótól” a „latte macchiatoig”.



3. sz. ábra: Kávé mintázatok

2.5. Porcelán eredete, európai térhódítása, a magyar porcelángyártás kezdete

A porcelán eredete Kínából körülbelül a VII. századból származik, az élőhelye gazdag a porcelán legfontosabb alapanyagaiból, a kaolinból és a földpátból. Jingdezhenben, kialakult a porcelánkészítő központ, ahonnan a Selyemúton keresztül szállították a porcelánt a világ más részeire. Európába legelőször Marco Polo által jutott el a porcelán. A XVI. században kezdődött el az exportálás az európai kontinensre, amikor Makaón megalakult a kereskedelmi központ. Azonban az európai emberek ízlésvilágának a Holland Kelet-indiai Társaság termékei feleltek meg és érték el a legnagyobb hatást.

Magyarországon csak a XVIII. század végén és a XIX. század elején kezdődött el a porcelángyártás utáni érdeklődés. A politikai helyzet megnehezítette a magyar nép számára, hogy kilépjen az éléskamra szerepéből az Osztrák-Magyar Monarchia idején, mivel a Bécsi Keményporcelán Manufaktúra védelme érdekében gyáralapítást tiltó rendeletet hozott létre a birodalom vezetése. Továbbá problémát okozott a Magyarországon nem fellelhető kaolin és földpát beszerzése. Ez időtájt fajánszárakkal díszítették az asztalokat, a külföldről behozott porcelán étkészletek és dísztárgyak használatát a főnemesi családok engedhették meg maguknak.

2.5.1. Nevezetes magyar porcelánkészítő műhely, a herendi porcelán karakterei

Magyarország XIX. század húszas éveiben polgári indítványozásra a fejlesztő célú intézkedések által megalapult Herenden az ország második porcelángyára.

A herendi porcelánmanufaktúra története 193 évet ölel fel, a közel 200 év történéseit a dolgozatomban teljességgel ismertetni kivitelezhetetlen, hiszen Herend múltja, jelene, jövője a magyarság öröksége. Az alapítóatyák munkásságát szeretném kiemelten bemutatni, mivel ők általuk vált a herendi porcelán világhírűvé.

Stingl Vince vezetésével 1825-ben a herendi Miklós-kúriában kezdetét vette a kőedényüzem elindítása. A kőedényhez szükséges alapanyagok könnyen beszerezhetőek voltak Herend közelében. A kőedénygyártás mellett Stingl folyamatosan porcelán mázkísérleteket folytatott annak érdekében, hogy minél minőségibb porcelán kerüljön előállításra, ez azonban óriási pénzüsszegekbe kerültek. A tökéletes porcelán előállítása miatt növekedtek az anyagi kiadások, aminek következtében kilátástalan helyzetbe sodorta magát, ezért kényszerült arra a döntésre, hogy eladja a gyárat a tőkeerős Fischer Mórnak.

Fischer Mór a csehországi Zettlitzről származó kaolinnal folytatta kísérletét, mindeközben dolgozott az üzem bővítésén, korszerűsítésén, ami manufaktúrává nőtte ki magát. Így elkezdődött egy új korszak Herenden... Az eleinte vonalas, virágmintás termékek közkedvelté váltak, bevételt hoztak a gyárnak. Fischer igyekezett minél tökéletesebb termékeket bemutatni, melynek eredményeként megkapta a manufaktúra a „császári, királyi kiváltságos porcelángyár” címet, Magyarország címerének használati jogával egyaránt. A Fischer korszakban a herendi porcelánt 1851-ben Londonban a Világkiállításon aranyéremmel, majd 1855-ben a párizsi Világkiállításon első osztályú éremmel díjazták.

A herendi stílus kialakulása Fischer nevéhez fűződik. A birtokos teljesítménye felülmúlhatatlan volt, hiszen egy elmaradott iparszemléletű országban, ahol a porcelángyártáshoz szükséges alapanyagok is távol estek, nagyrészt szakképzetlen munkaerő bevonásával elérte azt a célt, hogy az ideál manufaktúrák minőségéhez hasonlítsa magát. Kiemelném, hogy a Fischer-korszak a historizmus időszakára esett, ahol a neo-stílus közkedvelt irányzatának megfelelően időszerűek, a divathoz illőek, keresettek voltak a porcelánjai. Fischer a régi formákat, mintákat átdolgozva, új elemekkel bővítve megalkotta a herendi stílust.

A herendi porcelánok választéka szinte kimeríthetetlen. Mindenki megtalálhatja az ízlésének megfelelően díszített készleteket és az otthonát hangulatossá varázsló dísztárgyakat. Továbbiakban kiemelnék két fontos mintát is, melyek történelmi háttérrel rendelkeznek.

Fischer Mór ahhoz, hogy tovább tudja fejleszteni gyárát, kölcsönt vett fel a Rothschild bankháztól, ennek biztosítását a pápai gróf Esterházy Károly vállalta. Herend mai napig őrzi a két nevet dekorjain.

Rothschild-minta

A barna és a zöld színárnyalataival gazdagon megfestett 12 fő motívum alkotó eleme a stilizált faág, s a rajta ülő énekesmadárpár, a további ún. szórt motívumok rovarokat szemléltetnek. A minta elengedhetetlen eleme az aranylánc, ami a faágra tekeredett. A Rothschild-minta története „Rothschild bárónő elvesztette arany nyakékét, melyet aztán egy nap a kertjében sétálva, egy faágon talált meg, énekes madarak között...” (Kőhegyi, 2003) herendi színhagyományként él napjainkban, s a dekor mindmáig megőrizte népszerűségét.



4. sz.ábra: Rothschild-minta

Esterházy-minta

Színezésében mérsékelt, kinaizáló minták közé tartozik. rozsdabarna. Dominanciáját fehér sás és kínai írásjelek díszítik. Készítési folyamatánál a rozsdabarna festékekkel befedik a tárgyat,

majd égetés előtt visszatörlik, megjelenítik az elérni kívánt motívumot, mely a valódi porcelán fehér színében mutatkozik meg.



5. sz.ábra: Esterházy –minta

2.5.1. Nevezetes magyar porcelánkészítő műhely, a hollóházi porcelán karakterei

Továbbiakban ismertetésre kerül a számomra kedvelt stílusjegyeket hordozó magyar vonatkozású Hollóházi porcelánműhely.

Magyarország legnagyobb múltú porcelánipara a Hollóházi Porcelán nevet viseli. Már 242 éve folyamatos munkálatok zajlanak. Az eleinte üvegyártással foglalkozó ipar poharakat, üvegedényeket, palackokat készített. A XIX. század elején fellendült az üvegyipar, ám a hollóházi huta számára a nyersanyagok lelőhelye és a fő közlekedési útvonalak távol estek, ennek következtében 1781-től az üveghuta átalakult kőedénygyárrá. A hollóházi kőedénygyár történetében Istványi Ferenc által fellendülés következett, s a század végére a manufaktúrából gyártelepet fejlesztett.

A termékek igazi népművészeti alkotások, díszműáruk, figurák voltak. A csőd ellenére, újból lábra álltak és porcelángyártásba fogtak. Újabb nagy változás következett, amikor Szakmáry Károly vette át a gyár vezetését. A régi gépeket, kemencéket felújította, s kezdetét vette újra az ipari porcelángyártásnak. Az államosítás után használati porcelánt, edényeket, dísz tárgyakat állítottak elő. 1972-ben rekonstrukciót folytán európai szintű, korszerű gyárrá alakult. Mind a mai napig világszerte exportálják porcelánjaikat.

A hollóházi porcelánok stílusjegyeinek felelevenítésére a témaválasztásnak megfelelően egy teáskészlet képformátuma került megjelenítésre.



6. sz. ábra: Teáskészlet, Forma, Dekor: Torma Istvánné

A porcelángyártás magyarországi fellegvárai képesek időről időre megújulni és befogadni kortárs alkotók reformáló elképzeléseit. Teljesen mindegy melyik alkotóműhely stílusjegyét válasszuk, mindkét esetben a műhelyek kiváló alapanyagokkal dolgoznak. A termékek világszerte elismertek, a porcelán megfestését elismert művészek készítik. A formavilág, a termékpaletta gazdagsága páratlan a világon. Szigorú szabályok alapján lehet csak egyedi termékeket rendelni. Óriási a kereslet a termékek iránt és rendkívül keresettek a gyűjtők körében. Nem mellesleg a magyar porcelánmanufaktúra alkotásai értékállóak, vonzó a befektetők számára.

3. Tervezés folyamata

3.1. Anyag bemutatása

A porcelán a legnemesebb szilikát anyag fehér *arany* - nak is hívják. A fehérség a számos kultúrában és Európában a tisztaság és a transzcendens tartalmak közvetítője. Pl. fehér liliom (Angyali üdvözet, ikonográfia). A fehér márvány és a hegyikristály tartoztak még időben megelőzve a fehér fogalomkörét megjeleníteni képes anyagokhoz. Magyarországon a fehér

szó, település nevekben és minőségben is kiemelt szerepet kap (Fehérvár, a Pálos rend fehér viselete).

A porcelán olyan magasan égetett (1340C) szilikát, ahol az anyag teljesen betömörödik és az üveges állapot nagymértékben jelentkezik. Ennek következtében nagyon kemény, kagylósan törik és a fényt is átereszt, transzparenciája van.

Az anyaggal a XX. században már a művészek úgy bántak, hogy a saját porcelán nyelvét hozták „csalogatták” a felszínre és ezzel alkottak esztétikai minőséget.

A használati tárgyokban is szerepel ez a törekvés. A porcelán a formatervezőket és keramikusokat egyaránt megihlette különböző esztétikai értékek megalkotására. Az alábbiakban hazai porcelántervező művészek egyedi munkái láthatók.



7. sz.ábra: Tervezte: Sütő Erika, Plano porcelán ékszer



8. sz.ábra: Tervezte: Vészabó Noémi, Falióra



9. sz.ábra: Tervezte: Szász Endre, Cobalt porcelán hegedű



10. sz.ábra: Tervezte: Faragó Miklós, Bonbonier

Magyarországon a hazai gyárakban a porcelán, dísz és használati tárgyak szokás és a munkaerő szerkezet okán többnyire festett és dekorált felülettel további égetésekkel gazdagodik. A fehér tiszta megjelenés lemondás eleve a kortárs mozzanat ismertetője,-bár a tervezőknek nem lehet megkerülni a színek és a dekor ajánlását sem.



