



Látjuk

MELLÉKLET

**FIATAL MAGYAR
SZAKEMBEREK
A VIZUÁLIS
KULTÚRÁRÓL**

Világszínvonalú művészeink és vizuális szakembereink vannak, de a felvevőpiac és a nagyközönség szemlélete még nem nőtt föl ehhez, véli az a tizenkét fiatal magyar szakember, akiket megkértünk, hogy fejtsek ki a véleményüket a *hazai látható kultúra* helyzetéről, és akiknek a munkáival gyakran találkozhatunk magunk is. Mi az, ami körülvesz bennünket? Milyen szerepet tölt be mindez a mindennapjainkban, illetve hol a helye a magyar vizualitásnak a világban? Beszélgettünk az adott szakterület problémáiról, az alkalmazott művészet és önkifejező művészet vi-

szonyáról, a finanszírozásról, szakképzésről, keresletről és kínálatról. A forrásigényes műfajok nehezebb helyzetben vannak, és mindenkit sújt a megrendelők óvatossága, és sok esetben hozzá nem értése is, derült ki, és mindez a minket körülvevő világban is visszatükröződik. A helyzet nehéz, de nem reménytelen: az internet és a technikai fejlődés sok területen hozzájárulhat a demokratizálódáshoz, és általános tapasztalat, hogy minél jobb valaki a szakmájában, annál inkább szabad kezet kap, így lassan ugyan, de lehetősége adódik a szemléletformálásra.

Baráth Dávid

MELLÉKLET

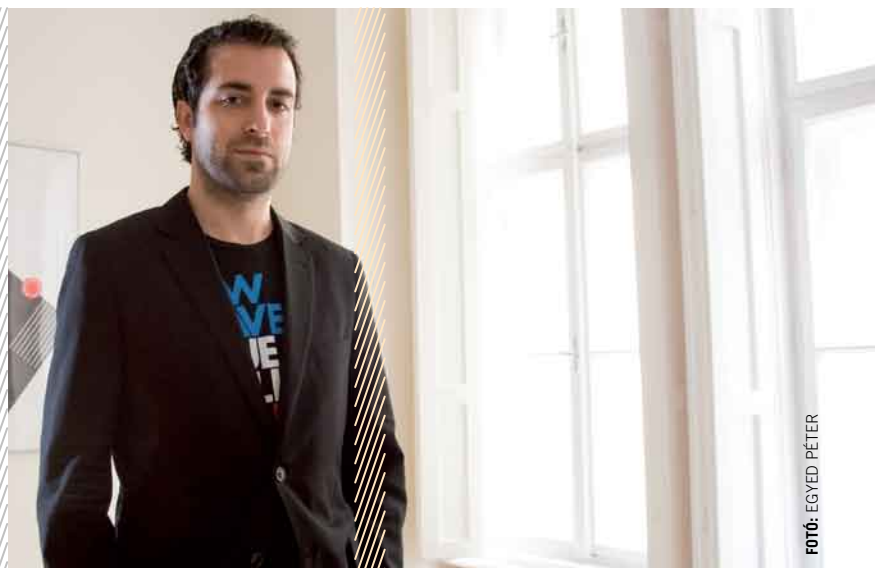


Fejlődést mutat a hazai vizuális kultúra Baráth Dávid szerint. Baráth úgy véli, vannak tehetséges, fiatal alkotók, dizájnerek, divattervezők, akik képesek eredeti és valódi értékkel bíró alkotásokat létrehozni. Külön kiemelte a Design Hét jelentőségét, mely évről évre színvonalasabb szakmai rendezvénné válik. Nagyon fontosnak tartja továbbá a pályázatokon való indulást, szerinte a fiatal grafikusoknak, dizájnereknek mindenképp létfontosságú, hogy a költségeket vállalva elinduljanak külföldi, megmérettetések is, mert ez ad lehetőséget, hogy kiléphessenek a nemzetközi szintérre, megismerhesék őket külföldön is.

A megbízók hozzáállása terén is növekvő nyitottságot tapasztal, bár többnyire ma is nehezen fogadják el, hogy egy grafikus, art director nemcsak logót tervez, hanem teljes arculattervezést is vállal. Ugyanakkor még mindig igaz, hogy Magyarországon jóval kevesebb a pénz az igényes vizuális kivitelezésre. Látványosan tetten érhető ez a kiadványok területén, külföldön ugyanis

nagyságrendekkel több pénzt hajlandóak kifizetni azért, hogy akár egy egyszerű meghívót nivós technológiával, minőségi anyagokból készítsenek. A pénzhiány egyébként rendszeresen visszatérő probléma a piacon, Baráthnak is van olyan elismert, sőt publikált arculatterve, mely végül nem valósulhatott meg a pénztelenség vagy éppen a hazai bürokrácia rugalmatlansága miatt. Magát ennek ellenére szerencsésnek tartja, egyre inkább sikerül elfogadtatnia megbízóival, hogy a minőségnek ára van.

