

Fiáth Henrietta

# Design és demokrácia

doktori értekezés

Témavezető: Szentpéteri Márton PhD habil.

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Doktori Iskola

Budapest

2024

<b>Absztrakt.....</b>	<b>3</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>3</b>
<b>1. Bevezetés: „reáldesign”.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Design és demokrácia.....</b>	<b>8</b>
2.1. Design.....	8
2.2. Demokrácia.....	11
2.2.1. Demokratizálódás.....	13
2.3. Kölcsönhatások.....	14
2.3.1. Szinergiák.....	14
2.3.2. Konfliktusok.....	16
<b>3. Design és demokrácia – szakirodalmi áttekintés.....</b>	<b>18</b>
3.1. Az Arts & Crafts mozgalomtól a First things First kiáltványig.....	19
3.1.1. Arts & Crafts.....	19
3.1.2. Walter Gropius: Apolló a demokráciában.....	20
3.1.3. Victor Papanek.....	22
3.1.4. First Things First manifesztó.....	23
3.2. Design és demokrácia: 2005 – 2021.....	24
3.2.1. Gui Bonsiepe.....	24
3.2.2. Victor Margolin és Ezio Manzini.....	26
3.2.3. Michael Erlhoff és Maziar Rezaei.....	30
3.3. Design of/for/in/as democracy.....	33
3.3.1. Design of democracy – A demokrácia tervezése.....	33
3.3.1.1. Michael Saward: Democratic Design.....	33
3.3.1.2. Egyéb írások.....	34
3.3.1.3. Otto von Busch és Karl Palmås.....	35
3.3.2. Design for democracy – Design a demokráciáért.....	36
3.3.2.1. Ballot design – A szavazócédulák tervezése.....	36
3.3.2.2. Digital democracy – digitális demokrácia.....	37
3.3.3. Design in (a) democracy – Design egy/a demokráciában.....	38
3.3.3.1. Carl DiSalvo.....	39
3.3.4. Design as democracy – Design mint demokrácia.....	39
3.3.4.1. Participatív tervezés.....	39
3.3.4.2. Gyártás.....	40
3.4. Összefoglalás.....	41
<b>4. Demokratikus design.....</b>	<b>44</b>
4.1. Philippe Starck.....	44
4.1.1. „Szégyellem magam érte”.....	44
4.1.2. Starck demokráciafogalma.....	46
4.1.3. PR-üzenet: demokratikus ökológia.....	47
4.2. IKEA.....	49
4.2.1. A jótévő kapitalista.....	49
4.2.2. PR-üzenet: Demokratikus design.....	51

4.2.3. Kritika.....	53
4.3. Oodi.....	53
4.3.1. Helsinki: City of Design.....	54
4.3.2. Participatív tervezés.....	55
4.3.2.1. Az Álmodók fája.....	55
4.3.2.2. Az építészeti pályázat.....	56
4.3.2.3. Közösségi költségvetés.....	56
4.3.2.4. A Központi Könyvtár Baráti Köre.....	57
4.3.3. Az épület.....	57
4.3.4. Demokrácia az alagsortól a padlásig.....	59
4.4. Összefoglalás.....	60
<b>5. A design (nem) demokratizálódása.....</b>	<b>63</b>
5.1. Karl Lagerfeld.....	63
5.2. Amit a barlangból látunk.....	64
5.3. Demotikus fordulat.....	67
5.4. Diffúzió.....	68
5.5. Társadalmi státusz és divat.....	69
5.6. Máté-effektus.....	71
5.7. Összefoglalás.....	72
<b>6. Konklúzió.....</b>	<b>75</b>
6.1. A design sötét és világos oldala.....	75
6.2. Democracy washing.....	76
6.3. Ágencia.....	76
6.4. Reálpolitika és reáldesign.....	77
6.5. Forprofit vs. nonprofit.....	78
6.6. Merre tovább?.....	78
6.7. A kutatás korlátai és továbbfejlesztési lehetőségek.....	79
<b>7. Tézisek.....</b>	<b>81</b>
<b>8. Theses.....</b>	<b>82</b>
<b>Köszönetnyilvánítás.....</b>	<b>83</b>
<b>Bibliográfia.....</b>	<b>84</b>

## Absztrakt

A design és a demokrácia viszonyáról szóló diskurzus a designkultúra tudományban mind a design, mind a demokrácia fogalmának tág és sokelemű értelmezési köre miatt igen széttartó, sokféle irányt, interpretációt befogadó terület. A design demokratikus potenciálját legtöbbször a tömeggyártott termékek hatásában látják, amelyek a fogyasztáson keresztül a társadalmi egyenlőség illúzióját kínálják, de az értelmezések köre széles a design államtervezéshez és választások lebonyolításához való hozzájárulásától, a partícipatív tervezés demokratikus jellegén át a hierarchikus struktúrák innovációk általi átrendeződéséig. A releváns szakirodalmak áttekintésével, majd három esettanulmány (Philippe Starck, az IKEA és Helsinki központi könyvtára, az Oodi) elemzésével és a design "demokratizálódásának" nevezett folyamatának kritikájával ennek az értekezésnek az a célja, hogy értelmezze a designkultúra tudományban a tervezők és designteoretikusok álláspontját a demokráciával kapcsolatban, rámutasson a demokráciára való hivatkozás megtévesztő gyakorlataira, azonosítsa a design és demokrácia céljainak és módszereinek ütközőpontjait, és ezzel kijelölje a fejlődési lehetőségek irányait.

## Abstract

The discourse on the relationship between design and democracy in the Design Culture Studies is a very fragmented field, accommodating many different directions and interpretations, due to the broad and multifaceted scope of interpretation of both the concept of design and democracy. Design's democratic potential is most often seen in the impact of mass-produced products that offer the illusion of social equality through consumption, but the range of interpretations is wide, from its contribution to planning governmental institutions and electoral processes, through the democratic nature of participatory design, to the reordering of hierarchical structures through innovation. By reviewing the relevant literature and then analyzing three case studies (Philippe Starck, IKEA and Helsinki's central library, Oodi) and critiquing what has been called the "democratization" of design, this thesis aims to interpret the position of designers and design theorists on democracy in Design Culture Studies, to point out the misleading practices of referring to democracy, to identify the points of conflict between the aims and methods of design and democracy, and thus to indicate the directions in which development can be pursued.

# 1. Bevezetés: „reáldesign”

Li Zhang, a kínai Kuangtong Műszaki Egyetem oktatójának 2023-ban megjelent tanulmánya amellel érvel, hogy a design területén az ezredforduló óta megjelent új irányzatokra egy etikai fordulat jellemző: „Az új, alternatív jellegű designetika tárgyakat használ a viták ösztönzésére, valamint a hatalmi kérdések és az emancipációs célok elérésének előtérbe helyezésére. A tervezők a hangsúlyt a meglévő ideológiai struktúrák megkérdőjelezésére, tükrözésére és kritikájára helyezik a designon keresztül, hogy a biológiai világ túlélési és fejlődési potenciálját fokozzák, tehát nem pusztán emberközpontú perspektívát alkalmaznak.”<sup>1</sup> (Zhang 2023, 325)

Az én kutatásom eredménye ezt nem erősíti meg. A design demokratikus aspektusainak elemzése, alkalmazása mindenképpen a tervezői gyakorlat etikai, morális szempontú vizsgálatának része, és a „helyes”, „jó” irányelvek, attitűd, gyakorlatok meghatározását célozzák. Nem beszélhetünk azonban fordulatról ezen a területen, sem abban a tekintetben, hogy ez a téma hirtelen jelent volna meg a designkultúrában, sem amiatt, hogy mennyiségi fordulatot vett és a marginalizált pozícióból főáramú kérdéskörre avanszált volna. A demokráciára való reflektálások a designban ugyanis kis mértékben – „nyomokban” –, de a design sorozatgyártáshoz köthető (tehát nem az őskorig visszanyúló), kb. 150 éves története során folyamatosan jelen voltak; és mindvégig egy alternatív, a domináns designértelmezést és gyakorlatot kritizáló, a kisebbség hangját hallató módon nyilvánultak és nyilvánulnak meg. Az megfigyelhető, hogy a design akadémiai oldalán és praxis oldalán is – számszerűen – több ilyen elemzést, projektet találunk az ezredforduló óta, arányaiban ez mégsem jelent többletet, hiszen általánosságban gyarapodott a designkultúra tudományi produktumok száma.

A diskurzus alapelvei sem sokat változtak az idők során: a jó designer demokratikusan gondolkodik és demokráciát épít. Tudatában van annak, hogy az általa tervezett termékek emberek életére vannak hatással, amikor ezek tömegtermékek, akkor emberek tömegeinek életére. Tervezői munkásságával csatlakozhat a „rossz” oldalhoz, a csak az elit kényelmét és boldogságát szolgáló vagy a fogyasztói társadalom manipulatív működésének bűnrészesé lehet, vagy a „jó oldalon” tehet az egyenlőbb, igazságosabb társadalomért.

Új kihívások természetesen érkeztek az elmúlt mintegy 150 évben, tehát változás mindenképpen történt: az internet, a digitális technológiák, a közösségi média jelentős, tömeges, globális változásokat hozott, ami a designt is befolyásolta, és a demokrácia is új kihívásokkal szembesült a marginalizált csoportok (a nők, színesbőrűek, LMBTQ+ közösség tagjai, a fogyatékosok, a szegények, a Globális Dél, stb.) egyenlőségének biztosítása és a demokrácia lebontását célzó új technológiák, folyamatok kivédése kapcsán.

A változásokon túl, egy *fordulat*, paradigmaváltás ezen a területen is jó szolgálatot tenne, viszont nem a moralitás szempontjából van rá szükség (az már megvan), hanem a designerek idealizmusát és naivitását kell átstrukturálni.

---

<sup>1</sup> Ha másképp nem jelölöm, a fordítások tőlem származnak. Az eredeti verziókat lábjegyzetben közlöm. “New design ethics that are alternative in nature use objects to encourage discussions and prioritize issues of power and the achievement of emancipatory goals. Their focus is on questioning, reflecting, and critiquing existing ideological structures through design to enhance the survival and development potential of the biological world rather than just a human-centered perspective.”

A design alapvetően körüllegli a lelkesedés nimbusza. A design kijelölt feladata a „jobb jövő” tervezése. Valami új dolgot létrehozni pedig, olyat csinálni, ami soha korábban nem volt, azaz innoválni – a legtöbb embert lelkesedéssel tölt el. Az innovációt az üzleti siker egyik titkának tartjuk, a technológiai és társadalmi haladás, fejlődés mozgatórugójának, marketingértéknek, sajtóhírnek, egyéni teljesítménynek. A designereket erre trenírozzunk és sok esetben ez alapján mérjük, értékeljük: mennyire újszerű, kreatív, innovatív ötlettel álltak elő, és minél újszerűbb valami, annál nagyobb a lelkesedésünk.

A design és a demokrácia összekapcsolását is körüllegli a lelkesedés és a diskurzus sokszor meg is reked ezen a szinten. Ahogy Carl DiSalvo fogalmaz 2022-ben megjelent könyvének zárszavában, „A tervezést demokratikus vizsgálódásként végezni, design kísérletekben részt venni azt jelenti, hogy elkötelezzük magunkat a demokráciával járó munka *lelkes és reménytelen* folytatására.”<sup>2</sup> (DiSalvo 2022, 187) (A kiemelés tőlem származik.)

DiSalvo is kiemeli, hogy amikor emberek közösségeivel dolgozunk, akkor az kényelmetlen lehet a különbözőségek és félreértések miatt. Ennél azonban többről van szó és nagyobb a tét. Stuart Walker (The School of Design, Manchester Metropolitan University) 2023 elején megjelent *Design is... Lost* (A design... elveszett) c. cikkében élesen fogalmaz: „a design továbbra is az újdonság triviális sekélyes vizein bolyong: önmagáért való innováció, túltervezett és végtelenül megtervezett minden. Ez egy céltalan út, amely az egész természetet lerombolja – a biológiai diverzitás úgy zuhan, mint egy kő, a fajok tömegesen pusztulnak ki, az ökoszisztémák és élőhelyek eltűnnek, és a design ott van a frontvonalon. Bizonyára nem juthatunk más következtetésre, mint hogy a Design elveszett.”<sup>3</sup> (Walker 2023)

Bár Walker a design másik nagy etikai kérdése, a fenntarthatóság kapcsán emelt szót, a demokráciával kapcsolatban is relevánsak gondolatai. Otto von Busch és Karl Palmås már 2016-ban éles kritikát fogalmaztak meg a design thinking alkalmazhatóságáról a demokrácia tervezésében: „A tervezői gondolkodás kibernetikai öröksége mindenestre még hallgatólagosan is azt állítja, hogy nincs társadalmi fejlődés a láthatáron: az emberi lélek mindörökké korrump, a társadalmi lény más emberek farkasa, ezért megfékezésre és ellenőrzésre szorul. A világ kegyetlen harc a túlélésért és a hatalomért, és a tervezőknek szembe kell nézniük ezzel a valósággal, hogy ne korrumpálják őket saját naiv ideáljaik. Csak akkor tudják megingatni a jelenlegi status quo-t és valódi politikai perspektívát adni a világnak, ha beismerik a realpolitika létezését, amely elől nem menekülhetnek, és elfogadják, hogy a demokratikus kapitalizmust sújtó válságokat nem lehet csak optimalizált szolgáltatástervezéssel megoldani. Valójában egy ilyen realista gondolkodásmód radikális eredményeket hozhat.”<sup>4</sup> (Busch és Palmås 2016, 20–21)

---

<sup>2</sup> “To do design as democratic inquiry, to participate in design experiments, is to choose to pursue the work of democracy with fervor and hope.”

<sup>3</sup> “design continues to wander in the trivial shallows of novelty – innovation for its own sake, over-designed and endlessly designed everything. It is an aimless path that is taking down all of nature – biodiversity is falling like a stone, species are becoming extinct on a massive scale, ecosystems and habitats are disappearing, and design is at the forefront. Surely, we can come to no other conclusion than *Design is Lost*.”

<sup>4</sup> “By all means, the cybernetic heritage of design thinking even tacitly posits that there is no social progress in sight: the spirit of man is eternally corrupt, social man is a wolf to his fellow man, and thus needs to be restrained and controlled. Rather, the world is a cruel struggle for survival and power, and designers will need to face such reality in order not to be corrupted by their own naive ideals. Only if they recognise the existence of a realpolitik that they cannot escape, and acknowledge that the crises that ail democratic capitalism cannot only be solved by optimized service design, designers can come to challenge the current

Busch és Palmås 2023-ban már egy teljes könyvben, *The Corruption of Co-Design – Political and Social Conflicts in Participatory Design Thinking* (A co-design korrupció – Politikai és társadalmi konfliktusok a részvételi design thinking kapcsán) címmel (Busch és Palmås 2023a) és a megjelenést kísérő *Design is... corrupting* (A design... korrumpál) esszében fejtik ki a „reáldesign” fogalmát. A kormányzati működéshez kapcsolódó service design és co-design folyamatok szerintük általában úgy végződnek, hogy a résztvevők átverve érzik magukat és kiábrándulnak, a designerek pedig a post-itjeikkel és fényes fotóikkal szaladgálnak, hogy finanszírozási forrást találjanak (Busch és Palmås 2023b).