11. sz.ábra: Tervezte: Nagy Márta, Tál



12. sz.ábra: Tervezte: Strohner Márton, Teás készlet



13. sz. ábra: Tervezte: Lublóy Zoltán: Badminton sószóró

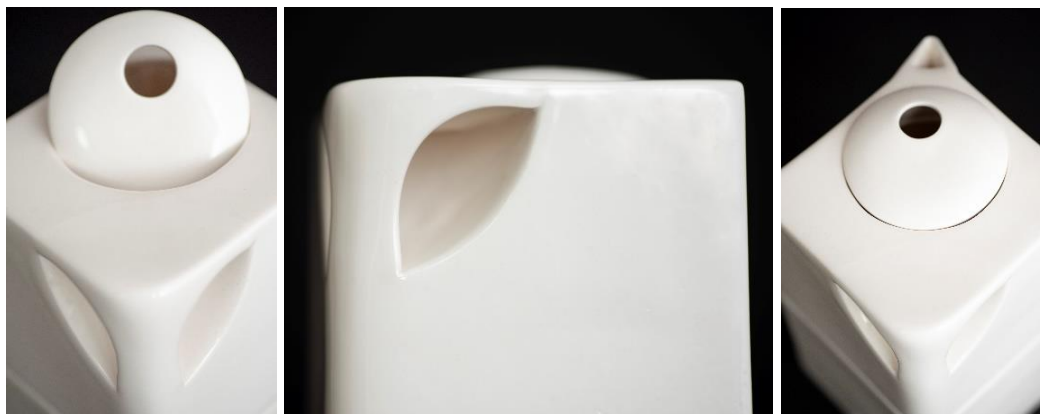
A fehérséget a máz alkalmazása transzparens és vagy máztalanság is nagyon árnyaltan igazíthatja a funkcióhoz és a formához.

Mivel a porcelán nemes és titokzatos anyag volt Európában, -a mai ezotéria is szívesen kapcsolódik hozzá...A porcelán a négy őselemből tevődik össze (föld, víz, levegő, tűz). Megalkotásához szükséges a „porcelánföld”, mint szárazanyag és a víz, mint folyékony alkotó rész megfelelő arányú keveréke. A porcelán fehérsége és áttetszősége pedig a tűz és a levegő együtt hatásával hozható létre. A porcelán minősége, típusa függ az alapanyagok származási helyétől és az előállítás technikájától. Állagát tekintve sűrű, folyékony massa. A porcelán az égetési eljárás során, magas hőmérsékleten tömör állapotúvá válik, nem engedi át a nedvességet, ellenáll a vegyi hatásoknak és a hőmérsékleti ingadozásoknak, máza pedig fény felé fordítva transzparens. A jó minőségű massa eléréséhez elengedhetetlen: a kaolin (50 %), kvarc (25 %) és földpát (25%). A kaolin főszerepet játszik az anyag

formálhatóságában, valamint az anyag alakjának megőrzésében. A földpát tömörödést segítő funkciót biztosít a porcelánmassza égetése közben, a kvarc a termék transzparenciájáért felelős. A munkadarabom készítése során volt szerencsém ezzel a „fehér arannyal” dolgozni, megismerhettem tulajdonságait, fő alkotó eleme volt termékemnek.

3.2. Ergonómia

A teásszett elkészítésénél elengedhetetlen volt az esztétikai megjelenés mellett az ergonomikus kivitelezés. Fontos elvárás egy tárggyal szemben, hogy az adott termék és az ember kapcsolata egyfajta összhangot alkosson. Ez a harmónia kiterjedjen, mind a vizuális, érzékelési szervrendszerekre, mind az egész egyénre. Az ergonomikus formavilágú, modern, de mellette elegáns megjelenésű teáskészlet esztétikai élményt nyújt a felhasználónak. A készlet darabjai önmagukban, és egy tárgyeységként is tökéletes illeszkedést biztosítanak a kéz számára. A megszokottól eltérően a csészének nincsen füle, mely egy idő elteltével nehézkes nyomást gyakorolna a tartóujjakra. A felhasználónak szabadságérzetet nyújt a lekerekített, íves sarokoldal, ahol különböző fogástechnikákat alkalmazhat, és az ivás folyamatát végbe viheti. A teás-kiöntő mérete közel méretarányos a csészével, felemelése nem okoz nehézséget, felhasználóbarát. Az űrtartalma (7 dl) lehetővé teszi a nagyobb mennyiségű tea fogyasztását. A köríves kancsófül könnyű hozzáférést biztosít az ujjaknak. A felső elhelyezés stabilabb tartásérzetet eredményez. A tető könnyen eltávolítható a mutató ujjnyi kör alakú kivágás által. A kör formájú tetőnyílás elegendő teret enged a fogyasztás utáni megfelelő tisztán tartásra.



14.,15.,16. sz.ábrák: Teásszett kancsó részei

A teakészítési opciók...

A teakészítés során két verzió is kivitelezhető a teás-szettben. Az egyszerűbb a filteres élvezeti tea, ahol a kancsóban saját ízlésnek megfelelően elkészíthetjük a forró italt. Az időigényesebb változat, amikor teafőzetet, gyógyteákat készítünk. A tealevelek forrázott eljárására kiválóan alkalmas a duplafalu teáscsésze, az aromát előhívó forró víznek tárolására és a csésze lefedéséhez tökéletes lezárást biztosít a kancsó.

A tea elkészítése a felhasználót tekintve...

A teakészítés egy szertartás, egy koncentrációs gyakorlat, mivel türelemről és gondosságról van szó, jó teát készíteni, pedig művészet. Mint egy előadás során itt is kerülni kell a zajt, a csörömpölést, a hirtelen mozdulatokat, nyugodt hozzáállás szükségeltetik. Hiszen az elkészült ital visszatükrözni ízében a jelenlétet, hangulatot. A felvett álló helyzeti pozíció során a test, a szellem, a feladatra összpontosít, a tekintet a tárgyra és a folyadék kompozíciójára fókuszál. A finom mozdulatsorok alatt a helyes testhelyzetre ügyelni kell, mert könnyen felvehető a hajlított, megereszkedett váll és háttartás. A tea elkészítése során önmagában a tealevél nem elég, az emberi tényező, a készítő személye, hozzáállása legalább annyira számít.



17.,18. sz.ábrák: Teásszett szervírozása

A tea szervírozása...

A tálalási folyamatra minden korszakban óriási hangsúlyt fektettek, megadták a módját a tea kulturált elfogyasztásának. A tea szervírozására a legoptimálisabb kivitelezés a porcelán, amely belül lehetőleg fehér, hogy a tea színét és árnyalatát is jól lehessen látni. Ez a vizuális érzékelésnél kiemelt fontossággal bír. Az esztétikai megjelenítés ugyan olyan fontos, mint az elkészítésre kerülő teaital. A teázás helyszíne, a tea szervírozása az atmoszféra kulcsszerepet játszanak a teázási folyamat hangulatában és kivitelezésében. A tervezett szett esetében a szervírozás folyamán ajánlott a szett egységbe zárt együttes használata, melynek következtében a súlypont és az erőviszonyok egyirányú hatása magasfokú stabilitást enged.



19. sz.ábra: Teásszett előlnézetből



20. sz.ábra: Teakinálás

A tea elfogyasztása...

A teásszett megköveteli a tea elkészítése során a fogyasztó kényelmes ülőhelyzetét, ez nyugalmat sugároz, az állóhelyzet általában sürgetésre, sietségre ösztönöz. A teázás relaxációs lehetőséget kínál a fogyasztó számára. Ülve a legkényelmesebb testtartást felvéve, nyugodt légzés mellett a fogyasztó figyelme már csak a teára irányul. A teáscsésze mindkét kézzel való átölelése biztonságot, békét sugall. Ez az átfogó mozdulat egyfajta kifejezőmód, mintha ezzel szeretné megmutatni a fogyasztó, hogy a teának teljes figyelmet szentel. Egy tea elfogyasztása ergonómia szempontokat figyelembe véve regeneráló.

A kényelmes testtartás, az ital elkortyolgatása alkalmas kizökkenteni fogyasztóját akár csak egy rövid időre is, a stresszes mindennapok világából.



21., 22. sz.ábrák: Tea elfogyasztása

3.3. Design és Craft szemlélete

Minden kornak megvolt a saját design és craft szemlélete, minden korban értéket képviselt a sajátos megformálásmód, az egyén által megalkotott design. Visszatekintve a közel két évszázad távlatára, az emberi kéz által megtestesített munka még aktívan jelen volt. A kézművesség, a kézműves szakmák nagyon megbecsültek voltak, családokon belül öröklődtek, apáról fiúra szállva. „Összességében kézművességnek nevezzük az emberi kézzel és kézi szerszámaival végzett, hagyományokra épülő, egyedi eljárással folytatott tevékenységet, illetve az így létrehozott termékeket.” (Dr. Géczi-Laskai, 2015). Kezdetben, a kézműves műhelyekben a mesterek rendszerint saját célra és a szűkebb környezetüknek készítettek használati tárgyakat.

A későbbiekben az urbanizáció folyamán, a városi piacokon, már áruként voltak jelen a kézi termékek, többnyire a mindennapi élethez szükséges konyhai edények, bútorok és textíliák. A folyamatosan növekvő keresletet, a fogyasztói igényeket a kézműves műhelyek már nem tudták fogadni. A technológiai innovációk és a növekvő háztartási igények vezettek a nagyüzemi gyártás elindulásához. Az ipari termelési folyamatban jelen van a gyártási rendszer jellege és a tömegtermelés. A termék előállítás módja szerint itt is beszélünk egyedi gyártásról, ahol egyes termékeket egyedileg vagy egészen kis – néhány darabos –

mennyiségben állítanak elő. Ilyen gyártásban készülnek pl. a hidak, hajók, épületek, egyedi megrendelésű luxusautók. Az ipari szintű termelés fő profilja azonban a sorozat, - tömeggyártás, ahol egyszerűbb termékeket állítanak elő nagy mennyiségben. A tömeggyártás szisztematikája különbözik az egyedi, kézműves előállítástól. A tervezési folyamatokban a szellemi ötlet papírra vetése áll szemben a gépiesített tervezési eljárással. A termék előállításánál az időfaktor óriási előnyt nyújt a technológiai eljárásnak a kézimunkával szemben.