Emellett sajnós jellemző sajátosságunk, hogy gyakran nem becsüljük meg a tehetséget. Jó példa erre, hogy több kiemelkedő magyar grafikusművész, plakátművész gyakorta ismertebb és keresettebb külföldön, mint Magyarországon és olykor a hazai versenyeken is leszerepelnek olyan munkák, melyek külföldi pályázatokon komoly sikert értek el. Szomorú tendencia továbbá, hogy nincs már meg az érdeklődés és az igény a komoly hagyományokkal rendelkező művészi magyar plakát iránt.



FOTÓ: EGYED PÉTER

BARÁTH DÁVID, GRAFIKUS, DIZÁJNER

Újvidéken született 1977-ben, 1993 óta él Budapesten. Kezdetben reklámügynökségeknek dolgozott grafikusként és art directorként, később a fotózás iránti szenvedélye miatt átszerződött a magánpiacra: a Marqard Mediánál kezdett dolgozni kreatív producerként. Majd megalapította saját vizuális ügynökségét, a Visual Groupot. Ezenkívül mint kreatívigazgató vezeti a 321 Associates nevű kreatívügynökséget, továbbá tanácsadóként közreműködik a G13 kortárs galériában is, 2008-ban pedig többedmagával megalapították a Boook Kiadót. Tagja a Magyar Plakát Társaságnak és a Magyar Grafikusok és Tipográfusok Társaságának. Elsősorban arculatokat, plakátokat és tipográfiai alapú terveket készít, az utóbbi időben szakmailag leginkább a dizájn-építészet-grafika összefüggései foglalkoztatják. 2009-ben Aranyrajzszőg Díjjal tüntették ki, mely a legrangosabb hazai elismerés a tervezőgrafika területén, munkái pedig Mexikótól Hongkongig a világ számos pontján szerepeltek kiállításokon és dizájnkatálogosokban.

MELLÉKLET

Gróf Balázs



„Nem hiszem, hogy különösebben benne lennénk a nemzetközi vékeringésben. Pécssett, az Európai Kulturális Főváros programjában talán az egyetlen »világhírű magyarként« aposztrofált, vizualitással kapcsolatos esemény a Pécsről elszármazott bauhausosok kiállítása lesz. Ők meg ugye nem mostanában tevékenykedtek, hanem bőven a múlt század első felében” – mondja Gróf Balázs, aki szerint a legszembetűnőbb elmaradás a hétköznapokban, az utcán is tetten érhető. Úgy véli: „már az óvodában el kéne kezdeni a vizuális nevelést, kezdve azzal, hogy milyen színű nadrághoz milyen színű ing passzol. Az általános iskolától kezdve pedig el kéne felejteni az unalmas, rajzórának nevezett időpocsékolást, és olyan vizuális nevelési foglalkozásokat kellene bevezetni, amikben az rajzol, aki tényleg akar, de mindenkinek lehetősége lenne a vizuális kommunikáció egyéb fajtáival is kísérleteznie. A személyi számítógépek és az internet világában már ez lehetne a minimum.”

Gróf Balázs szerint a képregény mint műfaj helyzete Magyarországon nem túl rózsás, ugyanis a képregény itthon még marginálisabb eleme a kultúrának,



mint például Nyugat-Európában. Az elmúlt években egyre több hazai kötet jelenik meg, és egyre több képregényt lehet kapni a boltokban, „de az átlagos könyvvásárló számára ez még mindig a gyerekek műfaja, komolytalan dolog, hiába jelenik meg közben például a politikai témájú, animációs filmváltozatban világhírű Persepolis magyar fordításban is.”

„Nekem óriási szerencsém van az Est Médiaival, mert amióta csak nekik rajzolok, még sosem volt arra konkrét példa, hogy valaki »felülről« mondja meg, milyen

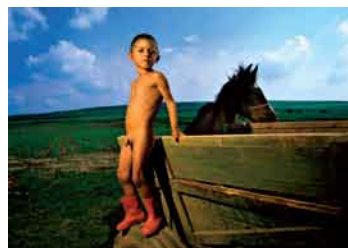
képregényt kellene csinálnom, így ez a munka tekinthető önkifejező művészetnek is. Amikor animációs videoklipet készítetek, olyankor szintén rengeteg lehetőségem van a személyes ízlésem, ötleteim megjelenítésére, és itt kifejezetten az az izgalmas, hogy mindezt hogyan tudom az adott zeneszám hangulatához, ritmusához igazítani, alkalmazni” – mondja Gróf, aki számára a legjobb visszajelzés a munkáját illetően, ha szembejön vele egy általa kitalált rajz a hétköznapokban, például pólómintaként egy rockfesztivál látogatóján,

vagy ha látja az egyik képregényét, amit a személyzet vágott ki az újságból és ragasztott ki egy szórakozóhelyen a bárpult fölé.

GRÓF BALÁZS, KÉPREGÉNYRAJZOLÓ, RAJZFILMES

1976-ban született Pécssett, rajz és vizuális nevelés szakon végzett a Pécsi Tudományegyetem Művészeti Karán. 1996 óta publikál az Est Lapokban, rajzolt többek között a Wanted magazinba, az Enigma művészetelméleti folyóiratba és a szlovén Stripburger magazinba. Két könyve jelent meg: A Mecsek legalja a Hétköznapi Csalódások punkzenekar történetéről, illetve egy képregénygyűjtemény. Számos videoklipet és animációs filmet készített, több magyarországi tárlata mellett állított már ki Belgiumban, Portugáliában és Szerbiában is.