“Az uralkodó idealista szemellenzős participatív és social design módszerek javasolt ellenszere az általunk „reáldesign”-nak nevezett perspektíva, a reálpolitika tervezői megközelítése. Ezzel a megközelítéssel azt javasoljuk, hogy vegyük észre az árulást, a korrupciót és a képmutatást, amely a „nép” nevében zajló tervezési gyakorlat nagy részét beszennyezi.”<sup>5</sup> (Busch és Palmås 2023b)

Fordulatra tehát azért van szükség, hogy a designerek naiv idealizmusán túl valódi megoldások tudjanak születni és a design demokratikus aspektusainak megvitatása ne csak inspiráló, lelkesítő, moralizáló szónoklatokban vagy a design és a demokrácia szavak pozitív konnotációit kihasználó marketing-üzenetekben (democracy washing) jelenjen meg és merüljön ki, hanem az emberek hétköznapijait befolyásoló politikai színtereken is – vagy megmaradva a design színterein, de a demokratikus értékeket méltó módon képviselve.

Ebben a disszertációban áttekintem és elemzem a design szakma és akadémia viszonyulásait a demokráciához. Az első fejezetben a design és a demokrácia egymáshoz képest releváns fogalmát és kölcsönhatásait vizsgálom. A második fejezetben felrajzolom a téma szakirodalmának térképét az Arts & Crafts mozgalomtól napjainkig. A harmadik fejezetben a demokratikus design, mint címke használatát elemzem egy tervező (Philippe Starck), egy vállalat (az IKEA) és egy város és állam (Helsinki és Finnország) által kezdeményezett participatív folyamat eredményeként létrejött közkönyvtár (Oodi) esettanulmányában. A negyedik fejezetben a design demokratizáló erejét, demokratizálódásának egyenlősítő hatását cáfolom.

Ezek az elemzések mind a design felvillanyozó, reményteli, de sokszor félrevezető, üres ígérekkel kecsegtető jellegében korrelálnak, megmutatják a branding típusú és a „valódi”, őszinte design attitűdök konfliktusát, és azt, hogy csak ezek össze nem mosása, és a tervezők szerepének, ágenciájának és a céljának pontos tisztázása esetén van értelme demokrácia iránt elkötelezett tervezésről beszélnünk.

---

status quo infusing real political perspective on the world. Indeed, such a realist infused design thinking may well produce some radical results.”

<sup>5</sup> “The suggested remedy to the dominant idealist blinders in participatory and social modes of design is a perspective we call ‘Realdesign’, a designerly take on Realpolitik. With this take, we suggest taking notice of the betrayal, corruption, and hypocrisy that taints much design practice taking place in the name of ‘the people’.”

Az értekezés címe és a fejezetek címei játéknak tűnhetnek a szavakkal, amely – mint a 3. fejezetben látni fogjuk – erősen jellemzi a területet. A magyar címek lekövetik az angol elnevezéseket, amelyek az egyes fejezetekben központi elemként szerepelnek. Több szakirodalom is nagyvonalúan a „*Design and Democracy*” (Design és demokrácia) címet választotta magának, ami jelzi, hogy tágan, lazán értelmezik a témakört – ez adja a szakirodalmi áttekintés címét. Az IKEA „demokratikus design”-két hirdeti a tevékenységét, Philippe Starck „demokratikus ökológia”-nak nevezi a szerinte demokratikus szellemiségű terveit – ezért az esettanulmányok a „Demokratikus design” címet kapták. Valaminek, bárminek a „demokratizálódása” pedig egy széles körben használt kifejezés manapság, aminek használata ellen érvelek az 5. fejezetben – ezért a cím is ennek a tagadása. Céлом, hogy a design és demokrácia vizsgálatának különböző megközelítéseivel (történeti, szakirodalmi, piaci, szóhasználati, társadalmi) adjak egy átfogó képet a témáról és tárjam fel a fejlesztésre szoruló pontjait.

## 2. Design és demokrácia

Mind a design, mind a demokrácia olyan fogalmak, amelyek értelmezése időben, térben és kontextustól függően változik.

Guy Julier brit designkultúra kutató szerint: „A design különböző gyakorlatai túlságosan sokfélék, túlságosan széles körben elterjedtek, és túlságosan sokféleképpen értelmezik és használják őket ahhoz, hogy képesek legyünk egy egységes definíciót megfogalmazni. Ehelyett figyelembe kell vennünk a különböző időbeliségeket és területeket, amelyeken működik. Meg kell értenünk a különböző és néha egymásnak ellentmondó céljait. Fel kell ismernünk a sokféle formátumot, amelyben megjelenik, és a tárgyak ezeken belüli és ezek közötti kapcsolódásait. Egyetlen tárgy sem sziget. A design egyetlen meghatározása sem elégséges.”<sup>6</sup> (Julier 2017, 2)

John Keane ausztrál politika-kutató pedig így ír a demokráciáról 2022-ben megjelent *The Shortest History of Democracy* (A demokrácia legrövidebb története) c. könyvében: „»A demokrácia alaktalan« – írja Jean-Luc Nancy (1940-2021) francia tudós (Nancy 2010, 27). A vízhez hasonlóan a demokráciának sincs rögzített formája vagy szubsztanciája. Nemcsak időben és térben változik – mint láttuk –, hanem az élet megszilárdult formáival való dacolása és a »normálisnak« vagy »természetesnek« álcázott felülről irányított hatalom minden formájának visszautasítása is lenyűgöző karaktere.”<sup>7</sup> (Keane 2022, 150)

Nehezen behatárolható jellegük miatt így a kölcsönhatásukban releváns aspektusait emelem ki.

### 2.1. Design

A design a legalapvetőbb és legtágabb értelmezésében az a képességünk, amivel a környezetünket alakítjuk annak érdekében, hogy nekünk jobb legyen. A története ott kezdődött, hogy menedéket alakítottunk ki az időjárás okozta kellemetlenségek kiküszöbölésére, eszközöket készítettünk, amik segítették az élelemszerzést, kereket használtunk, hogy könnyebben tudjunk szállítani dolgokat; és ugyanez a történet ma ott tart, hogy felhőkarcolókat építünk, automatizált ipari robotok gyártják és csomagolják az élelmünket, űrhajókat építünk, amivel más bolygókat is elérhetünk. Minden emberben megvan a tervezés, design képessége (lásd még: (Papanek 1971)) és ez a képesség tett minket emberré (lásd még: (Flusser 1995) (Flusser 2009)).

Az ipari forradalom azonban jelentősen átírta ennek a képességnek a személyes és társadalmi használatát. Ahogy Victor Margolin fogalmaz a *World History of Design* (A design világtörténete) c. könyvében, a *design* kis „d”-vel azt a képességet jelöli, amellyel minden ember formálja a mindennapi életét, a *Design* nagy „D”-vel viszont a design szakmát jelöli, a

---

<sup>6</sup> “Design is far too variegated in its practices, far too widely deployed and far too diverse in how it is understood and used for us to be able to express a singular definition for it. Instead, we have to take into account the different temporalities and territories that it operates in. We have to understand its various and, sometimes, conflicting purposes. We must recognise the many formats it appears in and the conjunctions of objects within these and between them. No object is an island. No one definition of design is enough.”

<sup>7</sup> “‘Democracy is not figurable,’ writes the French scholar Jean-Luc Nancy (1940–2021). Like water, it has no fixed form or substance. Not only does it vary through time and space, as we have seen, but its defiance of fixed ways of living and refusal of all forms of top-down power masquerading as ‘normal’ or ‘natural’ are compelling.”

professzionális tervezők munkáját, amelyet a tömegtermelés és tömegkommunikáció tett szükségessé, és amely a design mai jellegét is megadta (Margolin 2015). A tervező feladata a terméket használó vásárlók igényeinek megismerése és a gyártás, szállítás, raktározás, értékesítés, marketing és a használat különböző kritériumainak összeegyeztetése.

Michael Erlhoff azonban más nézőpontból láttatja az ipari forradalom okozta változást: A gépi gyártás előtt a megrendelő-vásárló egy személyben felkereste a tervező-kivitelezőt szintén egy személyben. Megvitatták, hogy a megrendelőnek mire van szüksége (pl. ruhára, székre, házra) és a párbeszédük a munka átadásáig zajlott. Amikor a gépek lehetővé tették a sorozatgyártást, a gépek tulajdonosa, a „tőkés” döntött arról, milyenek legyenek a termékek (Erlhoff 2021). A sorozatgyártás lenyomta ugyan az egy termékre jutó árat, a gyártónak viszont egyrészt el kellett adnia a rengeteg termékét – így megszületett a mai értelemben vett grafikai tervezés: vonzó csomagolásra, újsághirdetésekre, utcai poszterekre volt szükség a „tukmáláshoz”; másrészt a piaci verseny erősödésével a gyártónak szüksége lett terméktervezőkre, akik olyanná alakítják a termékét, amitől eladhatóbb lesz: hasznosabb és vonzóbb, mint a konkurencia termékei.

A megrendelő-vásárló és a tervező-kivitelező kétszereplős rendszer így új szerepekkel és feladatokkal bővült, amik között határok, sokszor szakadékok képződtek, amik között a tervezőnek kell közvetíteni. Ugyanakkor megindult a tervezői szakma professzionalizálódása és a tervezés kisajátítása, mind a hétköznapi emberektől, mind a többi vállalati, gazdasági szereplőtől. A tervezői szakma professzionalizálódása aztán egyrészt kitermelte a design thinking módszertanát, másrészt a co-design, participatív tervezői gyakorlatokat, amelyek kapcsán gyakran kerül elő a design „demokratizálása”, „demokratizálódása” címke, és az a koncepció, hogy a tervezők átadják vagy visszaadják a professzionális tervezés képességét a laikusoknak.

A feladatoknak az ipari forradalom során kialakult megosztása a mai napig érvényes, a kortárs design definíciója és célkitűzése azonban sokat változott az ipari forradalom óta. A jelenlegi tendenciák leginkább a „jobb jövő” megteremtését fogalmazzák meg céljukként. A World Design Organization (WDO – A design világszervezete) által 2015-ben megfogalmazott és azóta érvényben lévő ipari formatervezés (industrial design) definíciója is ezt emeli ki: „Az ipari formatervezés egy stratégiai problémamegoldó folyamat, amely az innovációt ösztönzi, üzleti sikereket épít, és innovatív termékek, rendszerek, szolgáltatások és tapasztalatok révén jobb életminőséghez vezet. Az ipari formatervezés áthidalja a szakadékot aközött, ami van és ami lehetséges. Ez egy transzdiszciplináris hivatás, amely a kreativitást a problémák megoldására és a megoldások közös megtalálására használja fel azzal a szándékkal, hogy egy terméket, rendszert, szolgáltatást, tapasztalatot vagy vállalkozást jobbá tegyen. Lényege, hogy az ipari formatervezés optimistább jövőt kínál azáltal, hogy a problémákat lehetőségekként fogalmazza meg. Összeköti az innovációt, a technológiát, a kutatást, a vállalatokat és az ügyfeleket, hogy új értéket és versenyelőnyt biztosítson a gazdasági, társadalmi és környezeti szférában.”<sup>8</sup> (WDO 2015)

---

<sup>8</sup> “Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences. Industrial Design bridges the gap between what is and what’s possible. It is a trans-disciplinary profession that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions with the intent of making a product, system, service, experience or a

A WDO ambíciózus és nagyon tág hatókörű (“innovatív termékek, rendszerek, szolgáltatások és tapasztalatok”) és az „optimistább jövő”-t célként megfogalmazó definíciójához képest azonban a design a designon kívüli diszciplínák nézőpontjából két domináns olvasatban és hasznosságban létezik. Egyrészt „a forma” vagy „a formaadás” művészeteként, másrészt pedig a *design thinking*, design gondolkodás módszertanaként.

Az elsőre példaként az Európai Unió Szellemi tulajdon védelmét biztosító hivatalának (EUIPO) szabályzata jelenleg is így definiálja a designt: „Egy termék egészének vagy részének megjelenése, melyet a termék vagy annak díszítésének vonalai, körvonalai, színei, alakja, textúrája és/vagy anyagának összhatása eredményez.”<sup>9</sup> (EUIPO 2023) A *design thinking* pedig az IDEO amerikai design ügynökség hírneve és sikere okán, és a cég ügyvezetője és elnöke, Tim Brown által írt *Change by Design* (Változás a design által) c. könyvének (Brown 2009) globális sikere által a design szakma és diszciplína legfontosabb exportcikkévé vált a 2010-es években, és egy olyan módszertant kínált, amely minden problémára megmutatja az utat a megoldáshoz.

Ezen súlypontok mentén, a design a *demokrácia nézőpontjából* két dologra jó: szép és hasznos formát, „csomagolást”, illetve problémamegoldó módszertant tud kínálni. Segíteni tud a szavazócédulák, kampányposzterek, űrlapok, kormányzati épületek, kormányzati szolgáltatások tervezésében, vagy a design thinking akár a kormányzati intézmények, eljárások újratervelésében is hasznos lehet – ahogy azt Michael Saward 2021-ben megjelent *Democratic Design* (Demokratikus design) c. könyvében láthatjuk (Saward 2021).

Ez az értekezés – a design és a demokrácia relációjában – elsősorban a sorozatgyártott, tömeges felhasználású termékeket tekinti vizsgálódási körének. Nem tesz különbséget azonban ebben a tekintetben a materiális és a digitális termékek között – ahogyan a témában született legújabb esszék és tanulmányok sem, a kutatás történeti igénye (azaz, hogy megtalálja a demokratikus design kiindulópontjait és súlypontjait) azonban sok huszadik századi és ezredfordulós példával szolgál, amik a materiális megoldások felé billentik a példák mérlegét.

Érvelhetünk amellet, hogy az építészetben (mint szintén tervezői szakmában) nem okozott olyan radikális változást a sorozatgyártás, mint a grafikában és a sorozatgyártásban, és továbbra is élő és intenzív a megrendelő és a tervező kapcsolata. Ugyanakkor az Oodi, a helsinki központi könyvtár esetén keresztül látni fogjuk, hogy az az épület, amit napi tízezer látogatóra terveztek, igenis érintett a tömeges használatban, és vizsgálható a sorozatgyártott termékek között – a demokrácia relációjában. Walter Gropius pedig, akinek Apolló a demokráciában c. könyve egy fontos forrás a design és demokrácia témakörben, eredetileg építész volt és élete végéig így hivatkozott magára. Az edukációs tevékenysége mellett azonban, a Bauhaus alapítójaként és első vezetőjeként a művészet demokratizálásában hitt az ipari technológiák és a szépség és hasznosság egyesítésén keresztül.

---

business, better. At its heart, Industrial Design provides a more optimistic way of looking at the future by reframing problems as opportunities. It links innovation, technology, research, business, and customers to provide new value and competitive advantage across economic, social, and environmental spheres.”

<sup>9</sup> “The appearance of the whole or a part of a product resulting from the features of, in particular, the lines, contours, colours, shape, texture and/or materials of the product itself and/or its ornamentation.”

Így ez az értekezés műfajok tekintetében tágan kezeli a design fogalmát: tárgyak, grafikák, építészeti és néhány digitális és média termék is a vizsgálat tárgyát képezi.

## 2.2. Demokrácia

A demokráciával kapcsolatban mindenki megtanulja az iskolában és aztán minden szakmai és nem szakmai irodalom megismétli, hogy az i.e. 5. században Athénban alkalmazták először és a „demokratia” ógörög szó a „demosz” (nép) és a „kratosz” (uralom) vagy „kratein” (uralkodni) szavak egyesítéséből jött létre, tehát szó szerint azt jelenti, hogy a nép, az emberek hatalma, uralma. John Keane 2009-ben megjelent *The Life and Death of Democracy* (A demokrácia élete és halála) c., a demokrácia teljes történelmét bemutató nagyszabású kötete azonban cáfolja ezt, sőt „a demokrácia görögök általi plagizálása”-nak nevezi, amit a későbbi görög színdarabok, költemények, filozófiai traktátusok teremtettek meg és újra (Keane 2009, 7). Keane szerint a „demokrácia” szó gyökerei a műkénéi lineáris B írásig, az i.e. 1500-1200 közötti időszakig vezethetők vissza, kortárs régészek pedig a gyülekezeti demokrácia gyakorlatára utaló nyomokat találták az i.e. 1500 előtti időszakból a mai Szíria, Irak és Irán területén, innen pedig először Kelet felé, a mai indiai szubkontinens felé terjedhetett a gyakorlat és csak ezután Nyugatra, Athén felé. Ahol aztán az i. e. ötödik században azt állították róla, hogy csak a Nyugatra jellemző, a keleti „barbársággal” szembeni felsőbbrendű gyakorlat (Keane 2009, 7–8).