A nagyüzemi gyártás folyamán több száz darab termék készül el ugyanannyi idő alatt, mint egy kézművesműhelyben egy kézi erővel készült termék. Ezért a kéz általi munkafolyamat óriási értékkel bír a gyártósori megvalósítással szemben. Míg a gyártósoron egy termék, talán emberi kéz által hozzá sem érve leszalad a gyártószalagról, addig a kézműves műhelyben az egyén szellemi, fizikai jelenléte által a termék „lelket” kap. A kézműves jelleg és a közvetlen személyes mozzanat, a látható emberi jelenlét értéket képvisel. Manapság ismét előtérbe kerültek a háztáji termékek, szívesen vásárolnak a fogyasztók közvetlen értékesítés útján. Fontos szempont a termék kínálójának a személye, a körülmények ahol az áru előállításra kerül. Egyre nagyobb hangsúlyt kapnak és keresettek a falusi gazdaságok, pl. a vasi régióban az őrségi portákon jelen van a kézművesség, fazekasság, sajtolással előállított tejtermékek, növényi nyersanyagok, mint a tökmag,- repceolaj.

A kézművesműhelyekben törekednek a jó alapanyagok felhasználásával a kiváló minőségű termékek megalkotására. A nagyüzemű termelés következtében előfordulhatnak selejtes termékek, melyek akár az anyag vagy az előállítási technológia hibájából adódhatnak. Sok esetben a vásárló az otthoni felhasználásnál szembesül ezekkel a problémákkal. A tömegesen gyártott árucikkeknek könnyebb az elérhetősége, megfizethetőbbek az átlagos háztartások számára. Fontos megjegyezni, hogy az ipari termelés során a tömeges árucikkre ugyanolyan minta kerül, ezáltal tucattermék lesz, míg a manufaktúrában, pl. a porcelángyártásban, a kézzel festett porcelán egyedivé válik. Igaz ugyan, mindez magas ár értékarányt követel meg, ennek ellenére hatalmas igény van a szép, designos, egyedi kivitelezésre.

3.4. Design szerepe a fogyasztói társadalomban

A design története gyakorlatilag az emberiséggel egyidős. Amikor az első ember felismerte annak a lehetőségét, hogy a környezetében fellelhető tárgyakat, mint a bot, kisebb – nagyobb méretű kövek, szikladarabok eszközként alkalmazhat, elkezdődött, ugyan még kezdetleges szinten a tárgy, forma tervezése. Tudatosult benne, hogy az eszköz által hatékonyabban tud élni, vadászni, halászni, élelemhez jutni és ez által a használati tárgyait tapasztalásait követően tovább tervezte, fejlesztette. A köveket csiszolta, formálta, tökéletesítette a jobb felhasználhatóság érdekében. Az őskorban a tárgy szerepe kizárólag az életben maradásról szólt, jelenünkben sokrétű funkcióval felruházva hozzájárul életminőségünk javításához. A design a kezdeti időktől fogva az emberiség mozgató rugója, mindenhol jelen van, mint tárgytervezésben, téralkotásban, vizuális kommunikációban.

Mit jelent a design?

„Design jelentése, fogalma többretegű, a termékek végső megvalósításának kezdeti szakaszait foglalja magában (Rassam, 1995).”

A design definiálására többféle megközelítés áll rendelkezésre:

„Az ipari formatervezés alkotó tevékenység, melynek célja az ipar által gyártott tárgyak alaki tulajdonságainak meghatározása. Ezek az alaki tulajdonságok nemcsak külső jellegzetességek, hanem azok az alapvető szerkezeti és funkcionális viszonyok, amelyek összefüggő egységgé alakítanak egy rendszert, mind a készítő, mind a felhasználó szempontjából.” (Tomás Maldonado designer és teoretikus)

„Az európai formatervezés lényegében nem más, mint a kultúra technológiai és emberközpontú szempontjainak egyensúlya. A design célja mindig is az volt, hogy földünket humánussá és lakhatóvá tegye, ugyanakkor mesterséges környezetünkön belül hozzájáruljon az élet minőségének javulásához.” (Müncheni Design Charta, 1990)

A designer számára nagy felelősségvállalás a designkommunikáció, hogy eszközével, fejlesztésével tényleg az élet minőségének javítását eredményezze, és ne a marketingfogás vezérelje. Az arcukat, a termék és ipartervezés javát szolgálja az emberiségnek, amikor pl. egy új termék előállításával az emberek gyógyulását segíti elő. A design újít, fejleszt, az esztétikai élményen túl a megvalósulás eszköze. Nem szabad megfélemlíteni azonban egy

fontos tényről, mely Pye David (1978) gondolata szerint „*tisztán funkcionális design létrehozása szinte lehetetlen*. Bármikor, amikor a tervező létrehoz, megalkot egy hasznos – jelentéssel rendelkező - tárgyat, rengeteg olyan könnyen elkerülhető munkát, erőfeszítést is meghoz, ami hasznosságához eredendően nem járul hozzá. Továbbá, minden hasznos eszköz rendelkezik nem hasznos (nem elsődleges) funkciókkal, melyeket senki nem vár el tőle. Mindezekon felül tökéletes működés, eredmény soha nem érhető el.”(Horváth, 2001)

Ezek ismeretében a mai embernek a fogyasztói társadalomban óriási kihívással kell szembe néznie nap, mint nap, a design vonatkozásában. A fogyasztókat folyamatos felhívás szólítja meg, a média, a reklámok kiváló manipulátor üzenetével, vegyél ezt, vegyél azt, most akciós, aztán már nem elérhető számodra. Nem számít, hogy a költségvetésbe nem fér bele, gyors hitelekkel kecsegtető ajánlatokkal behálózzák a fogyasztót, csak, hogy a termék a bevásárlókosárba, majd otthonunkba kerüljön.

Nagyon sok háztartás aztán szenved a nyomasztó havi hitelrészletek sokszor már vállalhatatlan terhétől, de ott, a vásárlás pillanatában olyan erős késztetést érez a vásárló, hogy nem mond nemet. Azzal ringatja magát, hogy ez rövidtávú tartozás, ez még vállalható, hiszen a szomszéd is így vette az új autóját. Nem mond nemet az új terméknek, designnak, mert sok esetben nem azért vásárol, mert szükséges, mert tönkrement egy háztartási gép és a mindennapok megkönnyítéshez elengedetlen a léte, hanem mert az adott termék egy új designban, reklámok tömkelegével kínálkozik a vásárlóerő előtt. Az is meglehet, hogy van már ilyen terméke, sőt, előfordulhat, hogy az új változat minimálisan van felruházva plusz funkciókkal, a korábbi változattal szemben, de hát az új megjelenése, varázsa az ember számára kihagyhatatlan és igen, a termék eladja magát.

Termékeket sokszor nem a felhasználhatóság szerint, hanem a termék külső adottságai alapján választanak az emberek magunknak. A tárgyfunkció napjainkban a designnal szemben háttérbe szorulhat. A külső alapján való megítélés mindennapos a társadalomban, nemcsak tárgyak, hanem személyek megjelenését hajlamosak vagyunk ez alapján rangsorolni. Hasonlóképpen járunk el például egy tárgy találkozásánál, amikor az első vizuális benyomás által képesek vagyunk döntést hozni, még a funkcionális megismerés előtt, hogy szükségünk van-e erre a termékre, vagy elhatárolódunk tőle. Sok esetben a fogyasztó nem is tudja, amikor levesz egy terméket a polcról, hogy milyen előtörténete van az adott árucikknek, hol is készült, hogyan készült, milyen értéket közvetít...

Mick David Glen (1996) nézetei a materialista fogyasztókról: „A materialista fogyasztók számára a tárgy hasznossága (utilitarian aspects) fontos, a tárgyak megjelenése státusz, társadalmi helyzet kifejezésének szerepét töltik be. A tárgyak jellemzően jelentős szerepet játszanak a magukról kialakítandó kép közvetítésében” (Horváth, 2001).

Ezen fogyasztói rétegek azért birtokolnak tárgyakat, hogy azok által hatást gyakoroljanak másokra. A materialista fogyasztók számára az elismerés, a kitűnés az átlagból, valami által, az elismertség óriási jelentőséggel bír. Richins kutatásai igazolják, hogy a nem materialista fogyasztók a személyközi és szimbolikus értékeket tartják fontosnak.

Az egyén joga a döntés szabadsága, a társadalmi különbségek mindig is jelen lesznek. A jólét viszonya nem egyenesen arányos a materialista ideákkal, ez ellenkezőleg is helytáll, hánytatott sorsú emberek is válhatnak materialista fogyasztókká.

4. Készítési folyamat

4.1. Modellezés és Prototípus

Kiemelném, hogy az egyetemi képzés során több anyag megtapasztalásra volt lehetőség, dolgoztam fával, plasztika órán ismerkedtem meg az agyaggal, gipsszel, melyek a diplomamunkám kivitelezéséhez elengedhetetlen alapanyagai. A szakdolgozatom bevezető részében már említést tettem, hogy a korábbi munkámból kifolyólag jött az ötlet a diplomamunka megvalósításához. Ahhoz, hogy egyetemi szinten elfogadható és értékelhető munkát valósítsak meg, különórákat vettem. Sopronban, Gavajda Kitti tanítása által sajátíthattam el a korongozás, az agyag megformázásának művészetét. Szerencsésnek tartom magam, mert a prototípust teljes egészében megvalósíthattam.