Hajdu András



HAJDU ANDRÁS, FÉNYKÉPÉSZ

1973-ban született, 1994-től 95-ig a *Mai Nap* gyakornoka, 1995-1997 között a *Ferenczy Europress* és a *Népszava* munkatársa volt. 1997 óta szabadúszóként együttműködik többek között a *Marie Claire*, a *Glamour*, a *Stílus*, a *Colors*, a *Balkon* és az *Octogon* folyóiratokkal, illetve a *DDB*, a *Relatív*, a *J. Waters Thompson*, a *Leo Burnett* és az *Akcio* reklámművészekkel. 1994 és 2008 között hét díjat nyert – három elsőt, két másodikat, egy harmadikat, illetve egy különdíjat - a *Sajtófotó Pályázat*on, három évben nyerte el a *Pécsi József Fotóművészeti Ösztöndíjat*, elhozta az *ARC óriásplakát-pályázat*ának fődíját és egy kategória első díját, valamint a *Szalmaszál a Hajléktalanokért Alapítvány országos fotópályázat*ának első díját is.

Kis késésben van a magyar vizuális kultúra a világhoz képest, mondja Hajdu András, aki szerint vannak ugyan kimagasló teljesítmények, de azok is részben utánérzések, utánlövések. Az internet szabadsága és elérhetősége azonban demokratizálhatja a helyzetet, most már nem kell drága magazinokat venni ahhoz, hogy az ember képbe kerüljön. A közeg, a világ, amiben felnövünk, szocializálódunk, azonban még mindig

nem annyira ingergazdag, mint Nyugat-Európában.

A vizualitást nagyon komolyan meghatározza a felvevőpiac, és ezen a téren nagyon nagy lemaradást érez szemléletben, mondja. Hiába vannak jó szakemberek, nem tudják az akaratukat, ízlésüket érvényre juttatni, és mire a megjelenésre kerül sor, komoly erodáláson mennek keresztül az anyagok. Ez jó ürügy persze arra is – ami emiatt idővel kialakul –, hogy ne teljes erőbedobással dolgozzanak a fotósok. A napi robot, a napi elvárásoknak való megfelelés okozta energiavesztés aztán jelentősen csappantja az emberek művészi önkifejezési ambícióit is. Minél kezdőbb valaki, annál sérülékenyebb, annál jobban próbálja irányítani őt a megrendelő. „Van persze, akit kizárólag azért fizetnek, hogy olyat csináljon, amit csak ő tud. Ez egyébként egy jó mérce: minél szabadabban dolgozhat valaki, annál jobb szakmailag, annál több pénzt keres, annál jobb a helyzete” – mondja Hajdu.

„Szerencse, szorgalom, tehetség, kapcsolati tőke: ennyi a képlet. Bármelyik nélkül nagyon nehézkesé válik a fejlődés

és vagy az érvényesülés” – véli, hozzátéve: kitartónak kell lenni, minden rezdülésre, változásra kell figyelni a művészetben és a piacon is. Jó oktatással, jó tanároktól, mesterektől tanulva évtizedeket lehet spórolni, mondja, de véleménye szerint az itthoni képzés azért hagy kívánnivalót maga után.

Nehéz az iszonyú zajból kitűnni, mindenhol vizualitás ömlik ránk. Azzal, hogy technikailag sok nehézség kiküszöbölődött, sokak számára elérhetővé vált a fényképezés, azonban sokszor nincs a képek mögött tartalom, gondolat. Ezzel együtt a tömegkultúra és a magaskultúra szembeállítás, a magaskultúra feltétele Hajdu szerint „csak manír meg hiszti”. Sok fotós, sok képzőművész van, és van is igény rájuk; sőt a mostani hazai fotósmezőnyben szerinte legalább nyolc-tíz kimagasló tehetség van, aki a világban bárhol megállná a helyét. „Optimista vagyok, lassú folyamat ez, de látszik a javuló tendencia” – mondja.





FOTÓ: EGYED PÉTER

Je Suis Belle



„A fiatalok körében kezd kialakulni egy nagyon individuális és fogékony új ízlés, ami akár a közízlést is formálhatja” – véli a két fiatal tervező. A blogok és közösségi portálok gyors és szabad utat engednek a vizuális közléseknek és az önkifejezésnek. Ugyanakkor az átlagosan fogyasztható vizuális kultúra legtöbbször hadilábon áll a jó ízléssel. Am ez a „környezet-szennyezés” szerintük nem magyar sajátosság.

A divattervezés is átalakulóban van Magyarországon. Az átlagember számára a tervezői divat sokáig hordhatatlan és méregdrága ruhákat jelentett, több fiatal tervezővel egyetemben ők viszont éppen azon dolgoznak, hogy ez a megítélés változzon és elérhető, jó minőségű alternatívát kínáljanak a nagy úgynevezett high-street, azaz prémium fogyasztói márkák mellett.