Bárhol is kezdődött, John Keane kiemeli, hogy a demokrácia – a designhoz hasonlóan – mennyire emberi találmány: „A demokrácia nyelvének és intézményeinek feltalálása a keleti mediterrán térségben jóval Krisztus születése előtt forradalmi dolgot jelentett: a demokrácia azt feltételezte, hogy az emberek maguk dönthetnek arról, hogy egyenlő félként hogyan kormányozzák őket. Ez később sokak számára természetes volt, de az egész gondolat, hogy hús-vér halandók egyenrangú félként, szemtől szemben vagy képviselőiken keresztül megszervezhetik magukat, hogy szüneteltessék a döntést erről vagy arról a cselekvési irányról, szenzációs találmány volt. Arra szólította fel az embereket, hogy belássák, hogy az élet soha nem pusztán adott, hogy minden emberi intézmény és szokás az idő és a hely változó homokján épül, és hogy ha az emberek el akarják kerülni, hogy másoknak adják át magukat abban az ostoba hitben, hogy egyesek természetüknél fogva felsőbbrendűek, akkor nincs más választásuk, mint olyan rugalmas politikai intézményeket létrehozni és fenntartani, amelyek biztosítják, hogy az arra vonatkozó kérdések, hogy ki, mikor, mit és hogyan kaphat, állandóan nyitva maradnak, és a mások beleegyezése által irányított tanulási tapasztalat tárgyát képezik.”<sup>10</sup> (Keane 2009, 715)

---

<sup>10</sup> “The invention of the language and institutions of democracy in the eastern Mediterranean region well before the birth of Christ implied something revolutionary: democracy supposed that humans could decide for themselves as equals how they were to be governed. It later came naturally to many people, but the whole idea that flesh-and-blood mortals could organise themselves as equals, face to face or through their representatives, so that they could pause to decide on this or that course of action, was a sensational invention. It called on people to see that life was never merely given, that all human institutions and customs are built on the shifting sands of time and place, and that if people are to avoid giving themselves over to others in the foolish belief that some are naturally superior, then they had no option but to build and to maintain flexible political institutions that ensured that questions about who is entitled to get what, when and how remained permanently open, the subject of a learning experience guided by the consent of others.”

Tehát a demokrácia elsősorban emberek csoportjának egyenlőségen alapuló, az őket közösen érintő ügyekben eszközölt döntéshozási módszere. Az egyes közösségek mérete, lélekszáma nagy változatosságot mutathat a pár fős csoportoktól a globális közösségekig – a demokrácia legelterjedtebb értelmezése pedig a nemzetállamok szintjén működő, azok működését szabályozó rendszer, a kormányzás.

A közösségek méretével összefüggésben a demokrácia lebonyolítása szervezést igényel, amelyek módszereket, folyamatokat, szabályzatokat, intézményeket hoznak létre – ez a demokrácia ügyrendi aspektusa, megnyilvánulása. Mindennek az alapját azonban egy a közösség tagjainak egyetértésén alapuló *értékrendszer* határozza meg. A legalapvetőbb érték az egyenlőség, de rögtön utána, vele együtt áll a listán a szabadság, majd érkeznek – történelmi időszaktól, földrajzi helyzettől, kontextustól függően – az igazságosság, átláthatóság, részvétel, elszámoltathatóság, diverzitás, inkluzivitás, és még sok más.

Michael Saward teljességre törekvő listáját idézem: „Erény, igazságkeresés, reziliencia, egyenlőség, népi hatalom, egyéni szabadság, részvétel, elszámoltathatóság, nyitottság, autonómia, nem dominálás, inkluzivitás, választási lehetőség, jogok, felhatalmazás, partnerség, fenntarthatóság, szubszidiaritás, nyilvánosság, közös döntéshozás, elkötelezettség, konzultáció, képviselő, integráció, reflexió, társadalmi igazságosság, polgári jogok gyakorlása, kölcsönösség, szolidaritás, átláthatóság, kölcsönösség, tanácskozás, decentralizáció, dekoncentráció, elismerés, bevonás, polgári magatartás, reszponzivitás, tekintély, függetlenség, közösség, szakértelem, önkormányzatiság, megbékélés.”<sup>11</sup> (Saward 2021, 156)

A demokrácia tehát – nagyon tömören összefoglalva – egyszerre értékrendszer, döntéshozási mód és közösségek életét szabályozó eszköz, (ügy)rendszer.

A közösségekben, nemzetállamokban azonban természetesen nem csak demokratikusan lehet döntéseket hozni és kormányozni. Bruce Bueno de Mesquita és Alastair Smith, a *New York University* politológusainak könyve 2011-ben, magyar nyelven 2014-ben jelent meg *Diktátorok* kézikönyve címmel és nem az ideológiák, hanem a gyakorlati tapasztalatok alapján elemzik a különböző kormányzási rendszereket. Kiemelik, hogy az államoknak (és más szervezeteknek) nincsenek érdekeik, csak az embereknek. Az „érdekek elsődleges mozgatórugója a csúcson lévő vezető”, így „minden politika mozgatóerejét a vezetők önérdékű számításai és tettei jelentik”. A vezetés legjobban pedig úgy kivitelezhető, hogy „előbb hatalomra kell kerülni, aztán megtartani a hatalmat, és végig a lehető legtöbb nemzeti (vagy vállalati) bevétel fölött [kell] rendelkezni.” (Bueno de Mesquita és Smith 2014, 26)

A politika három dimenzióját nevezik meg, amelyek a vezető szempontjából fontosak: „a névlegesen kiválasztott választókat, a ténylegesen kiválasztott választókat és a győztes koalíció csoportját” (Bueno de Mesquita és Smith 2014, 37), de „gondolhatunk erre a három

---

<sup>11</sup> “Virtue, truth-seeking, resilience, equality, popular power, individual freedom, participation, accountability, openness, autonomy, non-domination, inclusion, choice, rights, empowerment, partnership, sustainability, subsidiarity, publicity, co-decision, engagement, consultation, representation, incorporation, reflection, social justice, active citizenship, reciprocity, solidarity, transparency, mutuality, deliberation, decentralization, deconcentration, recognition, involvement, civility, responsiveness, authority, independence, community, expertise, self-government, reconciliation.”

csoportra úgy, mint *lecserélhető, befolyásosak, nélkülözhetetlenek.*” (Bueno de Mesquita és Smith 2014, 38)

“Kétségtelen, hogy nehéz szakítani a megszokással, hogy demokráciákról és diktatúrákról beszéljünk; mintha ez a két terminológia elég volna ahhoz, hogy megmutassa, milyen különbségek vannak rezsimek között, bár nincs két egyforma „demokrácia”, ahogy nincs két egyforma „diktatúra” sem. Annyira nehéz szakítani ezzel a szokással”, hogy Bueno de Mesquita és Smith sem teszi, de megjegyzik, „hogy a „diktatúra” valójában azt jelenti, hogy a kormányzás alapja a nélkülözhetetlenek nagyon kis létszámú csoportja, akiket a lecserélhető nagyon nagy táborából merített egy viszonylag kis létszámú, befolyásos csoport. Ha a demokráciáról beszélünk, valójában azt értjük, hogy a kormányzás a nélkülözhetetlenek és a lecserélhető nagyon nagy létszámú csoportjain alapul, a befolyásosak csoportjában pedig majdnem annyian vannak, mint a lecserélhető csoportjában. Ha monarchiát vagy katonai juntát említünk, arra gondolunk, hogy a lecserélhető, a befolyásosak és a nélkülözhetetlenek csoportjának létszáma is kicsi.” (Bueno de Mesquita és Smith 2014, 41–42)

A demokrácia tehát – a hatalomgyakorlás empirikus tapasztalata felől – értelmezhető a hatalomhoz való nagyobb hozzáférést engedő, a hatalom nagyobb mértékű elosztására, megosztására irányuló törekvésként is.

A designkultúra tudományban, azon belül pedig design és demokrácia diskurzusában találunk példát a demokrácia ügyrendi megközelítésére, azaz a demokráciát megteremtő alapelvek, intézmények eljárások áttekintésére, amelyek fejlesztésében a design hatékony eszköz lehet – ezt a célt jelöli ki Michael Saward már említett *Democratic Design* (Demokratikus design) c. könyve (Saward 2021). A tervezők demokráciához való viszonyulására azonban sokkal inkább jellemző egy az ügyrendi megközelítést kitérítő, a demokráciára mint (nem túl egzakt) értékrendszerre támaszkodó megközelítés, amely a tervezést mint eszközt az egyenlőség, szabadság, részvételiség, átláthatóság szolgálatába állítja. Gui Bonsiepe azonban például határozottan a hatalmi struktúrák lebontását, „a heteronómia redukcióját” jelöli ki a design demokratikus céljának (Bonsiepe 2006). Összességében – ahogy látni fogjuk – a design és demokrácia diskurzusát erősen meghatározza a mind a design, mind a demokrácia változó értelmezéseiből és ezek keresztezéséből származó diverzitás, széttartás.

### **2.2.1. Demokratizálódás**

Mivel a világ, a társadalom, az emberek folyamatosan változnak, a demokráciával szemben támasztott igények is. Így a demokrácia örökre befejezetlen marad, valójában egy utópisztikus állapotot jelöl, amelyre mindig csak törekszünk, amely „egyszer majd eljő” (Saward 2021, xii). Így demokrácia helyett sok esetben inkább demokratizálódási, vagy éppen de-demokratizálódási folyamatról és lépésekről van értelme beszélni, amelyek a demokráciára való törekvés szellemében zajlanak vagy ellentétes hatásúak.

Már Platón és Macchiavelli is megfogalmazta a történelem ciklikusságát: a monarchia zsarnoksággá fajul, a zsarnokság demokratikus lázadást provokál, a demokrácia aztán anarchiába fullad, ezért a nép egy uralkodót keres, aki rendet és biztonságot teremt, aztán az ő uralma is elfajul, ami demokratikus lázadást provokál, és így tovább (Crick 2002, 36).

Charles Tilly (1929-2008) amerikai szociológus egy elemzési módszert kínál annak beazonosítására, hogy egy politikai rendszer hol tart a demokratizálódási vagy de-demokratizálódási folyamatában. A rezsimeket a (1) széleskörűségük, (2) egyenlőségük, (3) védettségük és (4) kölcsönösen kötelező jellegük alapján osztályozta és ezek alapján helyezte el őket egy demokratikus – nem demokratikus skálán (Tilly 2007, 14–15) (Margolin 2012, 17).

A design „demokratizálódását”, „demokratizáló hatását” a szakma, a féllaikusok és laikusok is gyakran tematizálták a tömegfogyasztás, majd a digitalizáció és az internet korában, ezek hatásmechanizmusa azonban komplex és inkább rejt magában a de-demokratizálás lehetőségét, mint a demokratizálását – ezt az 5. fejezetben tárgyalom részletesen.

## **2.3. Kölcsönhatások**

A téma szakirodalmainak és gyakorlati példáinak áttekintése előtt kiemelem a fogalmak elméleti kölcsönhatásait: az egymást erősítő és a potenciálisan konfliktusos karakterüket.

### **2.3.1. Szinergiák**

#### **Emberi**

Mind a design, mind pedig a demokrácia tehát nagyon *emberi*, az emberré válásunkhoz köthető tevékenységek, a szó nemes és barbár értelmében egyaránt. Minden ember tervez és a tervezés emelt ki minket az állatvilágból, a demokráciával pedig az emberként, egymást egyenlőként kezelő közös döntéshozásunk intézményét hoztuk létre. Emberiek ezek a tevékenységek azonban abban a tekintetben is, hogy az emberi szándék határozza meg őket, amely végtelen sok formát ölthet mind a megrendelő vagy megbízó, mind a tervező, mind a felhasználó emberi vágyainak, érdekeinek és moralitásának hálózatában.

#### **Politikus**

A demokrácia a politika egy választott gyakorlási formája. A „tervezés [pedig] elkerülhetetlenül politikai cselekvés,..” – ahogyan Erlhoff és Rezaei írják a *Design and Democracy* (Design és demokrácia) tanulmánykötetük előszavában: „...akár affirmatív, akár kritikai, de mindenképpen felforgató jellegű. A jellege pedig mindig az alkalmazott tervezési típus megnyilvánulásában mutatkozik meg: az uralkodó hatalmak, főszereplőik vagy apológétáik általában egyenruhában vagy egységes módon jelennek meg, mindig jobban finanszírozottak, jobb felszereléssel és fejlettebb technológiával rendelkeznek, tekintélyt és kegyetlenséget demonstrálnak. Mindig bevonnak tervezőket ebbe a folyamatba. A társadalomért vívott harcok és élénk tiltakozások pedig gyakran arra használják a designt, hogy kompenzálják az anyagi források hiányát, és általában erős kreativitás jellemzi őket. A tiltakozás ezen formája lehetőségeket teremt; a társadalmi térben mozog és közös cselekvést eredményez. Kritikus és a

maga különös módján nagyon erőteljes; alkudozik a lehetőségeikért.”<sup>12</sup> (Erlhoff és Rezai 2021a, 010)

### **Tömeges és közösségi**

A tervezés professzionális tevékenységét, szakmaként létezését a sorozatgyártás hívta életre, így végtermékei nagyszámú emberre képesek hatni és így nagy lélekszámú közösségek (pl. globális közösségek, nemzetállamok, társadalmak) tagjait képesek befolyásolni. A tervezés ugyanakkor nem tömeggyártáshoz kapcsolódóan is az embertől elvitathatatlan tevékenység, így az egyedi vagy kézműves termékek tervezésének és gyártásának, a környezetünk alakításának (épületek, belső terek, közterek) is, a tervezés közösségi formáinak is lehetnek és vannak politikai és demokratikus aspektusai.

A demokrácia tömeghez köthető jellegével kapcsolatban pedig Sir Bernard Crick (1929-2008) brit politikatudós Napóleont idézi a *Democracy – A Very Short Introduction* (Egy nagyon rövid bevezető a demokráciába) c. könyvében: „A jövő politikája a tömegek mozgósításának művészete lesz”<sup>13</sup> (Crick 2002, 15).

A design és a demokrácia közös története is a tömeggyártás, tömegfogyasztás, tömegmédiá, közösségi média korában releváns.

### **Manipulatív**

A design és a demokráciát is gyakran éri az a kritika, hogy az emberek jóhiszeműségét kihasználva valójában mások érdekeit érvényesítik rajtuk. A design definíciószerűen a megrendelő és a közönsége, a fogyasztók között közvetít; termékeket, üzeneteket ad át hatékonyan és tesz eladhatóbbá, kívánatosabbá. Sokszor pedig valós igények kielégítése helyett vagy mellett, új igényeket kreál, felkelti a vágyat, létrehozza „a vágy tárgyai”-t (“objects of desire” (Forty 1986)). A demokrácia pedig bár – definíciószerűen – egyenlőségen alapul és konszenzusra törekszik, ezek (és a demokrácia többi alapértékének és céljának) kivitelezése azonban energia-, idő- és így költségigényes. Az érdekvényesítés által motivált emberi kreativitás így gyakran utat talál a demokrácia keretein belül vagy éppen azokat feszegetve, hogy elérje kevésbé demokratikus céljait is – fenntartva a látszatot, de a közösségi célokat és érdekeket cserbenhagyva.