Csak agyagot használtam fel a munkám során. Az agyagtömb megformálása után, eltávolítottam a fölöslegnek ítélt anyagot, mely megadta a belvilág tartalmát. Ezt követően a külső megjelenésre fókuszáltam, hogy elérjem a megfelelőnek ítélt formavilágot. Végül kialakult a csésze. Továbbiakban a kancsó alakzaton dolgoztam, igyekeztem a két különálló tárgyat összehangolni, eggyé olvasztani. Az eljárás ugyanazon az elven történt, a kancsó esetében, mint a csészéjében. A fül, a kiöntő nyak és a tető tárgy részekben megkerestem az

ideális formát, az ergonomikus kidolgozást. A munkafolyamat szerves része volt a csiszolás és finomítás. A folyamatos munkát hátráltatták a különböző időfaktorok, mind ezek szigorú betartása, melyek szükségesek az egyik fázisból a másikba lépéshez: száradás, zsengezés, máz száradás, mázas égetés.



23., 24., 25. sz.ábrák: Műhely munkálatok, nyers prototípus

4.2. Prototípus tesztelése

Mihelyst elkészült a prototípus, természetesen tesztelésen esett át. Milyen inni belőle? Milyen, ha forró ital van benne? Milyen a fogása? S még számos kérdésre választ adván felmerültek dolgok, melyek korrekciót igényeltek. A következő kivetnivalók merültek fel a tesztelés során: instabilitás a tartó csészeszerkezetben a nagy hajlított kivágott ív miatt, nem volt tökéletes illeszkedés a két elem között, a kancsó füle nem volt ergonomikus, a kancsófedő teteje formailag nem volt összhangba a szettel. Örülök, hogy elkészítettem ezt a prototípust, mert az említett hibák kiküszöbölésével sikerült létrehoznom a tökéletes munkadarabot.

5. Termékcsalád

Szakmai gyakorlatom Kecskeméten a nemzeti kerámia stúdióban zajlott le minden évben, ahol elegendő tudást szereztem a diplomamunkám elkészítéséhez. A termékem, amit

szeretnék bemutatni, a szingli teás szett. A prototípushoz hasonlóan itt is nagyon fontos volt a tervezés a megfelelő időbeosztás a kivitelezéshez. Napra pontos munkaterv kidolgozására volt szükség. Anyaghasználat tekintetében a következőket alkalmaztam: agyagot, gipszet és porcelánt. A tesztmodell hibáit kijavítva, megalkothattam egy számomra egyedi terméket. Gyakorlatilag az alapkiindulástól kezdve mindenben változtattam a jobb felhasználhatóság, design érdekében.



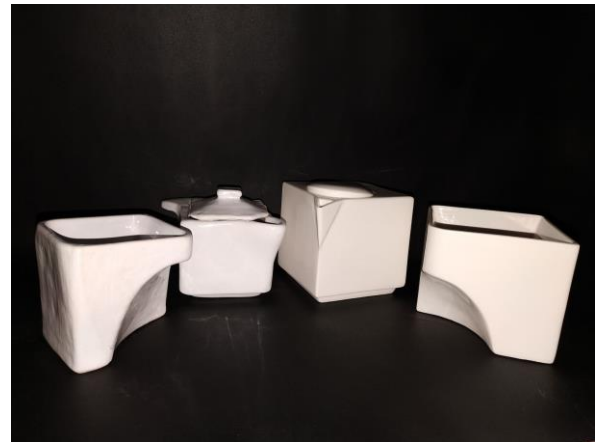
26. sz.ábra: Kiindulási és zárási modell



27. sz.ábra: Kiindulási és zárási modell



28. sz.ábra: Kiindulási és zárási modell



29. sz.ábra: Kiindulási és zárási modell

A képek demonstrálják a kiinduló és zárási modellt. A masszívabb stabilitás érdekében a felépítés szerkezetében a hajlítási ívben jelentősen változtattam. A csészénél is megfigyelhető az ív finomsága, valamint a kancsóív hasonmása. Az illeszkedés, a szélek egy irányvonala, egyenes oldalfalak a prototípussal szemben, mind korrigálva lettek. A kancsófül tervezése, nem a testből kiálló külön elem, hanem egybeolvadt tárgyelem részé fejlődött. A kancsótető használata egyszerű, a kör formájú nyílás arra szolgál, hogy a mutatóujj behelyezése által

könnyen kiemelhetővé tegye a fedőelemet. A tetőnyílás plusz funkciója lehetővé teszi a teafilter megtartását.

Szingli teásszett kivitelezési fázisai...

Elsőként agyaggal dolgoztam, megformáztam, megkerestem azt a stílusjegyet, mely tükrözi az elképzelésemet. Ebbe a fázisszakaszba sok időt investáltam, a legjobbat szerettem volna kihozni magamból, igyekeztem a legprecízebb éneket megmutatni a munkáimban. A hét első felében a csésze kidolgozását tűztem ki célul.

Majd az agyagforma megmintázását követően gipsszel folytattam munkálataimat. A gipsz jól megmunkálható, könnyen alakítható és faragható, kiszárítva erősen nedvszívó. A gipszből elkészített már említett formám különböző alakításokon, formázási módokon esett át. A modellt úgy készítettem, hogy figyelembe vettem a porcelánnak az égetés során létrejövő kb. 14 %-os zsugorodását. Ahhoz, hogy a negatív gipsz elemeket a csészetömb köré önthessem, sima felületet kellett biztosítanom.

A csésze oldalak negatív részeinek megöntése után, a duplafalura tervezett teáscsésze magformája következett. Elmondhatom, hogy ennek a kivitelezése volt a legnehezebb, hiszen a gipszgyűrű elkészítése, (ami segíti a magforma könnyű kiemelését a porcelánöntés lezáruló folyamatában) inventív gondolkozásmódot vett igénybe.

A kialakítás befejezésével a mag belvilágának tulajdonságaival kezdtem foglalkozni. Szerettem volna elérni azt, hogy ugyanaz köszönjön vissza belülről, mint amit a külső formánál érzékelünk. Az íveltség sajátosságát emeltem ki a magformában, mely a csésze belsőnézetében domborúan jelenik meg.



30. sz.ábra: Teáscsésze negatív gipsz elemei

A kezdeti nehézségek ellenére sikerült a kancsó többelemes megalkotása. A kancsó csőre, füle, teteje mind különálló tárgyreszként kerültek kivitelezésre. A kancsóttest a kiöntőrész megformálásának elkészülése után egy tárgyegységgé alakult ki. A további munkálatokban a negatív falak elkészítése folytatódott, összesen 14 db negatív elem készült. A szárítást követően, a kiszáradt gipszformákba porcelán masszát öntöttem.



31., 32., 33. sz.ábrák: Teáskancsó negatív gipsz elemei

Az öntőformába töltött folyékony masszából folyamatosan vastagodó masszakéreg alakult ki. Amikor a megfelelő falvastagság kialakult, a felesleges masszát kiöntöttem, a szikkadt öntvényt pedig bizonyos idő elteltével könnyen ki tudtam emelni a formából. A kancsófül külön öntvényként készült, amit ragasztással helyeztem az alaptestre. A kiformázott, szárított tárgyakat tisztítás után, de még mázazás előtt alacsony hőmérsékleten (940 – 1000 °C-on) égettük. Ezt a folyamatot zsengezésnek nevezik. Ennek során a kaolin elbomlik, a tárgy elveszti plasztikusságát. A zsengezés nélkül a vékony falú porcelántárgyaim a mázban szétáznának.

A porcelántárgyaim a zsengezés után, a második égetés előtt tisztításra szorultak, hogy a legapróbb porszemcsék se maradjanak rajtuk, mert azok megakadályozhatták volna a máz megfelelő tapadását a tárgyaimon. Ezután a tárgyakat mázréteggel vontam be. A formám a máziszapból vizet szívott el, a felületére pedig az elnyelt vízzel együtt vékony mázréteg rakódott. A mázfolyások letisztítása után következett a mázas égetés, amely 1350 – 1410 °C-on történt. Régebben az égetések több napig tartottak, ma már gáztüzelésű kemencékben égethettem.



34., 35. sz.ábrák: Porcelán száradása



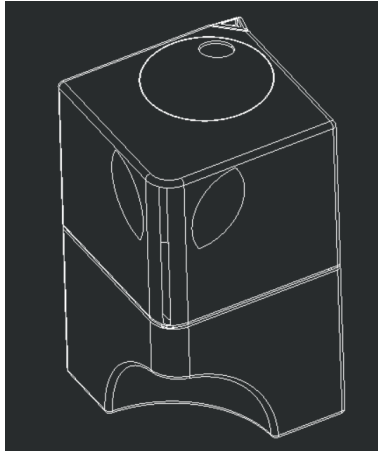
36., 37. sz.ábrák: Porcelánmassza formába öntése

Közel egy hónapos aktív munka eredményeként készült el a diplomamunkám. Ez az időszak jelentőséggel bírt életemben, óriási kihívás volt számomra megbirkózni a felmerült nehézségekkel: időfaktor, munkafázisok megismétlése, testi-szellemi erőnlét korlátai a stressz hatására. Mindezek ellenére minden egyes munkaelem befejezését sikerélménnyel éltem át. Minden egyes elem elkészítése motivált a folytatásra és a végeredmény óriási örömet, megkönnyebbülést váltott ki belőlem.

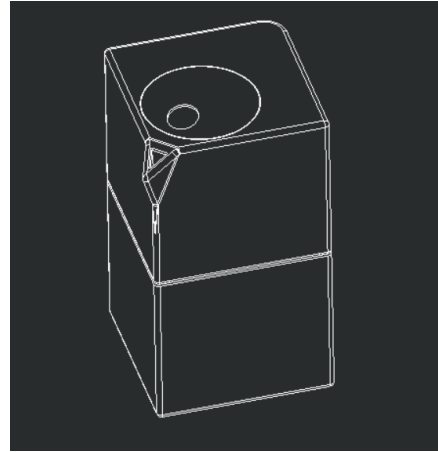
6. Termék bemutatása

Tervezés...