„Másképp itthon a közmegegyezés szerint a divat eddig nem képezte a kultúra részét és csak a piaci szempontokat figyelmen kívül hagyó, már-már képzőművészeti igénnyel készülő ruhák minősültek csak értékteremtőnek” – mondják. Az utóbbi

években ez a szemlélet is megváltozni látszik, a dizájn szerepe egyre inkább felértékelődik a szakmában. A divat azonban az állam számára még mindig komolytalan iparág, nem nyitottak arra, hogy kiaknázzák a benne rejlő anyagi lehetőségeket. Ösztöndíjak és díjak ugyan segítik őket a munkájukban, de ennél nagyobb odafigyelésre lenne szükség, vélik.

DÉVÉNYI DALMA ÉS KISS TIBOR

2007 nyarán diplomáztak a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem öltözképtervező szakán. Dolgoztak a PEP! magazinnak és a The Room magazinnak fashion directorként és fashion editorként. 2005-ben megalapították saját márkájukat, a Je Suis Belle-t, azóta hivatásos divattervezőként ennek építésével, tökéletesítésével foglalkoznak. Számos díjban, elismerésben részesültek, 2005-ben a dániai H.C.A. International Fashion Design Competitionön lettek elsők, 2007-ben az év hazai fiatal divattervezőjének választották őket, 2008-ban Moholy Ösztöndíjat, 2009-ben pedig Magyar Formatervezési Díjat nyertek. Munkáikat Berlinben és New Yorkban is láthatta már a nagyközönség.

Kosaras Mihály

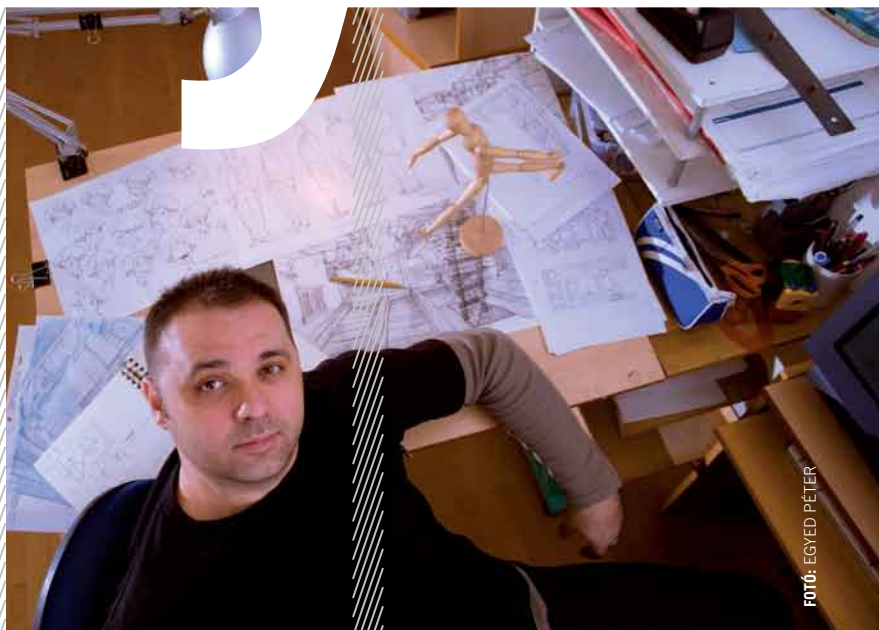
MELLÉKLET



KOSARAS MIHÁLY, ANIMÁCIÓS FILMES, STORYBOARDRAJZOLÓ
Szolnokon született 1970-ben, eredeti végzettsége fazekas. Egészen 1995-ig népművészettel foglalkozott, ám ekkor egészségügyi okokból abbahagyta és 1996-ban áttért az animációs filmgyártásra. Fázisrajzolóként kezdte a Loonland Animációs Stúdióban, ott végigjárta a számítástechnikát, azóta pedig számos egészestés filmben és sorozatban dolgozott animátorként, köztük a Macskafogó 2-ben. Figuraterveket és látványterveket is készít. 2004 óta a reklámszakmának is dolgozik, ügynökségeknek készít storyboardot reklámfilmekhez. Jelenleg szabadúszó, éppen egy német animációs sorozathoz készít storyboardot, és részt vesz az utómunkában is.

Az animáció területén a világ elhaladt mellettünk – állítja Kosaras Mihály. A 2D-s és 3D-s animációs programok jelentősen felgyorsították a gyártást, ami így már nem igényli a nagy létszámú kreatív jelenlétet. Ez szerencsére nem jelenti azt, hogy a kézi rajzolás a múlté lenne, hiszen a tervezési folyamatban továbbra is nélkülözhetetlen marad. Meg van ugyanakkor győződve arról is, hogy lesz még reneszánsza a hagyományos, szabdkézi animációnak.

Úgy véli, nem túl rózsás a műfaj itthoni helyzete. Míg a 70-es és 80-as években a világ élvonalába a magyarok tartoztak, és volt mivel megjelenni a nemzetközi szinten, a rendszerváltás után megszűntek az állami, televíziós megrendelések, és a Pannónia Filmstúdió bezárásával gyakorlatilag megszűnt a nemzeti animációs filmgyártás. A kecskeméti animációs stúdió, a Kecskemétfilm maradt az utolsó bástya, ahol máig folyamatos gyártás folyik, a két évente megrendezésre kerülő Kecskeméti Animációs Film Fesztivál pedig nemzetközileg ismert és elismerté vált. Mivel rendkívül költséges műfajról van szó, ezért



FOTÓ: EGYED PÉTER

nagyon ki van szolgáltatva a mecenatúrának, befektetők kellenek hozzá. Kosaras szerint nem volna szerencsés, ha a magyar vizuális kultúra szerves részét képező animáció még sokáig magára lenne hagyva.