### **Elnyomó**

A totális közösségi konszenzus – főképp igazán nagyszámú csoportokban – gyakran elérhetetlen cél, így a demokrácia gyakran megelégszik a többségi döntéssel. A „többség zsarnokságá”-ra és annak elnyomó jellegére a kisebbségben maradtak számára Alexis de Tocqueville már 1835-ben felhívta a figyelmet (Tocqueville 1983). Michael Erlhoff designer és

---

<sup>12</sup> “design is inevitably a political action, either an affirmative or critical one or at least a subversive one. This becomes obvious in the manner of the respective design: the ruling powers, their protagonists, or apologists, usually appear in uniform or in uniform ways, they are always better funded, have better equipment and more advanced technologies, they demonstrate authority and ruthlessness. Designers are always involved in this process. Truly social and lively protest often uses design to compensate for its lack of financial resources, and, in so doing, it tends to be especially characterized by creativity. This kind of protest opens up possibilities; it moves in the social space and unfolds conviviality. It is critical and in a peculiar way forceful; it negotiates with options”

<sup>13</sup> “the politics of the future will be the art of mobilising the masses.”

teoretikus pedig az előre és tömegesen gyártott termékek, és így a design normatív jellegét emeli ki, amely felülírja, elnyomja az egyéni igényeket (Erlhoff 2021, 89). A tömeggyártás ilyen típusú negatív hatásai kitermelték ugyan a 20. század második felére a személyre szabás (customization) és a tömeges személyre szabás (mass customization) tervezési és gyártási módszereit, amelyek képesek alternatívákat kínálni (és a design demokratikus jellegét sokan ebben is látják (Kolarevic és Duarte 2019)), a kultúránkat domináló metódus továbbra is a tömeggyártás.

## **Populista**

Ha a hatalom megszerzésének és megtartásának záloga a többségi szavazatok megszerzése, a politikai (és demokratikus) célok könnyen redukálódnak a többség, „a nép” megnyerésére, meggyőzésére. A populizmus az a retorika és stratégia, amely a többség vágyaira és igényeire reflektál, azokat szolgálja ki a tömeg legnagyobb közös nevezőjére redukált ígéretek, javaslatok, és/vagy a nép különböző szegmenseinek tett párhuzamos ígéretek, javaslatok formájában. A design, a tervezési tevékenység célja a termékek eladhatóbbá, kívánatosabbá tétele annak érdekében, hogy minél többet eladjanak belőlük – így könnyen belátható, hogy a populizmus gyakorlatai ezen a területen is otthonra találnak.

### **2.3.2. Konfliktusok**

A design és a demokrácia szinergiái mellett azonban vannak egymással ütköző céljaik, mechanizmusaik is.

#### **Közösségi érdek**

A demokrácia egyének működését hivatott összehangolni, míg a design történetéből fakadó célja a megbízó, megrendelő érdekeinek érvényesítése. Mivel a design univerzális eszköz, eszközeit, módszertanát lehet a közösség szolgálatába állítani, de tudatosítani kell az irányváltást minden érintett szereplőben és transzparenssé kezelni azt. Donald Norman 2023-ban megjelent *Design for a Better World* (Design egy jobb világért) c. könyvében úgy fogalmaz, hogy az eddig alkalmazott *human centered design* (emberközpontú tervezés) gyakorlata helyett *humanity centred design* (emberiségközpontú tervezés) gyakorlatra van szükség, amely az egyének szociotechnikai kontextusát és az egész élővilágot is figyelembe veszi a tervezés során, ahelyett, hogy az egyén igényeire, szükségleteire, vágyaira kínált megoldásokra fókuszál (Norman 2023).

#### **Hatékonyság**

A design (és a piaci működés) kiemelt célja általában a hatékonyság. A demokráciával szemben megfogalmazott egyik leggyakoribb kritika, hogy a kivitelezése körülményes, komplex, időt és erőforrást igényel, az eredményei pedig nem képviselnek akkora hozzáadott értéket, mint amekkora veszteséget okoz a működtetése. A design profitorientált vállalati környezetben fejlesztett módszertanát ezért nem lehet változtatások nélkül hozzárendelni a társadalmi, közérdekű célokhoz. Míg a design sokszor törekszik az egyszerű megoldások megtalálására, a demokrácia működtetése komplex rendszerekben való gondolkodást igényel és elveti ezek redukálását. Ezen igények kiszolgálása a komplexitás menedzselését kívánja meg a tervezőktől (Manzini 2017).

## **Realizmus**

Mivel a design végső magasztos célja „egy jobb világ”, egy „jobb jövő” megteremtése és a tervezők közösségére általában jellemző ez a naiv küldetéstudat, a „jó designer” ismérve pedig, hogy a megrendelője, megbízója vágyait teljesíti, a tervezői munka pedig a kivitelezéssel véget ér, a designerek kritikus önreflexiója lassan vagy sosem ébred fel, és mindenképpen egy erős idealizmus a kiindulópontja. Busch és Palmås szerint a tervezők idealizmusa azonban nincs összhangban a politika realitásával. Egy realista számára – szerintük – a politika elsősorban nem a mindenki számára jobb világ felé vezető út, hanem inkább a szűkös erőforrásokért, az egyéni túlélésért és végső soron a hatalomért folytatott „csúnya” harc. A politika szerintük kupis, mocskos, piszkos, csúnya – ezt a csúnyságot pedig ritkán ismerik el a designról szóló diskurzusban. A tervezők szempontjából a jó design sosem korrump, funkcionalitás, őszinteség és átláthatóság jellemzi, ami a politikában ritkán vagy sosem valósul meg (Busch és Palmås 2016, 18).

### 3. Design és demokrácia – szakirodalmi áttekintés

A szakirodalmi áttekintés súlypontját a designkultúra tudomány szó szerinti „design és demokrácia” írásainak ismertetésére és elemzésére helyezem, de céloom láttatni a nagyfokú diverzitást és széttartó sokféleséget is, ami a témát jellemzi.

Annak ellenére, hogy a design az emberré válásunk egyik kulcsa volt és így az emberiséggel egyidős, a design mint tudományág igen fiatal. A designer szakma az iparosodás (19. század vége) időszakának terméke, a design oktatását a Bauhaushoz (1919-1933) vezethetjük vissza, a design tudományos analízise pedig „csak” öt-hat évtizednyi múltat tekint vissza.

A designkultúra tudomány szakirodalma tehát önmagában nem olyan terjedelmes, mint a nagy múltú diszciplínáké (pl. filozófia, művészettörténet, politológia), ezen belül pedig a demokráciára reflektáló írások számszerűsége szintén nem nagy. Látni fogjuk továbbá, hogy ugyan újabban megjelentek kiváló tanulmányok is a témában, az egész korpuszt tekintve inkább találunk előadásokat, esszéket, *call to action*, azaz cselekvésre buzdító írásokat, manifesztókat, illetve a nem akadémikus közönségnek szánt írásokat. Ennek oka egyrészt, hogy a tervezői gyakorlati működésből nehéz „átugrani” a kortárs akadémiai nyelvezetbe és normákba, ezért a mai napig gyakori, hogy a tervezők értékes meglátásának, *insight*-jainak közzétevése érdekében szerkesztők felfüggesztik vagy kompromisszumosan kezelik az akadémiai normákat; másrészt a tervezők kreativitása, innováció iránti igénye keresi is az utakat a tradíciók és normák megkérdőjelezésére, felrúgására, az akadémiai normák nem hagyományos megközelítésére.

Az előbbi esetre hadd idézzem Ezio Manzini olasz tervezőt és akadémistát, aki *Politics of the Everyday* (A hétköznapok politikája) c. könyvének előszavában deklarálja is ezt „féltudományos” helyzetét: „A könyv a társadalmi innováció területén szerzett tervezői tapasztalataimból született, és a kritikus, együttműködő tervezési képesség elterjesztéséhez kíván hozzájárulni. Nem szociológiai vagy politológiai könyv; és nem is a hétköznapi élet designjának kézikönyve. Ez a könyv a designkultúra könyve, vagy legalábbis az szeretne lenni, amelynek potenciális olvasóközönsége mindenki, aki részt vesz a designtevékenységekben – tehát tulajdonképpen bárki.”<sup>14</sup> (Manzini 2019, x)

A második esetre, a designerek szüntelen kreativitásának illusztrálására pedig hadd emeljem ki a design és a demokrácia szavakkal való játékot, amely a területet jellemzi. A 20. században a designerek közös nyilvános játéka volt a „form follows function” (a forma követi a funkciót) diktum kreatív és játékos újraértelmezése és olyan variációk születtek, mint „form expresses function”, „form follows fashion”, „colour follows function”, „form follows emotion”, stb (Clay 2009, 26–35). A design és demokrácia kapcsán találkozhatunk majd a „for”, „of”, „in”, „as”, „by” angol előljárószavakkal a két szó között, azok tetszőleges sorrendjében, de a „democratic design” (demokratikus design), „democratization of design”, „designing democracy” is a repertoár részei, és még messze nem említettem minden variációt. Természetesen a címválasztásnak minden

---

<sup>14</sup> “The book was born from my experience as a designer in the field of social innovation and seeks to make a contribution to the diffusion of a critical, collaborative design capability. It is not a sociology book or a book of political science; neither is it a manual of everyday-life design. It is, or at least it would like to be, a book of design culture, whose potential readership includes everyone who is involved in design activities – and so, effectively, anybody.”

alkalommal oka van, és a kis különbségek hosszú diskurzusok tömörítését jelzik, ugyanakkor a kreativitás is érezhető a címek és elnevezések mögött.

A vonatkozó szakirodalmakat először időrendben ismertetem, kiemelve a szerzőket, akik a téma hálózatának csomópontjait jelentik, utána pedig a Victor Margolin és Ezio Manzini által javasolt kategorizáció mentén tekintem át a design és demokrácia különböző kapcsolódási pontjainak irodalmát.

Az időrendi rész két nagy egységre bontható: az első az Arts & Crafts mozgalomtól az ezredfordulóig tart, és megmutatja, hogy a demokráciára való hivatkozás folyamatosan jelen volt a designtörténetben.

A második egység Gui Bonsiepe 2005-ben elmondott és 2006-ban írásban megjelent *Design and Democracy* (Design és demokrácia) beszédétől napjainkig, a Michael Erlhoff és Maziar Rezaei szerkesztésében 2021-ben megjelent *Design and Democracy* kötetig tart és a designról és demokráciáról való diskurzusnak ez tekinthető a központi magjának, a mai publikációk előzményeiként Bonsiepe, Margolin és Manzini írásai jelennek meg, illetve Margolin és Manzini 2017-ben írt nyílt levele aktivizálta a design közösség demokratikus elkötelezettségét.

Ahogy azonban láttuk az előző fejezetben, mind a design, mind a demokrácia erősen változó, kontextustól függő jelentéstartalmakkal bírnak, így a kettő metszete is sokféle jelentést, értelmezési kört képes felvenni. A fejezet második nagy egységében ezeket tekintem át a Margolin és Manzini által javasolt négyelemű rendszerben: (1) *design of democracy*, (2) *design for democracy*, (3) *design in (a) democracy* és (4) *design as democracy*.

Az egyes irodalmak és szerzők ismertetésénél kiemelem a demokráciafogalmat, amivel dolgoznak, az ő legfontosabb téziseiket és azokat a téziseket, amelyek az én érvelésem szempontjából a legrelevánsabbak.

### **3.1. Az Arts & Crafts mozgalomtól a First things First kiáltványig**

#### **3.1.1. Arts & Crafts**

John Ruskin (1819-1900) író, filozófus, művészettörténész a Viktoriánus kori Angliában nagy hatással volt kortársaira, többek között William Morris-ra (1834-1896) és Edward Carpenterre. Marx és Engels kortársaiként együtt alkalmazták a kortárs társadalomkritikát a művészetek és a kézművesség területén. Elutasították a gépek által lehetővé tett tömeggyártás silány minőségét és lelketlenségét, tiltakoztak a munkamegosztás, a munka elidegenítése és a munkások kizsigerelése ellen, egy jobb, egyenlőségen alapuló társadalmat vizionáltak és az Arts & Crafts mozgalom célkitűzéseivel összhangban ezen értékeken alapuló termékek létrejöttében hittek. Bár Morris csatlakozott a Demokratikus Szövetséghez ((Democratic Federation), amit aztán átneveztek Szociáldemokrata Szövetségre (Social Democratic Federation), Carpenter első könyve pedig *Towards Democracy* (A demokrácia felé) (1883) címmel jelent meg és egy hosszú versben fogalmazta meg benne spirituális demokráciával kapcsolatos gondolatait; a „demokratikus” helyett a „szocialista” szóhasználat volt jellemző írásaikra a meggyőződéseikkel kapcsolatban (Mathis 2016).

### 3.1.2. Walter Gropius: Apolló a demokráciában

Az Arts & Crafts mozgalom és Morris munkássága fontos kiindulópontjai, előzményei voltak a Walter Gropius által 1919-ben alapított Bauhaus művészeti iskolának. Gropiusról szóló könyvében Fiona MacCarthy beszámol egy történetéről: „Az 1930-as évek elején Nikolaus Pevsner, a német művészettörténész, akinek már A modern formatervezés úttörői c. könyv<sup>15</sup> járt az eszébe, meglátogatta Gropius-t Berlinben. Elővett egy fényképet, amit magával hozott: a jól ismert portrét a magas, széles homlokú, hullámos hajú és szakállú Morrisről, amelyet barátja, Emery Walker készített, és megmutatta Gropiusnak. »Szóval ez Morris.« – mondta Gropius. »Soha nem láttam róla képet. Pedig milyen sokkal tartozom neki.« (MacCarthy 2019, 121)

MacCarthy szerint Gropius tartozása Morrisnak egyrészt abban érhető tetten, hogy a Bauhaus nagy hangsúlyt fektetett a műhelygyakorlatra, az anyagok és technológiák beható ismeretére, a kézzel (nem géppel) alkotás szépségére; másrészt Gropius osztotta Morris demokratikus nézeteit arról, hogy a művészet és a kreativitás mindenkié. MacCarthy szerint azonban Gropius az első világháború borzalmai után egy más történelmi időszakban építette fel a Bauhaust és az Arts and Crafts célkitűzéseire képest sokkal messzebbre merészkedett a művészet és a technológia fúziójának vágyában egy jobb, modern világ érdekében (MacCarthy 2019, 122).

Walter Gropius 1919-től 1928-ig volt a Bauhaus igazgatója, majd miután az iskolát 1933-ban az akkori igazgató Ludwig Mies van der Rohe és munkatársai – a Gestapo nyomására, de végül – önkéntes döntése alapján bezárták, először Angliába, majd 1937-ben Amerikába költözött (MacCarthy 2019). Ahogy ő fogalmazott, volt egy német, egy angol és egy amerikai élete (Gropius 1968, 15). 1968-ban, 85 éves korában, a halálát megelőző évben jelent meg *Apollo in the Democracy: The Cultural Obligation of the Architect* (magyarul Apolló a demokráciában címmel 1981-ben jelent meg (Gropius 1981)) c. könyve, amelyet felesége, Ise Gropius szerkesztett és Gropius tíz 1956 után díjtadókon, születésnapokon, laudáción elhangzott beszédét és néhány fontos találkozására (pl. Frank Lloyd Wright-tal, Le Corbusier-val) való visszaemlékezését tartalmazza (Gropius 1968).