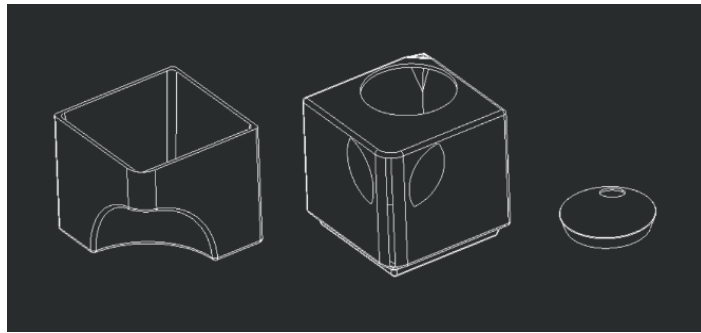
Az élet minden területén jelen van a tervezési folyamat. A reggeli felébredést követően lépésről lépésre megtervezzük napunkat, gondosan időben készülünk, egy eseményre, egy utazásra. A diplomamunka tárgya is hosszás tervezést igényelt. A termék esetében az alábbi szempontok figyelembevételével kezdődött meg a feladatsor kivitelezése.



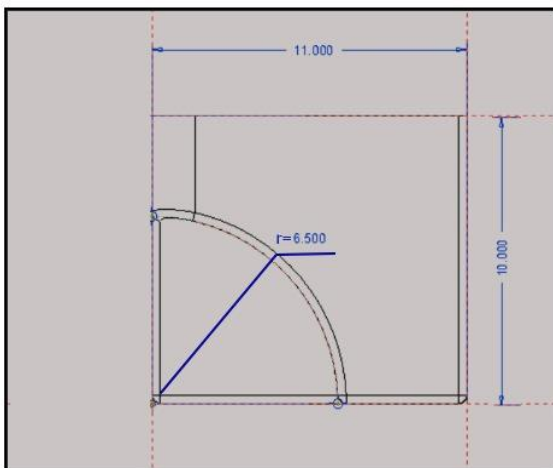
38. sz. ábra: Tervezési rajz



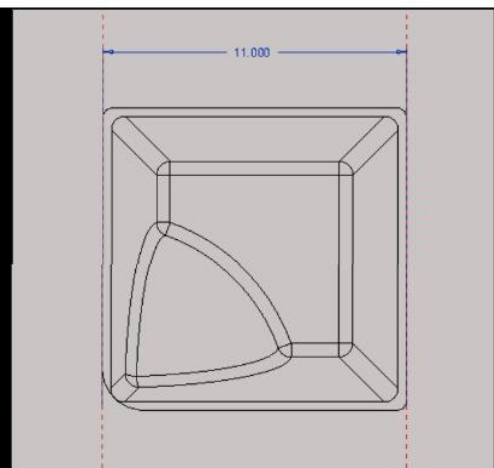
39. sz. ábra: Tervezési rajz



40. sz. ábra: Tervezési rajz

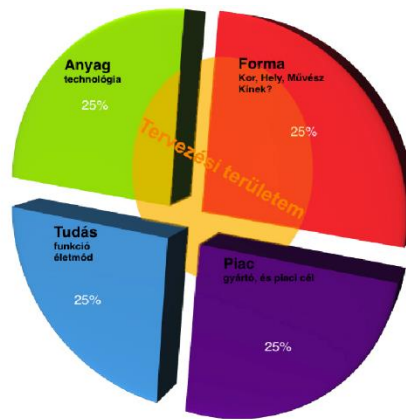


41. sz. ábra: Tervezési rajz



42. sz. ábra: Tervezési rajz

Tárgyam: feladatcél



43. sz. ábra: Tervezési területem, diagram

- **Anyag:** Fontos kérdéskör volt a tárgy alapanyaga, az anyagtechnológiai eljárás, az eszközhasználat, a módszer és a kivitelezési folyamatok. Kezdetben gondolati szinten felmerült az agyag, mint anyag lehetősége, de a prototípus tesztelése után teljességgel elvetésre került és a porceláné lett a végső kifejezőmód.
- **Tudás:** A tárgy szerepe, funkciója, kapcsolata a felhasználóval. Szimbiózis jelenléte, az egyén életmódra gyakorolt hatása. A tárgy végcélja az esztétikumon túl, felhasználóbarátként jelen lenni a mindennapok háztartásában. A tárgyhasználat révén a fogyasztóban a pozitív töltetű élmények, impulzusok előhívása.
- **Piac:** A piaci cél a felhasználói célcsoport elérése a termék által. A termék az egyszerű letisztult, mégis modern kivitelezése révén elérhet több felhasználói réteget, a fiataltól az idősebb nemzedékig. A forma mellett az egyszemélyre szóló kialakítási elv miatt szólítja meg elsősorban a szingliket, egyedülállókat a társadalomban.
- **Forma:** Laikusként azt gondolhatnánk a forma szó hallatán, hogy egy tárgy esztétikai megjelenését definiálja, pedig ennél sokrétűbb dologról van szó. Ezen cikkely alatt felvetődnek fogalmak, mint az adott kor, amiben élünk, a tárgy létjogosultsága a felhasználók tekintetében. Megfelel a mai kor által elvárt kritériumoknak?

„Az, hogy adott design-megoldás céljának megfelel-e elsődleges funkciójából kiindulva határozható meg – Papanek Victor (1971). Az értelmezés eszközeül Papanek a funkciókomplexum koncepcióját vezeti be, mely a következő hat összetevőből áll:” (Horváth, 2001)

Módszer: Eszközök, folyamatok anyagok interakciója, A tárgy egyedisége, az értéke megmutatkozik abban, hogy kézi munka által készült el. A designtervezés eszmei érték egyedülálló, nem tömegtermék, a designer szelleme, lelkivilága nyilvánul meg az alkotásban.

Használat: Adott termék betölti-e elsődleges funkcióját. A tárgy elsődleges célja a tea ital fogyasztásának lehetőségét biztosítani. A teázáson túl a design révén esztétikai, dekoratív eszközként is helyt áll a felhasználói háztartásokban.

Szükséglet: gazdasági, pszichológiai, szellemi, technológiai és intellektuális szükségleteink kielégítése gyakran nehezebben megvalósítható és kevésbé nyereséges, mint az olyan alaposan megtervezett igények melyeket a divat és egyéb népszerű irányzatok indukálnak.

Okszerűség, célszerűség: ezen összetevő azt kell, hogy tükrözze, milyen korszakban, milyen körülmények között jött létre adott tárgy, melynek egyben bele kell illenie az egyén/emberi társadalmi- gazdasági környezeti rendszerébe, melyben él és működik.

Asszociáció: legfőképp kétféle design közelítés létezik: az egyértelmű jelentéssel bíró tárgy, vagy pedig az olyan, mely többféle megoldás meglétét is megengedi.

Esztétika: a designer repertoárjában levő egyik legfontosabb eszköz, mely segít meghatározni a formát, színeket oly módon, hogy az elragad minket, mely szép, izgalmas, gyönyörködtet és jelentéssel teli.

Formavilág...

Formaelemzés szempontjából a megalkotott termékben leginkább a Bauhaus stílus jegyei tükröződnek vissza.



44. sz. ábra: Walter Gropius Rosenthal teásszett



45. sz. ábra: Saját teásszett

Rövid visszatekintő- Bauhaus

Száz éve pontosan, hogy Walter Gropius megalapította a 20. század legelismertebb művészeti intézményét Weimarban. A századforduló idején kibontakozó alkotó törekvések központja, képzőművészeti műhely és egyben reform-iskola is volt. Az iskolába több magyar művész is beiratkozott, s tanárként vált ismertté Moholy-Nagy László és Breuer Marcell. A Bauhaus-eszmevilág törekedett a művészet- és ipariélet, a művészet és technikatudomány közötti egyensúly megteremtésére. Az említett stílus tárgyai, innovációi, ideái a mai napig velünk élnek, megmutatkoznak az épített környezetünkben, lakáskultúránkban. A Bauhaus modern, reform törekvésekkel indult útnak, nem törődve a felesleges díszítésekkel, mellőzte a funkciókat, a letisztultság megvalósításért igyekezett.

Színes Bauhaus termékek, tervezőik:



46. sz.ábra: Design.K.Ceramics



47. sz.ábra: Margarete Heymann-Marks

Fehér Bauhaus termékek, tervezőik:



48. sz.ábra: Ruby Lane



49. sz.ábra: Matthias Kaiser

Bauhaus – saját termék összevetése...

A termék készítésénél elsődleges szempont volt a modernitás, minimalista stílusvilág letisztult formái, egyszerű élszerkezetei. Mindkét tárgy esetében nem a megszokott formavilág jelenik meg. A két teásszett közös vonása a kancsótető íves formája és a színvilág fehér dominanciája díszítő elemek nélkül.

Saját termék rövid ismertetése...

A teásszett formavilágának alapforrását a kocka alakzata ihlette meg. A tervezés alatt a „gyermeki én” dominanciájának következtében érzelmi élményképek, érzeti emlékek elevenedtek fel, akárcsak a gyermekkorban a mesekockával való játék során. Nem volt kérdés a döntés az alaptestről a tárgyat illetően.



50. sz.ábra: Teáscsésze kocka alakzata

A teásszett két különálló részből áll és egy egységgé is alakítható, amennyiben az elemeket egymásra helyezzük. Ez az állapot átvitt értelemben emocionálisan a kötődést fejezi ki, melynek jelentése, hogy rövid ideig különválaszthatók, de együtt alkotnak egészet. Ez a tárgy üzenete is lehet a felhasználónak, ha adott időszakban egyedül is érzi magát, a későbbiekben alkothat egy egységet a választott társsal.

A szett alsó része duplafalura tervezett, hogy a hőszigetelő levegőréteg a hideg italokat hidegen, a forró italokat hosszabb ideig melegen tartsa. A duplafal másik funkciója a forró folyadék következtében felhevült csészefal biztonságos kézbevétele. Ez a kivitelezés mellőzi a csészefül használatát és szabad mozgásteret enged a kéz számára.