Általánosságban úgy látja, hogy életünk számos más területéhez hasonlóan a vizuális világ is hihetetlenül felgyorsult. Tapasztalata szerint Magyarországon is egyre fontosabb szerepet tölt be az emberek

életében a közvetlen környezetük, a látható tárgyi világ, az épített környezet. Merthogy nem mindegy, mi vesz minket körül, és ebből a szempontból talán igényesebbek lettünk.

Lipovszky Lél Keve



Alkotók terén nem, de befogadás terén rendkívül le vagyunk maradva a világtól, véli Lipovszky Lél Keve. „Sok jó ember van, sok jó elképzelés, de a piac még nem érett meg, a döntéshozók lényegesen óvatosabbak itthon” – mondja. Nagy változások folynak most, teszi hozzá, főleg a válságnak és a webkettőnek köszönhetően: a hivatalos tartalomelőállítókkal szemben teret kaptak a nem hivatalos tartalmak, a blogok, a mikroblogok, a közösségi média; az individuuum sokkal nagyobb szerephez jut. „A szabadság beszűrődik mindenhová” – mondja. Lassan a vállalati szférában is rájönnek, hogy nem érdemes sematikus módon gondolkodni. Az egyéniség, a karakteresség, valaminek a felváltása pozitív piaci hozadékkal is járhat.

„Az én munkám igazából az, hogy egy webes szolgáltatásnak megteremtsem az érzelmi interfészét, azt, amihez a felhasználó tud csatlakozni, és így át tudja érezni a brandet. Az ember érzelmileg motívált lény, azaz sosem pusztán a tiszta haszonért dolgozik. Szeretjük a szépet, azt gondol-

juk a szebb dolgokról, hogy jobbak is.” Ezzel együtt az informatikai szektorban a dizájn nem központi szereplő abból a szempontból, mondja, hogy ugyan a felhasználói élménynek nagyon komoly része, de figyelembe kell venni más tényezőket is, mint ergonómia, felhasználóbarátság, átláthatóság és könnyű navigáció. Mindezek és az emberi pszichológiának az ismerete együttesen ad csak jó végeredményt. A terület legnagyobb problémája szerinte, hogy a legnagyobb projektek általában kapkodva születnek: a döntéshozással, előkészítéssel rengeteg idő elmegy, a kivitelezéssel pedig már sietni kell. „A kilencven százalékát annak, amivel a weben találkozunk, kapkodás szülte.”

„A mai világban a dizájn már ott elkezd alárendelt szerepbe kerülni, amikor már általános iskolában mindenhol azt hallod, hogy a rajz- meg az énekóra az marhaság. Én festőművészként végeztem, és mindenki azt mondta nekem, hogy éhen fogok halni. De nem ezen múlik. Ha az embernek egyéni látásmódja van, ha éhes szem-

mel nézed a világot, akkor boldogulsz.” Lipovszky szerint ezt a szakmát nem lehet tanítani, mindenkinek azt szokta mondani, hogy inkább kezdjenek el dolgozni egy olyan cégnél, amelynek a munkáit, hozzáállását szeretik. A tanulásnak mindig megvan az a hátránya, hogy nincs kockázat, nincsenek kihívások, és mire valaki oktatni kezd, már el is távolodik a szakma sűrűjétől, véli. „Én nagyon sokat tanultam másoktól, de őket nem a tanáraimnak, hanem a kollégáimnak hívtam.”

LIPOVSZKY LÉL KEVE, WEBDIZÁJNER

1976-ban született, a Pécsi Tudományegyetemen tanult festészetet. Dolgozott a Carnationnél dizájnernként, majd szabadúszóként a Mirai Interactive-nak, a Kirowskinak és Caruselnak. Art director volt az Arcus Interactive-nál, aztán az Indexhez igazolt, ahol többek között az Inda-hálózat tervezésében és létrehozásában vett részt. Tavaly óta saját, The Cook nevű cégében tölti be a kreatívigazgatói tisztelet.

Pohárnok Iván

MELLÉKLET



„Nem tudom, hogy létezik-e olyan, hogy magyar vizualitás: az itt élő emberek az itthonról és külföldről vegyesen érkező vizuális ingereken nőnek fel, hat rájuk Madonna videoklipje, majd rá öt percre a sarki lacikonyha cégtáblája” – mondja Pohárnok Iván. Nemzetközi szinten szerinte inkább egyének vizualitását, képi gondolkodását szemlélik, ez alapján ítélnék meg bennünket. Ahol képíráson nőnek fel, mint például Japánban, ott mindig is fogékonyabbak lesznek az emberek a képi világra, véli, de vannak nálunk ilyen szempontból sokkal rosszabb helyzetben levő területek is.