A címbe szereplő Apollóról Gropius azt írja, hogy „a fejedelmek és a felsőbb osztályok arisztokratikus, kulturális mentorának tekintették. Ő inspirálta Maecenast. A huszadik század demokráciájának azonban Maecenas helyébe az állampolgárok kulturális akaratát és cselekvését kell állítania. A technika materialista hatalmát ellensúlyozva arra hivatott, hogy Apolló hatalmát mint a kultúra szimbólumát visszaállítsa. Mindannyiunk közös kihívása, hogy segítségünk újratehermenteni ezt a képet.”<sup>16</sup> (Gropius 1968, viii)

Gropius így határozza meg a saját demokráciafogalmát: „A demokrácia szó alatt nem az antik görög államformát értem, amely a szabad polgárok egy viszonylag kis elit csoportjának hatalmán nyugodott a rabszolgamunka szilárd alapja felett, és nem a jelenlegi demokrácia

<sup>15</sup> Angol nyelven 1936-ban, 1949-ben, 1960-ban, 1986-ban, 2005-ben és 2011-ben, magyar nyelven 1977-ben jelent meg.

<sup>16</sup> “was seen as an aristocratic, cultural mentor of princes and the upper classes. He inspired Maecenas. The democracy of the twentieth century, however, will have to replace Maecenas by the cultural will and action of the citizen. Offsetting the materialistic power of technology, he is called upon to reinstate the power of Apollo as a symbol of culture. We are all challenged to help recreate this image.”

politikailag hangsúlyos európai, amerikai vagy orosz sajátos formáira gondolok. Arról az életformáról beszélek, amely politikai azonosítás nélkül lassan terjed az egész világon, és a növekvő iparosodás, a növekvő kommunikációs és információs szolgáltatások, valamint a tömegek felsőoktatáshoz és választójoghoz való széleskörű hozzáféréseire alapozva épül fel. Milyen viszonyban van ma ez az életforma a művészettel és az építészettel?"<sup>17</sup> (Gropius 1968, 3)

Gropius szerint a szépség minden ember elsődleges szüksége (Gropius 1968, 10), a kortárs társadalom viszont kibillent az egyensúlyából, a korábbi egység megbomlott (Gropius 1968, 5). A művész, vagyis Apolló feladata, hogy a kulturális egyensúlyt visszaállítsa, az elgépiesedés, a tudomány és az ipar vívmányainak hatását ellensúlyozza művészi, kreatív, humánus megoldásokkal (Gropius 1968, 7). Közös társadalmi morális törekvés nélkül azonban a művész vagy az építész egyedül marad a törekvéseivel (Gropius 1968, 18). A megvalósításhoz vezető út pedig mindenképpen az oktatásban rejlik: kora gyermekkortól át kell adni a művészet és a kreativitás iránti igényt és a demokratikus értékeket, a részvételiség értelmét és gyakorlatát is (Gropius 1968, 101).

Gropius elveti azt, hogy egy stílust kellene követni, kiemeli, hogy a Bauhausban is arra törekedtek, hogy ne egy időszak vagy személy stílusát ismételjék, hanem stílus nélkül, az adott problémára adott választ tervezzenek. Az „egység a sokaságban” (unity in diversity) elvében hisz, ami a demokrácia szövetének alapja is. Ha ezt az elvet nem tudjuk érvényesíteni, robotokká válunk – mondja. Továbbá csak együttműködéssel, közös munkával (a tervező, kivitelező, gazdasági szereplők között) tudjuk összeegyeztetni az alacsony ár, jó technológia és szép forma kívánalmait egy termékben. Egy érett demokráciának biztosítania kell a művész társadalmi megbecsültségét, presztízsét (Gropius 1968, 21–32).

Gropiust a *Royal Society of Art* (Királyi Művészeti Szövetség) Albert medállal tüntette ki. 1961. november 9-én Londonban *The Tree of Life versus the Sales Spiral* (Az élet fája kontra az értékesítési spirál) címmel tartott beszédet. A Bauhaus és a reálpolitika kapcsolatáról szóló részt a saját szavait idézve közlöm:

"Nemrég például meglátogattam egy német művészettörténészt, aki éppen egy részletes és jól dokumentált beszámolót ír az 1919 és 1928 közötti Bauhaus évekről. A régi akták átkutatása során rábukkantunk egy naplóra, amelyet a feleségem a Weimarban és Dessauban töltött hat év alatt vezetett, és amelyet azóta nem néztünk át újra. Elkezdtem olvasni, és minél tovább haladtam benne, annál inkább elkeseredtem, mert a szövegből tökéletesen világossá vált számomra, hogy a vállalkozásunkba fektetett óriási erőfeszítés 90 százaléka a helyi és nemzeti környezet ellenséges erői elleni küzdelemre ment el, és kevesebb mint 10 százalékot fordítottunk alkotó munkára. De felhívom a figyelmet, hogy az a depresszió, amit most éreztem emiatt a diszkrépancia miatt, akkoriban – rövid időszakokat leszámítva – soha nem volt jellemző; csak most, utólag vált teljesen nyilvánvalóvá, hogy mekkora akadályok

---

<sup>17</sup> "My theme, "Apollo in the Democracy," concerns itself with the creation of beauty and with the measure of its reverberations in the democratic society. By the word "democracy I mean neither the antique Greek form of government which rested upon the power of a comparatively small elite group of free citizen over a solid foundation of slave labor, nor do I mean the politically stressed European, American, or Russian special forms of present democracy. I speak of the form of life which, without political identification, is slowly spreading over the whole world, establishing itself upon the foundation of increasing industrialization, growing communication and information services, and the broad admission of the masses to higher education and the right to vote. What is the relationship of this form of life to art and architecture today?"

tornyosultak egy olyan intézmény működtetése ellen, amely a tervezés teljesen unortodox, forradalmi megközelítése mellett kötelezte el magát. Amikor ott voltunk, pontosan tudtuk, hogy létezésünk minden apró darabját ki kell harcolnunk az oroszán szájából, de sosem kételkedtünk abban, hogy képesek vagyunk legyőzni az ellenállást. Küzdöttünk és dühösek voltunk, hogy akadályoztak bennünket a munkánkban; de nem voltunk lehangoltak. Úgy éreztük, hogy valami újnak a kezdeténél állunk, és még csak az első lépéseket tettük meg az újonnan felfedezett, kihívásokkal és ígéretekkel teli világba.

Jelenlegi tudásommal felvértezve azt mondtam volna, hogy ez nem lehetséges, hogy az I. világháború vége és a Hitler megjelenése közötti intermezzo túl rövid volt ahhoz, hogy bármi maradandó értéket elérjünk; hogy a hosszú hibernáció, amelybe minden alkotó elme kényszerült a náci évek alatt, biztosan elpusztította volna a gondosan elvetett magot. És mégis, itt vagyok – huszonnyolc évvel a Németországból való elvándorlásom után és mindazok képviselőjeként, akik velem együtt átvészelték azokat a korai éveket –, hogy átvegyem az Önök legmagasabb rangú díját kiemelkedő vezetői tevékenységért a design területén (design leadership).<sup>18</sup> (Gropius 1968, 35–36)

### 3.1.3. Vítor Papanek

Gropiusnak és a Bauhausnak vitathatatlanul nagy szerepe volt a 20. századi design irányainak kijelölésében, az alapok lefektetésében. Az *Apollo in the Democracy* könyvre viszont egyetlen utalást találtam – Szentpéteri Márton Design és kultúra – Befogadó designkultúra c. könyvében (Szentpéteri 2010), az angol nyelvű irodalmak egyike sem hivatkozott rá a későbbi design és demokráciával foglalkozó irodalomban. Csupán három évvel később (1971-ben), szintén az Egyesült Államokban jelent meg viszont Victor Papanek *Design for the real world* (Design a való világ számára) c. könyve, amely azonban azóta is az egyik legtöbbet hivatkozott könyv a designkultúrában.

A könyv nem a demokráciára helyezi a hangsúlyt, de minden később kibontakozott kritikus irányzatnak az alapját adja, pl. a *Design for All* (design mindenkinek), az univerzális, inkluzív

---

<sup>18</sup> “For instance, some time ago I was visited by a German art historian who is in the process of writing a detailed and well-documented account of the Bauhaus years between 1919 and 1928. In the course of our searching through old files, we came upon a diary my wife had kept throughout the last six years in Weimar and Dessau and which we had not reexamined since. I began reading it, and the further I proceeded the more I became depressed, for it became perfectly clear to me from the text that of all the tremendous effort put into that enterprise, 90 percent had gone toward fighting the hostile forces of the local and national environment, and less than 10 percent had been spent on creative work. Mind you, the depression I *now* experienced at this discrepancy had never been felt at the time, except for short intervals; it was only in retrospect that the overwhelming odds against the continuation of an institution, dedicated to a completely unorthodox, revolutionary approach to design, became fully apparent. While we were at it we knew perfectly well that we had to wrest every bit of our existence from the lion’s mouth, but we never doubted our strength to overcome opposition. We were fighting mad at being hampered in our work; but we were not depressed. We felt we were standing at a new beginning and had accomplished only the first few steps into a newly discovered world full of challenges and promises. Armed with my present knowledge, I would have said that it could not be done, that the interlude between the end of World War I and Hitler’s advent was much too short to accomplish anything of lasting value, that the long hibernation into which all creative minds were forced during the Nazi years would surely have killed off the carefully sown seed. And yet, here I am, twenty-eight years after my exodus from Germany, picked out by you as the representative of all those who weathered those early years with me, to receive your highest prize for leadership in design.

So, don’t you ever believe an old man when he says that something cannot be done; he cannot possibly put himself back into the shoes of a young man who simply goes to work, confidently setting the stage as if he were going to live forever. It is only by this stretch of his imagination that he can thrust his thoughts ahead far enough to outlast his lifetime.”

designnak, a designaktivizmusnak, social designnak; és a legtöbb ponton ma is releváns. Papanek élesen kritizálja benne a fogyasztói társadalom negatív hatásait és rámutat a tervezők felelősségére ezek megelőzésében: a tervezésnek nemcsak esztétikai vagy gazdasági szempontokat kell figyelembe vennie szerinte, hanem az emberek valós szükségleteire kell reflektálnia, szem előtt tartva a fenntarthatóságot is. A könyv olyan témákat tárgyal, mint a társadalmi igazságosság, az ökológiai fenntarthatóság, az egészségügyi és biztonsági szempontok, valamint a kulturális sokszínűség fontossága a tervezésben (Papanek 1971).

### 3.1.4. First Things First manifesztó

Ken Garland (1929-2021) brit grafikus 1963. november 29-én a londoni *Institute of Contemporary Art* (Kortárs Művészeti Intézet) épületében a *Society of Industrial Artist* (Ipari tervezők szövetsége) egy zsűfolt ülésén vetette papírra felháborodását kifejező javaslatát. Az ülés végén Garland engedélyt kért, hogy felolvashassa, ami gyorsan kiáltvánnyá formálta a szöveget, amely aztán *First Things First Manifesto* (A fontos dolgokat vegyük előre! kiáltvány) címen került publikálásra és lett a designtörténelem egy fontos epizódja. A kikiáltást hosszú taps követte és sokan jelentkeztek, hogy aláírják. 1964 januárjában 400 darabot nyomtattak ki belőle, hogy terjesszék, majd január 24-én a *Guardian* hetilapban is megjelent. Garlandot meghívta a BBC, hogy felolvassa a kiáltvány egy részletét és megvitassák, majd design folyóiratokban jelent meg, lefordították német és francia nyelvre és eljutott Ausztráliába, az Egyesült Államokba, Hollandiába is (Poyner 2009).

A kiáltvány a grafikusok helyére és szerepére kérdez rá a világban, Garland azt kéri, hogy a fogyasztói társadalom olyan frivol termékei, mint a csíkos fogkrém, borotválkozás utáni és borotválkozás előtti ápolók, karcsúsító és tömegnövelő diéták, dezodorok és bubis vizek helyett hadd tervezzenek több olyan dolgot, amelybe érdemesebb a képességeiket és szakmai tudásukat fektetni, mint az utcai és épületeken belüli tájékozódást segítő rendszerek, könyvek, folyóiratok, oktatási kézikönyvek és segédanyagok, tudományos és ismeretterjesztő műsorok, kiadványok. Ugyanakkor a manifesztó expliciten nem radikális, csak javaslatot tesz: „Nem azért szólalunk fel, hogy minden nagyhatású fogyasztói reklám eltörlésre kerüljön: ez nem megvalósítható. Azt sem akarjuk, hogy az életben ne legyen móka. De a prioritási sorrend átrendezését javasoljuk a hasznosabb és tartósabb kommunikációs formák javára. Reméljük, hogy társadalmunk belefárad a trükköző értékesítőkbé, a státuszt áruló kereskedőkbe, és a rejtőzködő manipulátorokba, és hogy a képességeinket értékesebb célok érdekében hívják majd segítségül. Ezt szem előtt tartva azt javasoljuk, hogy osszuk meg tapasztalatainkat és véleményünket, és tegyük elérhetővé azokat kollégák, diákok és mindenki más számára, aki érdeklődik.”<sup>19</sup> (Garland 1964)

Bár a kiáltvány nyíltan megfogalmazta és legalább szakmán belül tisztázta az álláspontot: a tervezők a fogyasztói társadalmat szolgálják ki, de szeretnék ezt jobban, etikusabban, értelmesebben csinálni; nem lehet azt mondani, hogy változást indított el. 1999-ben aztán a

---

<sup>19</sup> “We do not advocate the abolition of high pressure consumer advertising: this is not feasible. Nor do we want to take any of the fun out of life. But we are proposing a reversal of priorities in favour of the more useful and more lasting forms of communication. We hope that our society will tire of gimmick merchants, status salesmen and hidden persuaders, and that the prior call on our skills will be for worthwhile purposes. With this in mind we propose to share our experience and opinions, and to make them available to colleagues, students and others who may be interested.”

grafikus társadalom újra elővette a kiáltványt, kiemelve, hogy az üzenete sürgetőbb, mint valaha. A szöveget aktualizálva, valamelyest átfogalmazva 33 név szerinti aláírással – de jelezve, hogy többen is vannak; megjelentették az AIGA (The American Institute of Graphic Arts – Az Amerikai Grafikaművészet Intézete) kiadványában és más folyóiratokban (AIGA 2009).

Rick Poynor angol design- és vizuális kultúra kutató – a 2000-es manifesztó egyik aláírója – pedig kísérő cikket írt a megújított kiáltványhoz *Design is About Democracy* (A design a demokráciáról szól) címmel (Poynor 2009), kiemelve, hogy az új verzióban egy fontos változtatás történt, belekerült ez a mondat: „A prioritási sorrend megfordítását javasoljuk a hasznosabb, tartósabb és demokratikusabb kommunikációs formák javára...”<sup>20</sup> (AIGA 2009).

Poynor megfogalmazásában Garland (és a többi aláíró) amiatt aggódott 1963-ban, hogy a designt az a veszély fenyegette, hogy elfelejti a felelősségét a jobb életért való küzdelemben. A kiáltvány szembe állította a designt mint kommunikációt (hasznos információkkal kiszolgálni az embereket) és a designt mint befolyásolást (arra rávenni az embereket, hogy vegyenek meg valamit) (Poynor 2009, 177). Poynor szerint a 60-as évek lágyabb, kevésbé invazív reklámhoz köthető közhangulatában volt alapja annak az elképzelésnek, hogy néhány tervező átállásával a „másik oldalra”, a jármű egyensúlya még visszaállítható. Az eredeti kiáltvány nem ismerte el, hogy ez egy politikai kérdés lehet és Garland a kiáltványban is úgy fogalmazott, hogy a politikai, gazdasági rendszert nem kérdőjelezte meg. Poynor szerint azonban az, hogy egy tervező az erőfeszítéseit vállalati projektek, reklámhirdetések vagy más célok szolgálatába állítja, igenis politikai döntés. Katherine McCoy design edukátort idézi (hivatkozás nélkül), aki szerint az egyensúlytalanság nagyobb, mint valaha és az, hogy a gazdasági érdekek felülírják az emberek társadalmi, edukációs, kulturális, spirituális és politikai szükségleteit, egy a meglévő status quo-t erősítő politikai döntésen alapul (Poynor 2009, 1978).