51., 52., 53. sz.ábrák: Csésze különböző fogás nézetből



54. sz.ábra: Csésze fogás nézet



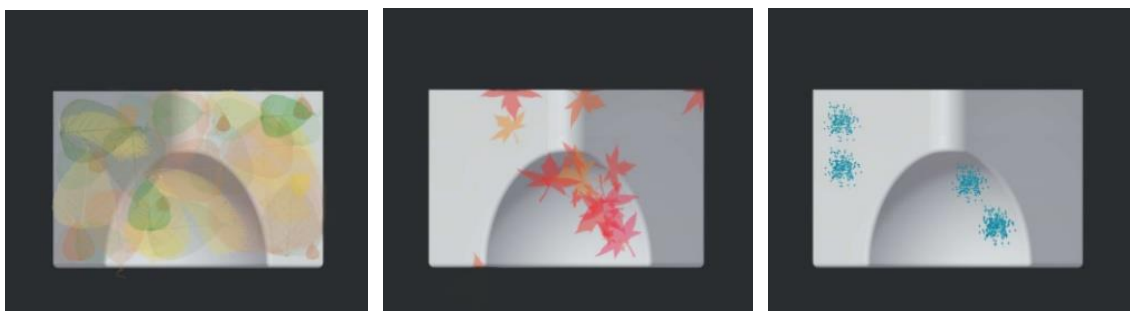
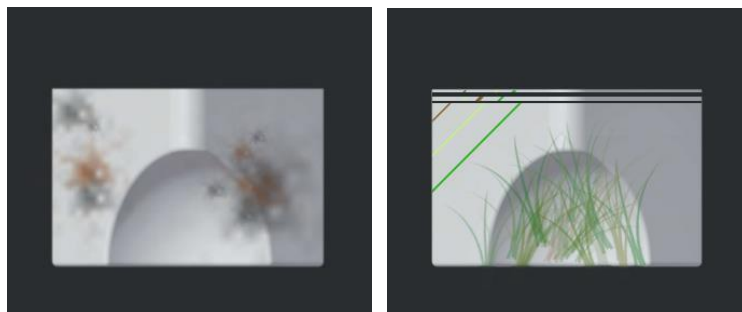
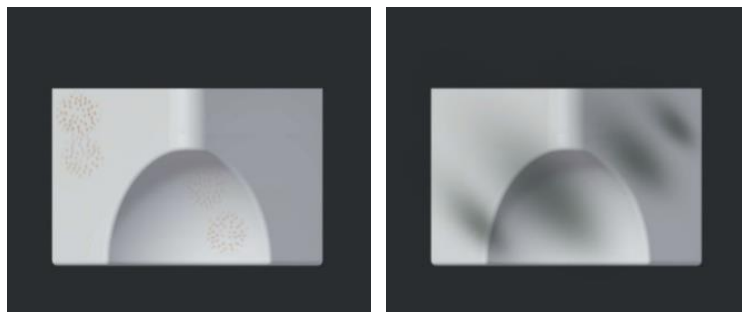
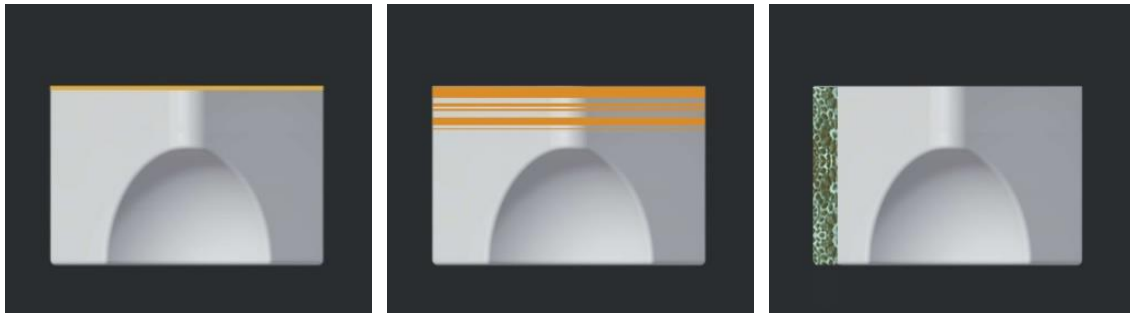
55., 56. sz.ábrák: Csésze különböző fogás nézetből

A csészére illeszthető teáskancsó követi a csésze formáját, a geometriai alakzatok egymást kiegészítve új design megteremtését eredményezte. A kancsó kiöntőrésznyílás háromszöget, a tető kört, a tartófül ívet, a szett álló helyzetben téglalapot, külön a csésze, illetve külön a kancsó kockát rejt el önmagában. A csésze űrtartalma 3,5 dl, míg a kancsóé 7 dl folyadék tárolására alkalmas. Az űrméretet tekintve a kancsóknak dupla mennyiségű befogadó képessége van a csészével szemben. Ez a kapacitás biztosítja a kétszeres fogyasztási lehetőséget a felhasználó számára a forró teaitalból.



57. sz.ábra: Teaivás

Javaslataim a felület színes, dekor és minta felvetésekhez:



Saját elképzelésmód képi ábrázolása a tárgy térbeli elhelyezéséről, otthoni környezetben. Az olvasósarok jó kiindulási helyszín, egy jó könyv mellett a tea elfogyasztásához. A fehér porcelánból készült teásszett enyhén lekerekített formájával kifinomult esztétikai értéket közvetít.



58. sz.ábra: Térbeli elhelyezés



59. sz.ábra: Térbeli elhelyezés



60. sz.ábra: Térbeli elhelyezés



61. sz.ábra: Térbeli elhelyezés csésze mintázattal

A diplomatárgy végezetül névvel és logóval lett ellátva, kölcsönözve a termék neve: „Oolong teásszett”, a félig erjesztett teáról elnevezve. A termék logója a szett sziluettjét ábrázolja, középen tealevél mintázattal.

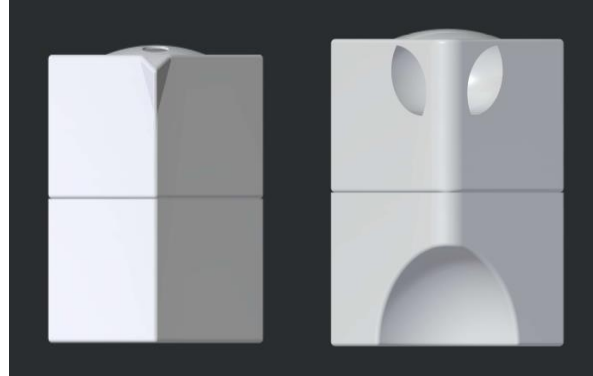


62. sz.ábra: Oolong teásszett logója

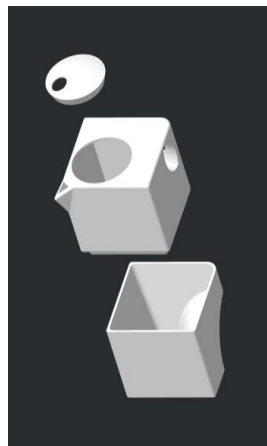
6.1. 3D termék bemutatás



63. sz.ábra: Teásszett



64. sz.ábra: Teásszett előnézete



65. sz.ábra: Robbantott ábra



66. sz.ábra Kancsótető



67. sz. ábra: Csésze

7. Célcsoportok, felhasználók köre

Egy új termék sikeres piaci szereplése elképzelhetetlen a felhasználói igények alapos megismerése, és az ismeretek következetes összevetése nélkül. A termék sikerességének a kulcsa nem csak a designer kezében van, a dolog ennél sokkal összetettebb. A fókuszban minden esetben a felhasználó és a termék áll, a közös szimbiózisért a formatervezőn kívül felelős a marketig, a műszaki fejlesztő, az ergonómikus szakember, a siker titka a közös gondolkodásban, az együttműködésben rejlik a munkafolyamatok során. Új termék bevezetését általában piackutatás előzi meg, melyet többnyire a marketing részleg végez. Olyan kérdésekre keresik a választ, mint a termék funkcióleírás, a tervezett ár, és a megcélzott piac. A teásshett esetében ugyan nem történt közvetlen piackutatás, de a megelőző kutatások alapján beigazolódott létjogosultsága, mivel Magyarország lakosságát tekintve magas az egy személyes háztartásban élők aránya. A teásshett esetében a célcsoport az egyedülállók, a szingli felhasználói kör.

A tanulmányozás háttérálapját a Központi Statisztikai Hivatal 2016 és 2018 években végzett elemzése, valamint Kopp Mária 2011 évben elkészített - A „kényszer szinglik” Európája - címet viselő tanulmány adatkimutatása biztosította. A tanulmány képet mutat elemzéseiben az európai és magyarországi helyzetről az egyedülálló háztartásokra vonatkozóan.

Az európai háztartásokban 2009 évben a háztartások 53% -a nem élt párkapcsolatban. A szingli, magányos nők aránya 17% volt, gyermekkel együtt élő nők aránya 3,5%. A magányos férfiak aránya 13% volt, gyermekkel együtt élő férfiak aránya 0,5%. A felmérés adatai alapján 19% egyéb formában, nem saját családban élt szingliként.

Magyar vonatkozásban 2009 évben a háztartások 56,4%-a nem élt párkapcsolatban. A statisztikai adatok alapján kétszer annyi volt a magányos nők aránya, mint a férfiaké. Összességében 16,4 % nő élt magányosan, gyermekkel együtt élők aránya 3,4% volt. A férfiak 7,6%-a élt magányosan és csak 0,4 % élt gyermekkel egy háztartásban. A magyar háztartások 28,6% -a élt egyéb formában, nem saját családban, - gyakorlatilag szingliként.

A KSH adatai (2016) alapján elkészített felmérés, a magyarországi családtípusok 1980 - 2016 közötti alakulását, valamint a családok összetételét mutatta be.

A két nem tekintetében a következő adatok kerültek megállapításra:

- 2016 évben több mint 463 ezer egyedülálló, gyermektelen férfi élt az országban,
- 2016 évben szingli nőből 753 ezer volt gyerek nélkül.

Az adott évben 162% al több szingli nő élt egyedül gyermek nélkül, mint férfi. Hazánkban, a legnagyobb arányban a 20 - 39 év közötti emberek élnek egyedülállóként. Ennek oka többféle lehet; pl.: a hosszúra nyúlt –akár több végzettséget is adó- tanulmányok, a karrierépítés, az esetleges visszatartó szülői háttér, a külvilággal való kezdeti nehéz beilleszkedés által is az évek telnek, s ezeket az időszakokat a legtöbben szingliként élik meg. Ide sorolhatjuk még azon személyeket is, akik egy korábbi, sikertelen kapcsolatot mondtak fel.