Pohárnok cége kilencven százalékban amerikai és nyugat-európai piacra dolgozik, tervez és/vagy kivitelez. Ugyan ide a legnehezebb betörni, itt a legnagyobb a verseny, de itt értékelik leginkább, ha minőségi munkát végeznek, mondja. A nemzetköziség ezen a területen különösen fontos, hiszen a hazai piac kicsi, és az itt elérhető munkák zöme valamilyen áttételen keresztül külföldi

megrendelők számára készül. „Több mint húsz éve dolgozom a szakmában, és noha a magyar filmtrükkgyártás létjogosultsága kicsit a jamaikai bobcsapatéhoz hasonlított, az a tapasztalatom, hogy fáradtságos és kitartó munkával bármilyen szakterületen lehet sikert elérni.” A terület problémája szerinte, hogy kevés az olyan szakember, aki megbízhatóan, határidőre, ismétlődően jó minőségű munkát tesz le az asztalra, és folyamatosan képi magát. Emellett még mindig kevesen beszélnek jól idegen nyelveket, ez pedig az önképzést is és a külföldi ügyfelekkel való kommunikációt is jelentősen gátolja. Általánosságban úgy érzi, hogy az itthoni közegben „túl sokat panaszkodik mindenki, túl sok a negatív bírálat, és kevés a dicsérő, lelkesítő szó, ami energiát adna az embereknek.”

De az elmúlt húsz évben nagyon sok minden javult, az internet felgyorsította a kommunikációt, a kutatómunkát, az információcserét, mondja Pohárnok. Az ország anyag- és eszközellátottsága

összehasonlíthatatlan a korábbival, gyorspostával bármit be tudnak már szerezni pár nap alatt. Viszont a pénzhány leküzdése kreativitással, munkaszervezéssel mindig is fontos szempont lesz Magyarországon, véli.

POHÁRNOK IVÁN, MASZKMESTER

1970-ben született, édesapja Pohárnok Mihály formatervező, testvére Pohárnok Gergely operatőr. A speciális effektusokkal már tizenévesen elkezdett foglalkozni, Dick Smith neves hollywoodi maszkmesterrel levélben tartotta a kapcsolatot. A gimnázium után az Egyesült Államokba utazott, hogy személyesen tanulhasson Smithnél. Hazatérése után a Képzőművészeti és az Iparművészeti Egyetemen is tanult. Saját, Filmefex nevű cégét 1996-ban hozta létre. Munkái láthatók többek között a Hellboy 2-ben, a Taxidermiában, az Alien vs. Predatorban, az Utolsó számúrájban és az Underworldben.

FOTÓ: EGYED PÉTER



Stark

Attila

MELLEKLET



STARK ATTILA, GRAFIKUS, FESTŐMŰVÉSZ

1979-ben született, a pécsi Művészeti Szakközépiskolában és az Iparművészeti Egyetemen tanult, Ljubljanában és Barcelonában is tartózkodott ösztöndíjjal. 2004-ben Gál Mátyás díjban részesült. 1994-től kezdődően több mint ötven, egyéni és csoportos kiállításon voltak láthatók a munkái, a számos magyarországi kiállítóhely mellett többek között Bolognában, Tokióban, Párizsban, Helsinkiben, Bukarestben, Londonban vagy Szentpéterváron. Alkalmazott munkái – könyvborítók, flyerek – két kötete jelent meg Kulo City és Bélváros címmel, illetve Ágoston Béla zenésszel közösen kiadtak egy cd-ből és képregényből álló kiadványt is. A Roham magazin dizájnere.

„Kaotikus, igénytelen, vérszegény. Túl sok jó nem jut eszembe – mondja Stark Attila a mai magyar vizuális kultúráról. Majd azért hozzáteszi: – de nem szeretek panaszkodni, mert van igen sok szép dolog is.”

Magyarországon nagyon korlátozott minden, és ha valaki befut külföldön, akkor az azért is lehet, mert túl tud lépni ezen a korlátoltságon, véli. „Ezért nem hiszem, hogy odakint sokat számít, hogy ki honnan jött. Egyébként fogalmam sincs, milyen a nemzetközi megítélés, de az biztos, hogy nem kavarunk innen túl nagy port. Nyilván van, ahol többre értékelnek egy szakmát, és ettől az értékesebb dolgok kerülnek felszínre, ami visszafelé is működik. De szerintem itthon az érték maximum szubkulturális szinten él.”