Poynor szerint ugyanakkor „még ebben a kései időpontban is, a féktelen árucikké válás kultúrájában – annak minden vakfoltjával, torzulásával, nyomásával, megszállottságával és örültségével –, még lehetséges, hogy a vizuális kommunikátorok megtalálják a design alternatív működési módjait. A gyökereknél ugyanis ez a demokráciáról szól. Amikor a mindennapi élet felett egyre inkább átveszi a hatalmat a kommercializálódás, akkor a demokratikus ellenállás életbe vágóbb, mint valaha”<sup>21</sup> (Poynor 2009, 179).

## 3.2. Design és demokrácia: 2005 – 2021

### 3.2.1. Gui Bonsiepe

A designelmélet ezredforduló utáni egyetemes történetének és konkrétan a design és a demokrácia összefüggéseiről való gondolkodásának egyértelmű kiindulópontja Gui Bonsiepe 2005-ben előadott és 2006-ban publikált írása *Design and Democracy* címmel (Bonsiepe 2006).

---

<sup>20</sup> “We propose a reversal of priorities in favor of more useful, lasting and democratic forms of communication...”

<sup>21</sup> “at this late hour, in a culture of rampant commodification, with all its blindspots, distortions, pressures, obsessions, and craziness, it's possible for visual communicators to discover alternative ways of operating in design.

At root, it's about democracy. The escalating commercial take-over of everyday life makes democratic resistance more vital than ever.”

Látni fogjuk, hogy a későbbi írások erre a szövegre hivatkoznak és sokszor megismétlik a téziseit.

Bonsiepe Németországban született 1934-ben és az ulmi Hochschule für Gestaltung (HfG) diákja, majd tanára volt annak 1968-as bezárásáig. Még abban az évben Dél-Amerikába emigrált és szabadúszó tervezőként, design tanácsadóként működött és működik a mai napig is Chilében, Brazíliában és Argentínában. 1973 és 1975 között az ICSID (2015 óta már WDO, azaz World Design Organization, vagyis a Design Világszervezete) alelnöke volt, 1987 és 1989 között Kaliforniában, az Egyesült Államokban dolgozott egy szoftverfejlesztő cégnél, 1993-tól 2003-ig a TH Köln-ön oktatott interfész design. A 2022-ben kiadott, az elméleti munkásságát összegző és angolul megjelentető kötet information designerként, oktatóként és designelméleti szerzőként aposztrofálja, akinek a kiemelt érdeklődési területei a vizuális retorika, a kritikai design és a periférikus országok design munkássága (Guibonsiepe.com, é. n.) (Bonsiepe 2022, 434).

Bonsiepe tehát az ulmi főiskolán (HfG) tanult és tanított, ami – nyilván módosult formában, de – a Bauhaus szellemiség és hagyomány örököse, továbbvivője Németországban, vagyis Bonsiepe az Arts & Crafts és Bauhaus hagyományok felé is hidat képez, a demokráciához való viszonyulását pedig erősen formálták mind az európai, mind a latin-amerikai tapasztalatai és így a Globális Észak és Dél és a globális centrum és periféria között is hidat képez.

A *Design and Democracy* először egy előadás formájában hangzott el spanyol nyelven 2005 júniusában Santiago de Chile-ben azon alkalomból, hogy a *Metropolitan University of Technology* díszdoktori címmel tüntette ki Bonsiepe-t. Majd az előadás angol nyelvű rövidített és szerkesztett változata a *Design Issues* folyóiratban jelent meg a 2006 tavaszi számban (Bonsiepe 2006). A szöveget azóta több nyelvre lefordították és újra közölték a *Design Studies – A Reader*-ben (Bonsiepe 2009), a Bedford Press *Civic City Cahier* sorozatának második elemeként (Bonsiepe 2013), majd a Bonsiepe munkásságát összegző és értelmező *The Disobedience of Design* (A design engedetlensége) c. kötetben (Bonsiepe 2022).

A 2022-ben megjelent kötetben Bonsiepe egy rövid előszóval egészítette ki a szöveget, amelyben arról írt, hogy Chile 1970 és 1973 közötti társadalmilag és politikailag dinamikus időszakának designtörténete – az 1973-as katonai puccs és az 1990-ig tartó katonai diktatúra miatt – évtizedekre rejtve maradt, mintha nem is létezett volna (Bonsiepe 2022, 86). A Cybersyn projekt azonban nemzetközileg is figyelemre méltó és jelentős volt. A projektet Salvador Allende elnök kezdeményezte és a célja egy disztribúciós döntési rendszer kialakítása volt, ami Chile gazdaságának irányítását támogatta. A projekt egy fontos elemének, az Opsroom-nak, vagyis irányító szobának Bonsiepe volt a főtervezője (Bonsiepe 2022, XVII). A 2005-ben érkezett chilei díszdoktori díj és meghívás pedig lehetőséget kínált számára arra, hogy tágabb kontextusban is értelmezze és bemutassa a design és a demokrácia viszonyát (Bonsiepe 2022, 86).

Felépítését tekintve a szöveg szembe állítja a külsőségekre fókuszáló, branding alapú, a kapitalizmust és neoliberalizmust kiszolgáló könnyed, látványos, „csomagolás” jellegű, manipulatív, a termékek szimbolikus jellegére és értékére fókuszáló design a James Dyson-tól kölcsönzött „intelligens problémamegoldásra” fókuszáló, funkcionális tervezéssel és a design

humanizmussal, ami képes felismerni társadalmi csoportok igényeit és azokra életképes emancipatív megoldásokat tud kínálni (Bonsiepe 2006).

A demokráciával kapcsolatban is szembeállítja a szörnyűségeket (imperialista inváziók, bombázások, népirtások, etnikai tisztogatások, kínzások, és a nemzetközi törvények megsértése), amiket a nevében az elmúlt években elkövettek és a demokrácia igazi jelentését, értelmét; és felteszi a kérdést, hogy hogyan tudnánk azt visszanyerni, a demokrácia hitelességét helyreállítani. A demokrácia számára többről szól, mint a formális szavazati jogról, az ő interpretációjában a participációról szól, vagyis arról, hogy az eddig alárendelt polgároknak teret tudunk nyitni és biztosítani az önrendelkezéshez való jogukat, és hogy saját akaratukból kezdeményezzenek és megvalósítsanak projekteket. A szabadság szerinte több annál, mint hogy százféle mobiltelefonból választhatunk vagy hogy elrepülhetünk Orlandóba vagy Párizsba. A demokrácia egy lényegi, tehát kevésbé formális értelmezését favorizálja: a heteronómia (azaz bármely külső erő általi dominancia) lebontását, redukcióját. A hatalmi egyensúlytalanság szerinte nem teszi lehetővé a participációt és így nem demokratikus, az embereket tárgyiasítja és árucikké teszi (Bonsiepe 2006, 29–30).

Kiemeli, hogy – szándéktól függően – a design az autonómia és a heteronómia irányába is képes eltolni folyamatokat, a manipuláció kérdésének vizsgálata régi hagyomány a designban és a megjelenésen keresztül együtt képesek hatni (Bonsiepe 2006, 31). Ahogyan a központosult hatalom is képes a demokráciát arrogáns és leereszkedő módon arra használni, hogy lenyugtassa a közvéleményt, hogy zavartalanul folytathassa a ténykedéseit (Bonsiepe 2006, 29).

Ezekre a szembe állításokra, ellentmondásokra a szöveg végén kapunk valamelyest választ: Egy társadalomban, amelyeket ilyen ellentmondások mérgeznek, a design sem maradhat érintetlen. Tervezni ugyanakkor azt jelenti, hogy szembenézünk ezekkel a paradoxonokkal és ellentmondásokkal (Bonsiepe 2006, 34).

Díszdoktori előadásként Bonsiepe reflektál a designoktatás helyzetére és a design és a tudomány viszonyára is, és a szöveg alapvetően egy felhívás, iránymutatás arra vonatkozóan, hogy milyen a jó, értékes design, mi a designer feladata egy ideális, demokratikus világban: kritikusan szemléli a kapitalizmus és neoliberalizmus folyamatait és nem úszik az árral.

### **3.2.2. Victor Margolin és Ezio Manzini**

Victor Margolin (1941-2019) amerikai designtörténész, kutató és oktató, a designkultúra tudományok nagy alakja, számos könyv szerzője és annak a *Design Issues* c. folyóiratnak az alapító és társszerkesztője, amely publikálta Bonsiepe írását 2006-ban. 2012-ben a pittsburgh-i Carnegie Mellon egyetemen tartott előadást *Design and Democracy in a Troubled World* (Design és Demokrácia egy zűrzavaros világban) címmel és az előadás szövegét elérhetővé tette az interneten.

A szöveg röviden ismerteti Bonsiepe írását is, de Margolin szerint Bonsiepe nem ment elég messzire annak áttekintésében, hogy a design milyen módon vehet részt a demokrácia mint struktúra és folyamat fenntartásában és javításában. Margolin szerint Bonsiepe az írása végén, bár szorgalmazza, hogy a termékek társadalmi szerepét és jelentőségét is figyelni, értelmezni

kell, mégis megmarad a designer hagyományos értelmezésénél, a „termékek tervezője” szerepnél (Margolin 2012, 2).

Margolin szerint a design ennél sokkal többet tud tenni: képes azon demokratikus intézmények és eljárások minőségét javítani, amik keretezik és szabályozzák az állampolgárok életét (Margolin 2012, 2). A design egyik fontos célja is az emberek jóléte, és a tágran értelmezett emberi jólét a demokrácia egy legitim célja is, aminek megvalósulásáért vagy elmaradásáért a demokrácia felelősségre vonható (Margolin 2012, 4).

A demokráciára egyszerre kormányzati rendszerként és feltételként tekint. A kormányzati rendszer alatt azokat az intézményeket és eljárásokat érti, amelyek meghatározzák az egyéni és kollektív cselekvési szféránkat. Feltételként pedig az állampolgári részvételt (citizen participation), a méltányosságot (fairness) és igazságosságot (justice) emeli ki, amelyeken a kormányzati rendszer alapul (Margolin 2012, 2). A szöveg további részében kiemeli a számonkérhetőséget (accountability) és átláthatóságot (transparency) is, amelyek ezen feltételek érvényesítését és így a demokráciát hivatottak fenntartani (Margolin 2012, 3–8).

Háromféle módját nevezi meg annak, ahogyan a design feltételként és kormányzati rendszerként is kapcsolódni tud a demokráciához (Margolin 2012, 5–17), és ezeket gyakorlati példákkal illusztrálja:

1. *Design of democracy* (a demokrácia tervezése)

“Azokkal a strukturális elemekkel foglalkozik, amelyek az emberi cselekvés kereteiként és szabályozóiként működnek egy demokratikus rendszerben. Az intézményekre (például: kormányzati ágak, ügynökségek, hivatalok, irodák, bíróságok és hivatalok) és eljárásokra (például: törvények, rendeletek, szabályok és protokollok) összpontosít.”<sup>22</sup>(Democracy and Design Platform 2017c)

2. *Design for democracy* (design a demokráciáért)

“Növeli az állampolgárok lehetőségeit a tanácskozási folyamatokban való részvételre. Az átláthatóságra (amely lehetővé teszi, hogy a polgárok tisztában legyenek a kormányzás folyamatban lévő folyamatával) és a deliberatív módszerekre (amely lehetőséget nyújt a döntéshozatali folyamatokba való jobb bevonásra) összpontosít.”<sup>23</sup>(Democracy and Design Platform 2017c)

3. *Design in a democracy* (design egy demokráciában)

“Azokra a tervezési kezdeményezésekre utal, amelyek különösen érzékenyek a demokrácia céljaira. Foglalkozhat az alapvető emberi jogok biztosításával (mint például az élelemhez, menedékhez, egészségügyi ellátáshoz és oktatáshoz való

---

<sup>22</sup> “It addresses the structural elements that function as frames and regulators of human action in a democratic system. It focuses on institutions (such as: branches of government, agencies, bureaus, courts, and offices) and procedures (such as: laws, regulations, rules, and protocols).”

<sup>23</sup> “It increases the opportunities for citizens to participate in deliberative processes. It focuses on transparency (which enables citizens to be aware of the on-going process of governance) and deliberative methods (which is the opportunity to be better involved in decision making processes).”

hozzáférés), és általánosabban az ellenállóbb, igazságosabb és fenntarthatóbb társadalom felé való átmenettel.”<sup>24</sup> (Democracy and Design Platform 2017c)

Ezio Manzini olasz design akadémikus és Victor Margolin 2017 március 5-én egy nyílt levéllel fordult a design közösség felé, amelyben már négy pontot említettek. 2017 májusában aztán Manzini a koldingi REDO Cumulus konferencián a keynote előadásában hosszabban is kifejtette a negyedik pontot, amivel kiegészítették Margolin hármass felosztását:

#### 4. *Design as democracy* (design mint demokrácia)

“Olyan színteret teremt, amelyen különböző szereplők összejöhetnek, és demokratikusan együttműködhetnek jelenük és jövőjük világának alakításában. Különböző embereket és nyilvánosságot von be a mindennapi életük különböző aspektusait érintő közös tervezési és koprodukciós folyamatokba.”<sup>25</sup> (Democracy and Design Platform 2017c)

Manzini munkásságának és érdeklődésének középpontjában a társadalmi innovációk és a fenntarthatóság állnak, a DESIS (Design for Social Innovation and Sustainability, azaz Design a társadalmi innovációért és fenntarthatóságért) hálózat megálmodója és alapítója, amelynek az a célja, hogy szerte a világon a design közösségekben, de elsősorban a felsőoktatásban terjessze a társadalmilag innovatív megoldásokat (DESIS Network 2024).

Margolin és Manzini meggyőződéseik összetalálkoztak a demokrácia iránti elköteleződésükben és 2017-ben egy nyílt levélben fordultak a design közösséghez, a *Stand Up for Democracy* (Állj ki a demokráciáért!) kezdeményezéshez csatlakozva. A levéllel egy időben pedig, a *Politecnico di Milano* Design tanszékének hozzájárulásával létrehozták a *Democracy and Design Platformot* (DDP), ami egy nyílt és közösségi kezdeményezés, egy hely a digitális térben, ahol meg lehet vitatni a design és a demokrácia kapcsolatát (Democracy and Design Platform 2017a).

A nyílt levélben aggodalmukat fejezték ki azon tendenciák miatt a világban, amelyek a demokrácia leépülését jelzik, a design és a demokrácia kapcsolatának demonstrálására röviden ismertették a négy pontjukat, amelyekben kapcsolódást látnak, majd kifejezték, hogy a céljuk elmélyíteni és felerősíteni a már meglévő hangokat és állásfoglalásokat a közösségekben és nagyobb láthatóságot biztosítani nekik. Végül arra buzdítottak mindenkit, hogy írjon egy legfeljebb 500 szavas állásfoglalást, amit feltesznek a honlapra, de mindenki terjessze a saját köreiben is, illetve kérték, hogy mindenki szervezzon eseményeket a témában (Democracy and Design Platform 2017d).

37 *statement* (állásfoglalás) került fel a honlapra, szerte a világból és 22 esemény 2017 május 5. és november 29. között. A források (resources) menüpontban 8 nyílt hozzáférésű könyvet, szöveget találunk – köztük Bonsiepe és Margolin már ismertetett írását, a videók menüpontban Manzini koldingi előadását. A hírek között még szerepelnek 2018 végi

---

<sup>24</sup> “It refers to all the design initiatives that are particularly responsive to the goals of democracy. It may deal with the provision of basic human rights (such as access to food, shelter, health care, and education) and, more in general, with the transition towards a more resilient, fair and sustainable society.”