Mit takar a szingliség? Manapság a szingliség a társadalom által teljesen elfogadott állapot, nem, mint évtizedekkel ezelőtt, amikor ha bizonyos életkorig nem házasodtak, a nőket vénlányoknak, a férfiakat agglagényeknek titulálták. A népszámlálási adatok szerint 1970 és 2011 között folyamatosan nőtt az egyedül élő, egyszemélyes háztartások aránya, „ami a 2016. évi mikrocenzus adatai szerint ugyan mérséklődött, még így is a háztartások több mint háromtizedében (1 millió 217 ezer háztartásban) csak egy személy élt.”(Rövid, Területi Statisztika, 2018,)

A szingliséget nem lehet egy meghatározással definiálni, mivel a folyamatosan változó családszerkezetek újabb státuszokat alkotnak, mint az egyedülálló háztartás, látogató kapcsolatok, stb...

Kik a szinglik? Meghatározások tükrében...

„A szinglik az egyszemélyes háztartások lakói...” (Laslett 1972)

„A tartós párkapcsolat nélkül élő, párjukat kereső, gyermektelenek...”(Rövid, Területi Statisztika, 2018,)

„Vannak, akik a szinglik közé csak a nőtlen, hajadon családi állapotú népességet sorolják, mások ezt a fogalmat azokra is kiterjesztik, akik korábban már éltek házasságban vagy élettársi kapcsolatban (Laslett 1972, Utasi 2003, 2004, Murinkó– Spéder 2015)”

Az első magyarországi szinglikutatás végrehajtója Utasi Ágnes (2003, 2004, 2005) fogalomhasználatában a szingliséget „az állandó párkapcsolat nélküli, anyagi jólétben élő fiatalok életformájaként határozta meg. Utasi (2004,) azokat a 30 - 40 év közötti, magasan iskolázott és képzett személyeket sorolta a szinglik közé, akiknek nem volt állandó

párkapcsolatuk, a munkaerőpiacon az átlagosnál előnyösebb helyzetben voltak, átlagon felüli keresettel rendelkeztek, szabadidőjüket változatosan töltötték el, illetve magukat anyagiilag függetlennek tartották.”(Rövid, Területi Statisztika, 2018.)

Kőrössy Ágnes szociológus (*idézi Farkas, 2004*) megközelítése szerint a szingli „nagyvárosban él, jellemzően 25-32 év közötti, diplomás, idegen nyelv(ek)et beszélő, a magyar átlagnál jobban szituált, értelmiségi, egyedül élő hajadon, aki egy-két párkapcsolat után most magányának és pénztárcája vastagságától függően a fogyasztói társadalom kínálta mintáknak is rabja”. Kőrössy feltételezi, hogy a szinglik jól tanultak, siker orientáltak, a párkapcsolatot is, mint egy megoldandó feladatot kezelik. Ezek az attitűdök azonban nem építő jellegűek egy párkapcsolat fenntartásában.

Az egyedülállók helyzete a társadalmi szerepkör tekintetében változatos:

- Jelen vannak a párkapcsolat nélkül élő, gyermektelen, párkapcsolatra vágyó szinglik.
- Velük szemben áll az a szinglicsoport, akik nem vágnak kapcsolatra, szabadakaratból választottan élvezik a szingliéletmódot és létet. Az egyén számára az anyagi és társítól való függetlenség egyfajta szabadságot nyújt. Nem kell alkalmazkodni senkihez az együttélés folyamán, az „ego” áll a középpontban, a biztos anyagi háttér teret enged a szabadidő változatos eltöltésére.
- Megjelenik azon réteg, mely belekényszerült a szingliállapotba, egy párkapcsolatból való kilépést, válást követően, illetve a társ-házastárs elvesztése miatt. Ennek a státusznak az időtartama egyéntől változó, függ a személy személyiségétől, problémamegoldó képességétől, gyászreakciótól, hiszen özvegység esetében kérdésessé válik az újrakezdés tényének lehetősége egy másik partnerrel. „Az újraraházasodás ma mindennapos jelenség - annak ellenére, hogy a megözvegyülés egyházjogilag, erkölcsileg egyaránt lehetőséget adott az újraraházasodási szándékkal bírók kezébe - a társadalomban azonban különösen a nők esetében még nem gyakori. Ennek oka abban is fellelhető, hogy a korábbi évtizedekben a helyi közösségek nem támogatták, az özvegyek újraraházasodását. Egyes helyeken az újraraházasodást a házastárs halálát követő hosszabb - rövidebb házassodást tiltó időszakkal (az úgynevezett „gyászévvel”) is nehezítették (Tárkány Szücs E. 1981: 279).”

A teázási szokásokat illetően a szingli csoportból a Kőrössy által kategorizált fiatal generáció került kifejtésre. A választás azért erre a közösségre orientálódott, mert a társadalom a szingli szó hallatán leginkább ezt a képet látja maga előtt. Ennek indíttatása az amerikai sikerfilmekben rejlik pl.: Bridget Jones vagy sorozatokban pl.: Szex és New York...A fiatal korosztály számára a szingliléttel együtt járó életmód nagyon kecsegtető, mert... van egy jó karrier, teli programokkal, edzéssel, saját ízlésvilággal és saját hobbival.

Kőrössy Ágnes szociológus megközelítéséből kiindulva a szinglik jól szituáltak, rendezett egzisztenciális körülmények között élnek, ezáltal potenciális felhasználók a fogyasztói társadalomban. A teásszett designja révén jól adaptálható a szingli háztartásokba. Mivel a termék nem nagy helyigényű nagyon praktikus kisebb konyhákban is, étkezőhelyiség tálalójában, de akár dekoratív megfontolásból egy komód díszítő elemeként is funkcionálhat. Az egyediség a tömegcikkkel szemben értéket sugall, mely fontos tényező a szingli felhasználók körében.

A teázási szokás különbözhet háztartásonként, vannak, akik haza viszik munkájukat és egy csésze élénkítő tea kíséretében tovább dolgoznak az íróasztalnál. Vannak, akik relaxációs célból, egy hosszú fárasztó nap után ellazulnak a nappali kanapéján, filmet nézve, teát kortyolgatva. Vannak, akik a városi nyüzsgés közepette a balkonon kényelmes zugot keresve fogyasztják a teát. Vannak, akik rosszabb napokon a magánytól menekülve egy csésze levendula teával ringatják álomba magukat. Vannak, akik reggelizés közben a konyhában magazin lapozgatás mellé társítják a teát. Hideg téli reggeleken vitalizál és felmelegít. Az említett teafogyasztási szokások az „Oolong teásszett” közreműködésével meghittebb, kellemesebb felhasználhatóságot kínál a fogyasztók számára.

Zárógondolatként egy szingli nő eszméi a témakör befejezéséhez:



68. sz.ábra: Szimbolikus kép, „szingliként” a világban

„Olykor örülök, hogy szingli vagyok! Magazinok foglalkoznak a lelki világgal, a fitness teremben sem bámulnak meg, ha egyedül vetődöm le, és szolgáltatások hada vár rám, mondván csak azért, mert nincs pasim! Ha a fogyasztói társadalmat tekintem a szinglik csoportja és az ezt az életvitelt élők jó befektetési parti, azaz remek iparág! Továbbá nagy előnye a hajadonságnak a függetlenség mindentől és mindenkitől. Nincs gond a takarítással, a főzéssel vagy éppen a mosással, továbbá senkinek sem tartozom elszámolással az időmet illetően, és kiélhetem rossz vagy éppen jó rigolyáim!”(L.T. 2011,)

A termékemmel a céloom nem csak esztétikai élmény nyújtása a fogyasztóknak, hanem a teázás élménye által lehetőséget kínálni a mindennapok rohanásában egy kis nyugalmi időre, lelki egyensúlyra, belső béke megtalálására, vitalításra, a szabadidő relaxációjára. A teásszett a szingli célcsoporton kívül a nagyközönség számára is elérhető, mert pénztárcabarát, nem melleleg ötletes ajándék.

8. Összefoglalás: Tervcél és eredmény

Az élet minden területén érvényes a megállapítás, cél és tervezés nélkül káosz van. A kitűzött cél eléréséhez az alapos tervezésen túl szükségeltetik elegendő idő, motiváció, kitartás és öröm. *Idő*, mely, ha szűkös, nyomasztó faktor és terhet aggaszt az alkotói folyamatra. *Motiváció*, mely az ember mozgatórugójaként a kiindulási pontból a végcélhoz segít. *Kitartás*, mely nélkül lehetetlenség megküzdeni a felmerülő akadályokkal a célhoz vezető úton. *Öröm*, mely a munkafolyamatban doppingol, lépésről lépésre előre visz, erősít, sikert hoz. Az alkotás megvalósításához a fentiekben megemlített négy tényezőn felül számos együtttható közrejátszik.

A szakdolgozatban a forró italok tárgyain belül kiemelten ismertetésre került a teakultúra, a teázási szokás, mely a mindennapi élet részét képezi. Miért a tea? A tea több mint ital, szeretetet, művészetet hordoz magában.

A tea a kávéval ellentétben kortól függetlenül mindenki számára fogyasztható, az újszülött gyermektől az aggastyánig bárhol, bármikor. Ebből kiindulva kiemelt státuszt érdemelt és a diplomamunka tárgyát képező teásszett megalkotása volt a végcél a teázási szertartáshoz.

Továbbiakban a szakirodalmi háttér tanulmányozása által bemutatást nyert a diplomamunka alapanyagának, a porcelánnak az eredete, valamint magyar vonatkozásban a világszinten is elismert Herendi és Hollóházi porcelángyárak története, alkotók, magyar keramikus, porcelántervező iparművészek karakterei.