Létezik Magyarországon jó grafikusszakképzés, de ez valójában lényegtelen, mert valódi vizuális kultúra nem létezik, a megrendelők nem látják, nem értenek hozzá, mondja. „Mindegy, hogy tanultunk-e, mert a munkákat úgyis elviszi a nyomulós, tehetségtelen, dilleltáns ismerős vagy rokon.” Az alkalmazott művészet és önkifejező művészet

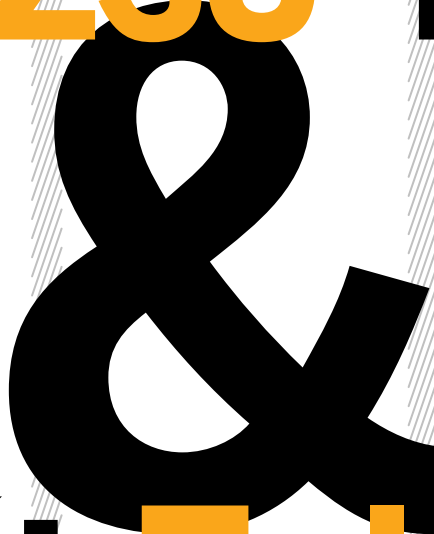


FOTÓ: EGYED PÉTER

viszonyáról Starknak hasonlóan sarkos véleménye van: „Ahol sok pénz van, ott az önkifejezés csak kamu, ürrügy vagy lopás, ez a mai gyakorlatban igazából két ellentétes dolog.” Ha a maga öröme készít valamit, akkor természetesen legfeljebb magát korlátozza, mondja, a megrendelő meg remélhetőleg azért őt keresi meg, mert tetszenek neki a munkái, és reméli, hogy ezt másban is tudja hozni. „De ennek ellenére van, aki azt hiszi, hogy pontosan meg

fogom csinálni, amit ő kitalált.” A legtöbb visszajelzés közeli vagy szakmai környezetből jön, mondja Stark, azt nem érzi, hogy a társadalom egészének vizuális kultúrájára ilyen módon hatással lehet lenni. „Ez egy fontos dolog, de amikor csinálok valamit, ez érdekel legkevésbé.”

Dezső Tamás



FOTÓ: DEZSŐ TAMÁS

Salát Zalán Péter



„Vékony az a réteg, aki fogékony az igényes vizuális kultúrára, legyen az akár megrendelő vagy nagyközönség, akinek készül. Hiányzik a jó ízlés az emberekből” – mondja Salát Zalán Péter.

Dezső Tamás szerint is nehéz ezügyben optimistának lennünk, de hozzáteszi: „Annyi azonban biztos, hogy az általános vizuális káosz ellenére legalább egy lépéssel már előrébb tart az ország: van, aki már felfigyel a törekvésekre.” Akiben megvan a potenciál, gyakran külföldre dolgozik. Itthon nincs piac, nem alakul ki verseny, és nincs, ami generálja a fejlődést, véli Dezső Tamás, aki szerint ezen a területen elengedhetetlen a folyamatos önképzés, de erre kevesen szánják rá magukat.

Ráadásul a tömegek vizuális kultúráját leginkább olyan operátorok határozzák meg, akik jól megtanulták a programok használatát, de a legalapvetőbb tipográfiai szakkönyvet sem forgatták a kezükben. „Nagyon fontos lenne, hogy a középfokú végzettségű tervezőgrafikusokat is komolyabban képezzék” – mondja Salát

Zalán Péter. Szerinte a fiatalok nagy része csak hamar sok pénzt akar keresni, miközben sosem tanulják ki a mesterségüket. „Természetesen léteznek kivételek, és akadnak bizakodásra okot adó kezdeményezések. Vannak jó tervezők itthon, csak ha nem tudjuk a tudásukat eladni a megrendelőinknek, és nem tudjuk őket meggyőzni, hogy az »alkotóember« határozza meg a vizuális kultúrát és ne a »pénzember«, akkor a végeredmény még mindig az, amit egy nemzetközi magazinokat is áruló újságos bódénál lehet látni: ordít a különbség a hazai és a külföldi lapokat kínáló pulatok között.”

„Mindenhol rendet kellene tartani, ahol betűk, számok, képek jelennek meg. Miért nincs a városainknak tipográfusa, aki meghatározza, hogy milyen betűtípusok jelenhetnek meg az utcákon? Miért nem szakember mondja meg, milyen betűtípusból legyenek az autóink rendszámai? A rendőrségen miért nem fotográfus készíti a fényképet az igazolványainkhoz? Engem borzasztóan zavar mindez. Mert elég elmennem Bécsig, Prágáig, ahol vizuális él-

mény végigsétálni az utcákon. És ha ezt már gyermekként megszokod, akkor lesz vizuális kultúrad. Iskolában megtanulni ezt nem nagyon lehet” – mondja Salát Zalán Péter.

„Szerencsés helyzetben vagyunk a Múzeum Caféval. Nem kellett győzködnünk a Szépművészeti Múzeum vezetőit: saját betűket vehettünk, külföldi ügynökségektől vásárolhatunk fotókat, külön embert foglalkoztathatunk a képek nyomdai előkészítésére, módunkban áll különleges kreatív papírral és a legmegbízhatóbb nyomdával dolgozni” – mondja Dezső Tamás. Salát Zalán Péter hozzáteszi: „Váratlan helyekről kapunk visszaigazolást, sokszor külföldről is. Legutóbb egy római könyvtárigazgató kezébe került a magazinunk, aki azonnal felhívta a Szépművészeti Múzeumot: annyira tetszik neki a Múzeum Café, hogy az összes eddigi számból szeretne kérni, és a jövőben megjelenésenként két példányt le szeretne fűzni a könyvtárában.”

Dezső Tamás és Salát Zalán Péter Kovalik Mátéval, Suszter Viktorral és Lencsés Dáviddal közösen alkotta meg a Kreatív 2009-es magazindíjazn-versenyén győztes, a Szépművészeti Múzeum által kiadott Múzeum Café-t.