<sup>25</sup> “It sets a stage on which diverse actors can come together and democratically collaborate in shaping their present and future world. It engages diverse people and publics in co-design and co-production processes concerning different aspects of their everyday life.”

események és egy konferencia felhívás (a honlaphoz tartozó Facebook oldalon ([facebook.com/DemocracyDesignPlatform](https://facebook.com/DemocracyDesignPlatform)) pedig látszik, hogy 2021-ben megváltoztatták az oldal URL címét) de azóta az oldal érintetlennek tűnik (Democracy and Design Platform 2017b). A kezdeményezés tehát a honlap tanúsága alapján egy évig kifejezetten aktív volt, utána viszont szinte semmi sem történt.

Egyértelmű utóhatásként tekinthető azonban, hogy 2019-ben Clive Dilnot és Eduardo Staszowski (mindketten a New York-i Parsons School of Design professzorai) elindították a könyvsorozatukat a Bloomsbury könyvkiadónál *Designing in Dark Times* (Sötét időkben tervezni) címmel, melynek első kötete Ezio Manzini angolra fordított írása volt *Politics of the Everyday* (A hétköznapiak politikája) címmel.

A könyv a kis hétköznapi közösségek fontosságáról, az azokon belüli közös gondolkodás, alkotás, az általuk kezdeményezett bottom-up projekteken rejülő lehetőségekről szól és több hivatkozás is található benne a *Democracy and Design Platform*-on is megosztott néhány szövegre. A könyv negyedik fejezetének címe pedig *Project-Centered Democracy: Ecosystems of Ideas and Projects* (Projektközpontú demokrácia: Ötletek és projektek ökoszisztémája), és Manzini kifejti benne a designnal és demokráciával kapcsolatos nézeteit.

Manzini is azzal kezdi a demokráciáról való gondolkodást, hogy leszögezi, az ő kis közösségében, *Ambra* falujában is elmennek szavazni, de számára a demokrácia a tanácskozás (discussion) és a kollektív cselekvés lehetőségét is jelenti (Manzini 2019, 98). A demokrácia a nép kormánya, az emberek általi kormányzás, amely a két fő alapelven, a szabadságon és az egyenlőségen alapul (Manzini 2019, 99). Manzini szerint a demokrácia közjó (common good) tekinthető, és az igaz rá, ami a többi közjóra: nem lehet úgy megtervezni és előállítani, mint a közönséges javakat, nem lehet kikényszeríteni vagy elvenni, csak egy közösség közös munkájából tud létrejönni, amihez idő kell. Sohasem lehet teljesen elérni, csak törekedni lehet rá: a demokrácia egy absztrakt fogalom arra vonatkozóan, hogy milyennek kellene lennie a dolgoknak, a demokratizálás viszont az ige, ami ezt létrehozza – és inkább erre érdemes figyelmet fordítani (Manzini 2019, 101).

Manzini központi fogalma a *project-centered democracy* (projektcentrikus demokrácia), ami azt takarja, hogy egy közösség egy közös cél érdekében dolgozik együtt egy projekten, miközben kialakítja a saját demokratikus működését. „Pontosabban, ez egy projektcentrikus demokrácia, ami egy olyan részvételi ökoszisztémát jelent, amelyben mindenki fejlesztheti a saját projektjeit és elérheti az eredményeit, amennyiben nem csökkenti mások lehetőségét, hogy ugyanezt tegyék. Másrészt, mivel egyedül nem tudunk tervezni és termelni, ez egy olyan demokrácia is, amely együttműködésből születik és együttműködést eredményez. Ezáltal elősegíti a társadalmi közjavak újjászületését.”<sup>26</sup> (Manzini 2019, 118)

---

<sup>26</sup> “More precisely, it is project-centered democracy, meaning a participatory enabling ecosystem in which everybody can develop their projects and achieve their results, in so far as they do not reduce the possibility of other people doing the same. On the other hand, since we cannot design and produce alone, it is also a democracy that is born out of collaboration and produces collaboration. In doing so, it fosters the regeneration of social commons.”

### 3.2.3. Michael Erlhoff és Maziar Rezaei

Még mielőtt rátérnék Margolin és Manzini kategóriáinak bővebb kifejtésére, szeretném megmutatni az eddig ismertetett írások hagyatékát és impaktját. Michael Erlhoff és Maziar Rezaei szerkesztésében 2021-ben jelent meg a Birkhäuser kiadónál a BIRD (Board of International Research in Design, azaz Nemzetközi Designkutatói Tanács) által kurált könyvsorozat részeként a *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment* (Design és demokrácia – Aktivista gondolatok és gyakorlati példák a társadalmi-politikai felhatalmazásért) c. tanulmánykötet, amely 12 esszét és tanulmányt fog össze a témában.

Michelle Christensen BIRD-tag így határozza meg a könyv célját: „Ez a könyv a design és a demokrácia konvergenciáját a vita intermediális tereként kezeli. Nem tesz javaslatot kapcsolatuk meghatározására, hanem inkább a csomók kibogozására és új kapcsolatok szövésére vállalkozik. Miközben kitágítja a design határait, kritikusan tárgyalja nemcsak a terület képességeit, hanem lehetséges határait is – valamint elméleti alapjait és egyetemi tanterveit, amennyiben ez a terjeszkedés folytatódik. Intervencióként tekint magára, a hiányos és tétova területek felé igyekszik, lehetséges utakat mutatva a design és a demokrácia feszültségterében való részvételre.”<sup>27</sup> (Erlhoff és Rezaei 2021a, 007)

A kötet szerkesztői szerint mind a design, mind a demokrácia folyamatosan ellentmondásokba bonyolódik és éppen ez teszi nagyon izgalmassá és inspirálóvá a vizsgálatukat, teoretikus elemzésüket. A demokrácia és az autoriter rezsim közötti átmenetek és átfedések, a demokrácia és a piac kapcsolatai, és a design, amely egyszerre szolgálja ki az uralkodó hatalmat (egyenruhákkal, fegyverekkel, vízágyúkkal, stb.) és a demokratikus rendszereket vagy éppen ellenállást (posztterekkel, röpiratokkal, tüntetések szervezésével, stb.). A jól finanszírozott uralkodó hatalomnak segít egységes megjelenéssel, jobb felszereléssel, fejlettebb technológiával erőt demonstrálni, az anyagi forrás hiányában lévők pedig képesek kompenzálni kreativitással (Erlhoff és Rezaei 2021b, 010). A kötet esszéi és tanulmányai ezeket az összefüggéseket és ellentmondásokat tárgyalják, „és teszik ezt nyílt formában. Példákat hoznak és reflektálnak. Nem esnek kétségbe. Helyette inkább arra buzdítják a demokráciát és a designt, hogy nyissák ki az esernyőiket, használjanak fejkendőket transzparensként, és fedezzék fel az utcakövek alatti strandot.”<sup>28</sup> (Erlhoff és Rezaei 2021b, 010) – az utolsó mondattal megidézve a 2014-es hongkongi, az elmúlt évek muszlim nőinek és az 1968-as párizsi diákok tüntetéseinek designelemeit.

Lucy Kimbell, a londoni Central Saint Martins oktatója, kutatója, design stratégia és konzultáns a kötetéről írt recenziójában úgy értékeli a könyvet, hogy a tanulmányok végül nem teljesítik be az elvárásokat, kevés olyan példát adnak, ami igazolná ezt a merész és izgalmas víziót (Kimbell

---

<sup>27</sup> “This book takes the convergence of design and democracy as an intermedial space for discussion. It does not propose a definition of their relationship, but rather, it engages in untangling knots and weaving new relations. And even as it extends the borders of design, it critically discusses not just the abilities, but also the possible boundaries of the field – and of its theoretical foundations and academic curricula, should this expansion continue. As an intervention, it endeavours into the incomplete and hesitant, engendering possible pathways to engage in the tension space of design and democracy.”

<sup>28</sup> “they do so in an open form. They provide examples and reflections. They do not despair. Instead, they invite democracy and design to unfold the umbrellas, to use headscarves as banners, and to discover the beach underneath the pavement.”

2022, 3) és a „Design and Democracy olyan sokféle kontextust és alkalmat mutat be, hogy az olvasó képtelen kitalálni, mi az, ami *nem* kapcsolódik a designhoz és a demokráciához.”<sup>29</sup> (Kimbell 2022, 3)

A kötetben megjelent 12 tanulmányból kettő hivatkozik Victor Margolin és Ezio Manzini 2017-es nyílt levelére (Bieling 2021, 084) (Rezai 2021, 133), ezek közül az egyik Manzini több írására is (Bieling 2021, 084), és a kötet egy másik tanulmánya hivatkozik mind Bonsiepe, mind Margolin szövegére (Pereyra Decara 2021, 43). A szövegek között pedig három-három olyan írás van, amely egyáltalán nem használ hivatkozásokat – közülük az egyik Michael Erlhoff társszerkesztő esszéje (Erlhoff 2021).

A kötet szerkesztői „hálásak, hogy a megjelent gondolatok Argentínából, Franciaországból, Németországból, Iránból, Törökországból, az Egyesült Királyságból és az Egyesült Államokból érkeztek” (Erlhoff és Rezai 2021a, 011), tehát a szerzők háttere viszonylag diverz. A Margolin és Manzini által elkezdett játék a szavakkal (design of/for/in/as democracy) pedig nem állt meg, a tanulmányok címei között szerepel *Democracy by Design* (Pereyra Decara 2021), *Democracy by Making...* (Popplow 2021), *Designing Democracy...* (Jonas 2021), *Desocracy...* (Erlhoff 2021) és *Design for Policy...* (Pandelle, Defait, és Vincent 2021).

A kötet egyik szerkesztője, Maziar Rezai iráni születésű design aktivista, design kutató, stratégia és filmkritikus. A Braunschweig University of Art (HBK) doktorjelöltje, a *The International Research Network of Design (and) Activism* (A Design (és) Aktivizmus Nemzetközi Kutatói Hálózata) tagja, amelyet 2017-ben Tom Bieling (HAW Hamburg) és Andréa Poshar (Politecnico di Milano) alapított 2017-ben Berlin University of Arts Design Research Lab-jében (Erlhoff és Rezai 2021a, 154).

A kötet másik szerkesztője, Michael Erlhoff (1946-2021) német design szakértő, művészetteoretikus és író volt. Német irodalomból és szociológiából doktorált a Hannoveri Egyetemen, 1985-től 1990-ig a Német Design Tanács (Rat für Formgebung) elnöke volt, 1991-ben a Köln International School of Design (KISD) alapító dékánja, ahol 2013-ig designtörténetet és designelméletet oktatott. 1990-től 2001-ig a Raymond Loewy alapítvány elnöke, majd a Német Designelméleti és -kutatási Egyesület (DGTF – Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung) alapító tagja és a nemzetközi Gender Design Hálózat (iGDN – international Gender Design Network) és a Művészetkritikusok Nemzetközi Szövetségének (AICA – association international des critique d’art) tagja volt.

A kötetben megjelent esszéjében először a demokrácia visszásságára hívta fel a figyelmet: A demokrácia az emberek, a nép hatalmát érvényesíti, de ennek artikulálása legtöbbször a többség akarata redukálódik. A többség akarata lesz az „általános akarat” (volonté générale), ami viszont nem a „mindenki akarata” (volonté de tous). A tömegek szavazatai időnként nincsenek összhangban azzal, amit Immanuel Kant kategorikus imperatívusza (a legfőbb morális törvény) megkövetelne. Ezt tapasztalhattuk a történelem során, amikor 1933-ban Németországban az NSDAP került hatalomra, amikor az Egyesült Államokban megválasztották

---

<sup>29</sup> “Design and Democracy presents such a variety of contexts and occasions that this reader was left unable to work out what wasn’t associated with design and democracy.”

Donald Trumpot elnöknek, és „hasonlóan autoriter struktúrákat találunk Magyarországon, Lengyelországban és Törökországban”<sup>30</sup> (Erlhoff 2021, 086–087).

A designnal kapcsolatban elmagyarázza, hogy a preindusztriális érában még ha valakinek egy székre, asztalra, lámpára volt szüksége, elment egy mesterhez és megvitatta vele, mire van szüksége és ő legyártotta. Az industrializmus időszakában viszont a piacra került termékek az emberek igényeinek feltételezésén alapulnak, ami a kezdeti időszakban katasztrofális minőséget eredményezett, de aztán jöttek a designerek. A designnak ebből kifolyólag van egy erősen normatív jellege, nagyon korán az „általános akaratként” pozícionálta magát és a piackutatás és a véleményformálás eszközeivel is csak a „mindenki akaratát” vette figyelembe. Ezentúl pedig a designban rejlő lehetőségeket erősen kiaknázta az olasz fasizmus és a német nemzeti szocializmus. Erlhoff szerint a design erős támogatása Németországot és Olaszországot a II. világháború utáni időszakban Európa legsikeresebb nemzeteivé tette az autógyártáson keresztül és ez a lendület a mai napig tart. „Az a tény, hogy ez az összefüggés kevésbé képezi a közbeszéd részét, éppolyan különös, mint amennyire érthető.” (Erlhoff 2021, 088–090)

Az esszé harmadik egységében felhívja a figyelmet arra, hogy a design képes arra, hogy kibillentse az embereket a komfortzónájukból, képes beavatkozni és provokálni. Sokszor az emberek pedig nem úgy használják a dolgokat, ahogyan azt a tervező szánta, de ezt nem tudatosan teszik. Tudatosítani ezt a működést és a beavatkozásokkal reflexióra ösztönözni az embereket pedig a demokrácia alapköve lehet (Erlhoff 2021, 090–094).

A *Design and Democracy* tanulmánykötet 2021. április 19-én jelent meg. Michael Erlhoff május 1-én halt meg, 74 évesen. A kötetben megjelent *Desocracy – Contradictions and Possibilities within and between Democracy and Design* (Desokrácia – Ellentmondások és lehetőségek a designon és a demokrácián belül és közöttük) c. esszéje tehát az egyik utolsó írása volt, de csak az egyik. 2021. április 21-én jelent meg első regénye Musils Mulis címmel, amely egy társadalomkritikus regény bizarr történetekkel öszvérekről, emberekről és gyilkosságokról (be-DESIGN, é. n.), 2021. június 21-én pedig *Im Schatten von Design – Zur dunklen Seite der Gestaltung* (A design árnyékában – A tervezés sötét oldalairól) címmel jelent meg könyve. Halála évében tehát három könyve jelent meg, előtte nyolc évig egy sem. Ezt az utolsó három írását pedig erősen kritikus hangvétellel, a design és a társadalom megkérdőjelezhető gyakorlatairól alkotta meg.

Gui Bonsiepe 71 éves volt a 2005-ös chilei beszéde idején (Bonsiepe 2006), Victor Margolin szintén 71 vagy 72 évesen (nem nyilvános adat a születési hónapja és napja) adta elő 2012-ben gondolatait a designról és demokráciáról a Carnegie Mellon University-n (Margolin 2012). Amikor 2017-ben Margolin és Manzini megírták nyílt levelüket (Democracy and Design Platform 2017d), Manzini 71 éves volt. Michael Erlhoff 74 éves volt, amikor megjelent az esszéje az általa szerkesztett *Design and Democracy* c. kötetben. Walter Gropius 85 éves volt, amikor 1968-ban – a halála előtti évben – megjelent az *Apollo in the Democracy* c. könyve, a könyvben elérhető adatok alapján pedig 1956-ban, azaz 73 évesen tartott először olyan beszédet, amelynek a központi gondolata a demokrácia köré szerveződött.

---

<sup>30</sup> “there are similarly authoritarian structures in Hungary, Poland and Turkey.”