Részletes betekintést nyert a dolgozat olvasója a tervezési, kivitelezési folyamatokba. A diplomátárgy természetesen elemezve volt ergonómiai szempontból, hisz nem mehetünk el egy fontos tényező mellett - „*Nem a tárgy, az ember a cél*”(Moholy - Nagy László). Az esztétikai élményen felül a teásszett elsődleges funkciója, a tárgy és ember kapcsolatának harmonikus kifejezőmódja. A designer által alkotott tárgynak az egyénhez kell idomulnia mind formailag mind funkcionálisan. A formatervezésénél nem az az elsődleges szempont, hogy szebb vagy jobban eladható terméket tervezzen a designer, hanem hogy a felhasználók igényeit szem előtt tartva és velük együttműködve értéket teremtsen. Ahhoz, hogy ez megvalósulhasson kiemelt fontosságú az emberközpontú piackutatás, a felhasználói igények, szükségletek és elvárások megfelelő ismerete. A design hatással van az egyénre, az egyén a mikro, – majd makro környezetére, ezért a design morális érték is egyben.

A szakdolgozat összegző gondolatait a Munkácsy Mihály - díjas magyar iparművész, ipari formatervező, művészettörténész Lissák György idézetével fejezem be, munkássága előtt tisztelegve...

*„A formatervezés nem a látszat tervezése, hanem a
funkciók összességének, mint tartalomnak kifejezése
a forma által.”*

(Lissák, 1998)

9. Köszönetnyilvánítás

„...Lehet, hogy a rossz dolgokat ajándékba kaptuk, hogy segítsenek felnőni: A problémákat azért kaptuk, hogy megoldjuk, a leckéket, hogy megtanuljuk, a dolgokat, hogy megváltoztassuk,“ (B. Hoff 1982)

Ennél az idézetnél jobb útravalót nem találhattam volna, hiszen a formatervező szak elvégzéséhez rögzös út vezetett. Az élet sokszor produkál olyan dolgokat, melyeket csak később értünk meg. Ezzel én is így voltam, mikor az elhangzott szakmai kritikákat nem építő jelleggel fogadtam, de most már tudom, hogy mindez nem ellenem, hanem értem volt. Visszatekintve a kezdetekre nagyon motiváltan indultam neki a feladatnak, de voltak hullámvölgyek, nehézségek, kétségek, melyek megingatták hitemet önmagamban. Volt, hogy mélypontomon teljességgel felakartam adni mindent, amit elértem. Úgy éreztem, hogy kevés vagyok ezen a megmérettetésen, de támogató családomnak, barátaimnak és tanárainak köszönhetően folytattam...

Kiemelt köszönettel tartozom, hogy segítette a lassú kibontakozásomban, megértette sajátos gondolkodásmenetemet, és mindig kiállt mellettem, tisztelt témavezetőm, Polyák János tanár úr! Köszönöm támogató javaslatait, tanácsait, a diplomamunkám elkészítése során a szakmai segítséget, hogy egyengette munkámat a rögzös úton! A kecskeméti szakmai héten külön köszönet illeti Kuzsel Gabriella elengedhetetlen közreműködését, szaktársaim motiváló jelenlétét! Ezúton nyilvánítom ki köszönetemet konzulensemnek, Máthé Katalinnak, aki számos információt bocsátott rendelkezésre szakdolgozatom sikeres lezárásához!

Hihetetlen számomra, de beérkeztem a végszakaszba és a szakdolgozatomat befejeztem.

Köszönöm!

10. Kép és rajzjegyzék

1. sz. ábra: Shen Nung kínai császár képi ábrázolása

<https://redleaftea.com.au/history-of-tea>

2. sz. ábra: Bodhidharma képi ábrázolása

<https://www.zen-buddhism.net/famous-zen-masters/bodhidharma.html>

3. sz. ábra: Kávémintázatok

<https://8.kerulet.itlakunk.hu/holmi/vendeglatas/mccafe-arena-plaza>

4. sz. ábra: Rothschild-minta

<http://herendigyor.hu/portfolio/keszletek/#>

5. sz. ábra: Esterházy-minta

<https://esterhazy.at/hu/index.do>

6. sz. ábra: Teáskészlet, Forma, Dekor: Torma Istvánné - Dr. Sikota Győző: Hollóházi porcelán

7. sz. ábra: Tervezte: Sütő Erika, Plano porcelán ékszer –

<http://bolt.hollohazi.hu/index.php/hu/webshop>

8. sz. ábra: Tervezte: Vészabó Noémi, Falióra

<http://bolt.hollohazi.hu/index.php/hu/webshop>

9. sz. ábra: Tervezte: Szász Endre, Cobalt porcelán hegedű –

<http://www.hollohaziporcelan.com/>

10. sz. ábra: Tervezte: Faragó Miklós, Bonbonier

<http://bolt.hollohazi.hu/index.php/hu/webshop>

11. sz. ábra: Tervezte: Nagy Márta, Tál

<http://www.artendre.hu/html/nagym/index.html>

12. sz. ábra: Tervezte: Strohner Márton, Teás készlet

<https://www.trendhunter.com/trends/marton-strohner-herendesign>

13. sz. ábra: Tervezte: Lubl6y Zolt6n: Badminton s6sz6r6

<http://hg.hu/cikkek/design/14762-friss-magyar-design-londonban>

14.,15.,16. sz.6br6k: Te6sszett kancs6 részei

17.,18. sz.6br6k: Te6sszett szerv6roz6sa

19. sz.6bra: Te6sszett el6ln6zetb6l

20. sz.6bra: Teak6n6l6s

21., 22. sz.6br6k: Tea elfogyaszt6sa

23., 24., 25. sz.6br6k: M6hely munk6latok, nyers protot6pus

26. sz.6bra: Kiindul6si 6s z6r6si modell

27. sz.6bra: Kiindul6si 6s z6r6si modell

28. sz.6bra: Kiindul6si 6s z6r6si modell

29. sz.6bra: Kiindul6si 6s z6r6si modell

30. sz.6bra: Te6scs6sze negat6v gipsz elemei

31., 32., 33. sz.6br6k: Te6skancs6 negat6v gipsz elemei

34., 35. sz.6br6k: Porcel6n sz6rad6sa

36., 37. sz.6br6k: Porcel6nmassza form6ba 6nt6se

38. sz.6bra: Tervez6si rajz

39. sz.6bra: Tervez6si rajz

40. sz.6bra: Tervez6si rajz

41. sz.6bra: Tervez6si rajz

42. sz.6bra: Tervez6si rajz

43. sz. 6bra: Tervez6si területem, diagram

44. sz. 6bra: Walter Gropius Rosenthal te6sszett

<https://hu.pinterest.com/pin/26599454019305906/?lp=true>

45. sz.ábra: Saját teásszett

46. sz.ábra: Design.K.Ceramics

<https://www.wowhaus.co.uk/2017/01/06/bauhaus-inspired-geometric-ceramics-by-design-k/>

47. sz.ábra: Margarete Heymann-Marks

<https://www.wright20.com/auctions/2011/03/modern-design/270>

48. sz.ábra: Ruby Lane

<https://pezcame.com/YmF1aGF1cyBzdHlsZSBkaW5uZXJ3YXJl/>

49. sz.ábra: Matthias Kaiser

<http://www.matthiaskaiser.com/?n=1|6>

50. sz.ábra: Teáscsésze kocka alakzatja

51., 52., 53. sz.ábrák: Csésze különböző fogás nézetből

54. sz.ábra: Csésze fogás nézet

55., 56. sz.ábrák: Csésze különböző fogás nézetből

57. sz.ábra: Teaivás

58. sz.ábra: Térbeli elhelyezés

59. sz.ábra: Térbeli elhelyezés

60. sz.ábra: Térbeli elhelyezés

61. sz.ábra: Térbeli elhelyezés csésze mintázattal

62. sz.ábra: Oolong teásszett logója

63. sz.ábra: Teásszett

64. sz.ábra: Teásszett előlnézete

65. sz.ábra: Robbantott ábra

66. sz.ábra Kancsótető

67. sz. ábra: Csésze

68. sz.ábra: Szimbolikus kép, „szingliként” a világban

<https://www.tommackie.com/image-detail/index/id/15744/>

12. Irodalomjegyzék

Benjamin Hoff: Micimackó és a Tao, Szépirodalmi könyvkiadó, Budapest, 1982

Okakura Kakudzó: TEÁSKÖNYV Nemes Ágnes fordítása, Terebess Kiadó, Budapest, 2003

Alcraft, Rob: Teák (Kudos, Ilia, Budapest, 2003)

Miklós Pál: A Zen és a művészet, Magvető Kiadó, Budapest, 1978

Berke Sz., Jakusovszki D.: Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Piacgazdasági és Marketing Tanszék - A tea, mint funkcionális élelmiszer: táplálkozási előnyök és fogyasztói magatartás, 2005

Katona Imre: A magyar kerámia és porcelán, Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata, Budapest, 1978

Kőhegyi Orsolya: A herendi porcelán, Kossuth Könyvkiadó, Budapest, 2003.

Dr. Sikota Győző: Hollóházi porcelán, Finomkerámiaipari Művek Stúdiója, 1973

Dr. Géczy-Laskai Judit: Kézművesség – a technika, gyakorlat és életvitel tantárgy kiegészítő jegyzete, Budapest, 2015

http://tamop2014.tok.elte.hu/dok/szakmai_anyagok/tp_modszertani_anyagok/Geczy_Laskai_Judit_2015_Kezmuvesseg.pdf

Bender-designer:

<https://bender-designer.webnode.hu/desingn/mi-a-desingn/>

Horváth Dóra: A termékdesign sajátosságainak szerepe a termékek fogyasztói megítélésében, A forma tartalma, Ph.D. Disszertáció, 2001,

http://phd.lib.uni-corvinus.hu/635/1/Horvath_Dora_dhu.pdf

Rövid Irén: Pillanatfelvétel a szinglikről – A szinglik általános és területi jellemzői a népszámlálási adatok alapján, Központi Statisztikai Hivatal, PTE-BTK Demográfia és Szociológia Doktori iskola, 2018

Farkas Tímea: (2004)., „A magyar szingli férjhez akar menni.” Népszabadság, 2004.03.08.

Kopp Mária: Európa fórum, Magyarország a színes Európában, A „kényszer szinglik” Európája 2011.

<https://slideplayer.hu/slide/2872283/>

L.T.: Két-ség a Szingli lét 2011.

<http://www.eletunk.eoldal.hu/cikkek/nok-es-ferfiak/ket-seg-a-szingli-l-et.html>