DEZSŐ TAMÁS, FOTÓGRÁFUS

Dezső Tamás és Salát Zalán Péter Kovalik Mátéval, Suszter Viktorral és Lencsés Dáviddal közösen alkotta meg a Kreatív 2009-es magazindíjazn-versenyén győztes, a Szépművészeti Múzeum által kiadott Múzeum Café-t. Dezső Tamás 1978-ban született Budapesten. Négy év napilapos felkészülési idő után 2004-től szabadúszó magazininfotósként dokumentarista sorozatokon dolgozott. Kelet-Európában készített, szociális tematikájú fotóesszéjeit itthon többször választották az év fotóriporterének. 2006-ban World Press Photo-díjat nyert, az Amerikai Egyesült Államok legrangosabb sajtófotó versenyén pedig öt választották az év legjobb magazinfotósának. Munkáit többek között a National Geographic, a német GEO, a Time és a New York Times közölte. A Múzeum Café magazin képszerkesztését Kovalik Mátéval közösen végzi, 2007 óta.

SALÁT ZALÁN PÉTER, TERVEZŐGRAFIKUS

Salát Zalán Péter tervezőgrafikus 1972-ben született Budapesten. Laptervezést, tipográfiát az egykori Magyar Hírlap Oktatási Stúdióban tanult Nádaai Ferenc vezetésével. 1995 óta a Magyar Hírlap munkatársa, a napilapnak, az újság magazinjainak, mellékleteinek és időszaki kiadványainak tervezőszerkesztője, 2005 óta a lap művészeti vezetője, arculatának tervezője. A 2007-ben alakult Lead82 alkotóközösség egyik alapítója. 2008-ban egyik könyvterve a világ legrangosabb fotókönyvversenye, a Leica European Publishers Award finalistája lett. A Múzeum Café tervezését Lencsés Dáviddal és Suszter Viktorral közösen végzi, 2007 óta.

Szöllősi Géza

MELLÉKLET



FOTÓ: EGYED PÉTER

A nyugati színvonalhoz képest Magyarország folyamatos késésben van a vizualitás terén, és hosszú ideig nem is fogunk tudni felzárkózni – véli Szöllősi Géza, aki szerint a magyar képzőművészet továbbra is túlzottan olajfestmény-alapú. Szöllősit az utóbbi időben elkerülték a reklám világából érkező felkérések, bár bevallása szerint többnyire korábban sem értették meg egymást az aktuális megbízóval. Ezért főként színházaknak és egyéb kulturális szervezeteknek készít plakátokat, grafikai

munkákat, mert tapasztalata szerint a kereskedelmi szférában komoly gátja van a kreativitásnak.

Bár a kulturális szféra köreiből érkező megbízókkal sem mindig könnyű együtt dolgozni, azonban kötetlenebb a hangulat, és legalább úgy érzi, hogy értéket ad azazal, amit csinál. Amellett, hogy jelentős ellentétet lát a kereskedelmi és a kulturális szféra között, szerinte a művészet berkein belül sem teljes az összhang: bár fiatalon már a legnevesebb magyar képzőművészekkel állíthatott

ki a Műcsarnokban, iparművész végzettsége miatt mégis máig kissé „gyanakodva” tekint rá a képzőművészközeg.

A fiatalok helyzetét nem látja könnyűnek a szakmában, a diákok nem kapnak valós megbízásokat egyetemi éveik alatt, és felkészületlenül pottyannak bele a valódi közegbe. A közpénzből működő kulturális intézmények tehetnének ez ellen, megbízásokkal, munkákkal láthatnák el a fiatal képző- és iparművészeket. Többek között ez a probléma is motiválja a Roham című magazin készítésében. A lap jelentőségét részint abban látja, hogy fiatal kortárs művészeknek terem egy olyan fórumot, ahol kötetlenül mutathatják meg tudásukat, képességeiket.

Válasz ez egyben arra is, hogy itthon látványosan előnyben vannak azok a művészeti ágak, amelyeknek megfogalmazása szerint „van médiája”. Elsősorban a színházat és a filmet sorolja ide, és ezek mellett a képzőművészet csak másodvonalon kullog, jóval kevésbé része a köztudatnak.

SZÖLLŐSI GÉZA, VIZUÁLIS MŰVÉSZ, LÁTVÁNYTERVEZŐ

1977-ben született, több kitérő után 2004-ben diplomázott a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Vizuális Kommunikáció Tanszékén. Hússzobrai keltették fel Pálfi György filmrendező figyelmét, aki felkérte őt, hogy legyen a Taxidermia speciális art dizájnere. A filmhez készült látványtervekkel diplomázott is egyben, ezt az év legjobb diplomamunkájának választották a tanszéken. A nagyközönség leginkább innen, illetve az Ópium: Egy elmebeteg nő naplója című filmből ismerheti a munkáit. Sokan, sokféleképp hatottak rá, közülük is kiemelkedő a Young British Artists hatása, az utóbbi időben pedig a kínai Cai Guo-Qiang és a kultrendező Alejandro Jodorowsky munkái érintették meg intenzíven.