Az összefüggések és ok-okozati viszonyok kiderítése a kor és a demokráciára reflektálás között további kutatásokat igényelne, amelyre ebben a disszertációban nem vállalkozom, így az ezzel a mintázattal kapcsolatos felvetéseim most csak spekulációk és kérdések maradnak: Vajon a 21. század történései motiválták őket a reflektálásra, hiszen mindegyikük megfogalmazta aggodalmát a közelmúlt történéseivel kapcsolatban? Az élet- és karrier-tapasztalataikban ezen a ponton értek meg az összefüggések a design potenciális lehetőségeiről és a károkról, amiket okozhat? Az érett kor, a nyugdíjas státusz lehetőséget ad és adott nekik arra, hogy szabadabban, a következményektől való tartás nélkül fogalmazzák meg bírázataikat, etikai aggodalmaikat? Vagy az érett kor éppen ahhoz járult hozzá, hogy elnagyolt, de költői gondolatokat fogalmazzanak meg, annak rigorózus tudományos vizsgálata nélkül?

Bármelyik (vagy semelyik) legyen az ok, az biztos, hogy mind az öt fehérbőrű férfi fontos csomópont volt és az a mai napig a designkultúra tudomány hálózatában és ezt a pozíciójukat felelősen és reflektáltan, etikai iránymutatásra is használták a közösségük számára.

### **3.3. Design of/for/in/as democracy**

A design és demokrácia 21. századi diskurzusát megalapozó dokumentumok áttekintése után a témában felmerült egyéb megközelítések sokféleségét Victor Margolin és Ezio Manzini négy kategóriájába rendezve tekintem át. Bár Margolin és Manzini főleg gyakorlati példák és esetek rendszerezésére használta, én továbbra is a szakirodalmi áttekintésre fókuszálok és az egyes kategóriáknál röviden bemutatom a releváns írásokat.

#### **3.3.1. Design of democracy – A demokrácia tervezése**

##### **3.3.1.1. Michael Saward: Democratic Design**

2021-ben *Democratic Design* (Demokratikus design) címmel jelent meg Michael Saward könyve, amely maradéktalanul teljesíti a *briefet* (megrendelést a tervező számára), amit Margolin először 2012-ben, majd Manzini-vel közösen 2017-ben újra megfogalmaztak a *design of democracy* kategória megalkotásánál: a demokratikus intézmények és eljárások tervezését. Saward a Warwicki Egyetemen oktat politológiát és nemzetközi tanulmányokat, tehát – a design diszciplínáján kívülről – a politikatudomány felől érkezik.

Míg Margolin és Manzini expliciten (Bonsiepe pedig implicit módon) kinyitotta a demokrácia értelmezését a pusztán a szavazati jogra, kormányzati intézményekre és eljárásokra szorítkozás helyett, Saward pontosan ezekre az ügyrendi elemekre fókuszál. Kiindulópontja az a demokráciafogalom, „amelynek középpontjában a szabad és tisztességes nemzetállami választások, valamint az állampolgári szabadságok és jogok védelme áll”<sup>31</sup>, és a könyv fontos elemei és értékei a demokrácia alapelveit és az ezek érvényesítését célzó kormányzati és nem kormányzati intézményesített gyakorlatokat áttekintő listák. Saward rendszerében ezek szolgálnak „alapanyagul”, a design és konkrétan a design thinking pedig az eszköz a jobb, hatékonyabb megoldások megtalálására a demokrácia fejlesztésében.

Ez a könyv mindenképpen egy „kis győzelem” a designkultúra tudomány számára, hiszen megvalósítja Bonsiepe azon vágyát, hogy ahelyett, hogy a design egy külön tudományterület

---

<sup>31</sup> “centred on free and fair elections in nation-states and the protection of citizen freedoms and rights.”

lenne, inkább minden tudománynak integrálnia kellene a vívmányait (Bonsiepe 2006, 28–29). Lucy Kimbell a könyvről írt recenziójában is kiemeli ezt: „Többek között azért öröm olvasni, mert láthatjuk, hogy egy másik tudományágból érkező személy hogyan veszi át azokat a gondolatokat, amelyeket a saját szakterületünkön központi jelentőségűnek tartunk, és hogyan használja fel azokat saját programjainak előmozdítására. Ritkán fordul elő, hogy a társadalomtudományok kutatói komolyan veszik a designt, mint olyasmit, ami a saját tudományáguknak is tud valamit nyújtani, nem csak mint tanulmányoznivalót” (Kimbell 2022, 2).

A könyv feszes, pragmatikus, 2023-ban elnyerte a *WJM Mackenzie Book Prize*-t, amelyet a politikatudományokhoz való jelentős hozzájárulásért ítélnek oda olyan könyveknek, amelyek nemzetközi színvonalúak, és amelyek hozzájárulnak a szélesebb körű társadalmi vagy politikai jelentőségű vitákhoz (Political Studies Association, é. n.). Designerek számára azonban ugyanezen okokból hideg és száraz könyv: egy hosszú útmutató, ami a designnak csak a legalapvetőbb elvét veszi át (a demokráciára onnan tekint rá, amilyen lehetne, nem amilyen most) és Lucy Kimbellt idézve, hiányzik belőle a „kreatív véletlenszerűség” lehetősége (Kimbell 2022, 4), amiben egy tervező kibontakozhat.

### 3.3.1.2. Egyéb írások

Bár nem integrálódtak Saward átfogó munkájába, a parlamentáris tervezés és design találkozásának vannak előzményei. A Margolin és Manzini mozgalmának online teret adó *Democracy and Design Platform*-on is elérhető forrásként (Democracy and Design Platform 2017b) egyrészt a londoni székhelyű *Design Commission* (Design Bizottság) által 2015-ben kiadott esszékötet, másrészt a *Sitra*, a finn innovációs alap memorandumja.

„A *Design Commission* egy olyan kutatócsoport, amely hozzájárul az *All Party Parliamentary Design and Innovation Group* munkájához. A csoport valamennyi párt parlamenti képviselőiből, valamint a vállalkozások, az ipar és a közszféra vezető képviselőiből áll. Célja, hogy kutatásokon keresztül feltárja, hogy a design miként mozdíthatja elő a gazdasági és társadalmi fejlődést, és hogy a kormányzat és az üzleti élet hogyan értheti meg jobban a design fontosságát.”<sup>32</sup> (Design Commission 2015, 90) Az általuk szerkesztett kötet 24 aktív brit tervező esszéjén keresztül mutatja be a brit demokrácia és design ütközési pontjainak széles tárházát a kormányzati épületek, közterek, szavazócédulák, népszámlálás, digitális megoldások, stb. területein (Design Commission 2015). A *Sitra* pedig a finn parlamentnek felelő, Finnország jobb jövőjén dolgozó szervezet és 2017-ben egy memorandumban összegezték a participatív gyakorlataik tanulságait és kijelölték a jövőbeli céljaikat (Kataja 2017).

Bár mindkét kiadvány besorolható más kategóriába is (a *Design Commission* esszékötet a következő *design for democracy* kategóriába, a *Sitra Memorandum* a participatív fókusz miatt a *design as democracy* kategóriába is), mivel mindkét kezdeményezés a kormányzati szereplőket

---

<sup>32</sup> “The Design Commission is a research group that contributes to the work of the All Party Parliamentary Design and Innovation Group. It is composed of parliamentarians from all parties and leading representatives from business, industry and the public sector. Its purpose is to explore, through a series of investigative inquiries, how design can drive economic and social improvement, and how government and business can better understand the importance of design.”

és aktív tervezőket kapcsolja össze, mégis ebben a kategóriában tartom relevánsnak tárgyalni őket.

Továbbá Saward könyvével közel egy időben jelent meg Erlhoff és Rezai szerkesztésében a már tárgyalt *Design and Democracy* kötet, amely több ilyen kormányzati és tervezői együttműködést is felmutat. Ramia Mazé Fokváros 2014-es WDC (World Design Capital – A világ design fővárosa) státuszában rejlő lehetőségeit elemzi a design és a kormányzati célok összekapcsolására, tanulmánya zárásaként pedig kifejezi aggodalmát aziránt, hogy a hagyományosan piaci logikát és ideológiát követő design behatolása a közszférába veszélyeket rejt és sürgősen elméleti és gyakorlati kutatásokat igényel (Mazé 2021, 025).

A francia La 27<sup>e</sup> Région iniciativa tervezői, Laura Pandelle, Julien Defait és Stéphane Vincent kiemelik, hogy az elmúlt 10-15 évben nagyon sok fejlődés tapasztalható a politikailag elkötelezett design (design for policy) területén Franciaországban, Európában és szerte a világon, de a továbbhaladáshoz új stratégiára van szükség. Az eddig felhalmozott ismeretanyagot összegezni kellene és kidolgozni egy keretrendszer és irányelveket. Továbbá a design területén priorizálni kell a projekteket, irányokat, nagyobb teret biztosítva a társadalmi igazságosság, ökológiai átállás és a demokratikus megújulás területeinek. Valamint diverzifikálni kell az alkalmazási területeket, és nagyobb hozzáférést kell biztosítani azoknak a területeknek és embereknek, közösségeknek, akik ténylegesen profitálhatnak a beavatkozásokból (Pandelle, Defait, és Vincent 2021, 034).

### 3.3.1.3. Otto von Busch és Karl Palmás

A design és design thinking „államtervezésre” való használatának lehetőségével kapcsolatban Otto von Busch és Karl Palmás 2016-ban megjelent tanulmánya fogalmaz meg éles kritikát (Busch és Palmás 2016). Az elemzés kiindulópontját Tim Brown és Roger Martin – mint a design thinking elkötelezett hívei és népszerűsítői – a Harvard Business Review által közölt beszélgetése adja, melynek címe és fő üzenete az volt, hogy „*Capitalism Needs Design Thinking*”, azaz a kapitalizmusnak design thinking-re van szüksége, és az majd megoldja a világ problémáit (Brown, Martin, és Berger 2014). Busch és Palmás egy rövid áttekintéssel kezdik a tanulmányukat arról, milyen problémákkal küzd a demokrácia az elmúlt években. Ennek a bekezdésnek az utolsó mondatát idézem: „Eközben a tekintélyelvű kapitalista modellek (Gat 2007) – Lee Kuan Yew „ázsiai értékek” kapitalizmusa, Vlagyimir Putyin „szuverén demokráciája”, Orbán Viktor „illiberális új állama” – úgy tűnik, világszerte egyre nagyobb teret hódítanak.”<sup>33</sup> (Busch és Palmás 2016, 11)

A tanulmány rámutat, hogy ha a design thinking-nek a hivatkozott beszélgetésben is kiemelt, gyakran alkalmazott módszereit – a felhasználói visszajelzések (user feedback) gyűjtését és a gyors prototipizálást (rapid prototyping) – átemeljük a vállalati szférából a demokratikus közszférába, az problémákat vet fel. Az állampolgárok visszajelzésének gyűjtése ugyanis könnyen alkalmazható hatalmi eszközként is, a közvélemény formálására és/vagy a konszenzus megkonstruálására. A desinereknek pedig átadni a lehetőséget arra, hogy állampolgárokat teszteljenek, gyors prototípusokat próbáljanak ki rajtuk, etikai kérdéseket és a

---

<sup>33</sup> “Meanwhile, authoritarian capitalist models (Gat, 2007) – the “Asian values” capitalism of Lee Kuan Yew, the “sovereign democracy” of Vladimir Putin, the “illiberal new state” of Viktor Orbán – seems to make headway across the world.”

demokráciát romboló lehetőségeket vet fel. Továbbá a design thinking módszertana jó megoldásokat hozhat ügyrendi, menedzselhető kérdések, problémák esetén, de Busch és Palmás felvetik, hogy abban az esetben, ha a kortárs demokráciákkal való elégedetlenség nem ügyrendi, hanem a hatalmi egyenlőtlenségek és a társadalmi igazságtalanságok reálpolitikájából fakad, akkor nem biztos, hogy a design thinking által kínált megoldások valódi megoldásokat kínálnak (Busch és Palmás 2016).

### 3.3.2. Design for democracy – Design a demokráciáért

Margolin és Manzini ebbe a kategóriába sorol minden olyan designeri tevékenységet, amely segíti az állampolgárok tájékozódását a demokráciában: átláthatóságot biztosít az őket érintő folyamatokkal kapcsolatban, lehetőséget ad a vitába való bevonódásra, segíti a döntéshozást (Margolin 2012, 7–14). Margolin 2012-es szövege még ide sorolja be a participációt, a 2017-es Manzini-vel közös változatban ez külön kategóriát kapott (design as democracy) (Democracy and Design Platform 2017c).

#### 3.3.2.1. Ballot design – A szavazócedulák tervezése

Margolin is beszámol az Egyesült Államok Kormánya által 1974-ben (Margolin közlésében 1972-ben) kezdeményezett *The Federal Design Improvement Program*-ról (Szövetségi Design Fejlesztési Program), amely a szövetségi kormányzati design fejlesztésére építészeti, belsőépítészeti, tájépítészeti és grafikai megbízásokat adott abból a meggyőződésből kiindulva, hogy „a design hatékony eszköz a célok elérésére”<sup>34</sup> (Meggs és Purvis 2012, 425) (Margolin 2012, 1). Majd az AIGA (The American Institute of Graphic Arts, azaz Az Amerikai Grafikaművészet Intézete) 1998-ban elindította a *Design for Democracy* programját, amely az amerikai választási eljárásra fókuszált, és kiemelten a szavazócedulákra (Margolin 2012, 1). Ezt a programot az AIGA azóta is életben tartja, legutóbb 2022-ben írtak ki pályázatot olyan plakátok tervezésére, amelyek szavazásra buzdítanak (AIGA, é. n.).

Az AIGA első felhívására válaszolva Marcia Lausen, a University of Illinois Chicago grafika oktatója felajánlotta, hogy a hallgatóival újra tervezi a városban használt szavazócedulát. Az ajánlatát elfogadták, és a projekt több oktató bevonásával az egész választási folyamatot átfogó tervezéssé (election design system) nőtte ki magát a szavazói regisztrációk grafikájától, a szavazóhelyek tájékoztató rendszerén át a hordozható szavazóládákig (Margolin 2012, 1). 2007-ben aztán Marcia Lausen könyv formájában osztotta meg tudását egy alapos és átfogó választási tervezési kézikönyv formájában (Lausen 2007). A könyv a hírhedt 2000. november 7-ei Palm Beach County-ban (Florida) megtartott választások nagyon rosszul megtervezett szavazólapjával kezdődik, amelyen sokan nem arra a jelöltre adták le a voksukat, akire akarták és ez a választások eredményére is hatással volt (Lausen 2007, 6). 2020-ban aztán Alicia Yin Cheng feldolgozta az amerikai szavazólapok vizuális történetét (Yin Cheng 2020), Erik J. Engstrom és Jason M. Roberts pedig elemzésekkel és esettanulmányokkal mutattak rá, hogy a szavazólapok kialakítása hogyan képes befolyásolni a választásokat (Engstrom és Roberts 2020).

A design a demokráciáért kategória egy ékes eleme még a MODA (Museum of Design Atlanta) 2019-ben megnyílt kiállítása és az ahhoz kapcsolódóan kiadott könyv *The Design of Dissent* (Az

<sup>34</sup> “that design could be an effective tool for achieving objectives”

ellenvélemény megtervezése), melyek kurátora és szerzője Milton Glaser amerikai és Mirko Ilić szerb grafikusok voltak és világszerte olyan grafikai munkákat gyűjtöttek össze, amely tiltakozás, szembenállás céljából készült, ezeket fejezte ki (Glaser és Ilić 2006).

### 3.3.2.2. Digital democracy – digitális demokrácia

A 21. században a választásokat már digitális megoldások is segítik, 2014-ben például Pia Mancini argentin tervező kezdeményezése, a DemocracyOS generált globális figyelmet. Mancini célja az volt, hogy a digitális termékek segítségével újraéleszti a demokráciát és egy olyan applikációt álmodott meg, amin keresztül az emberek gyakorolhatják demokratikus jogaikat: megvitathatnak kérdéseket, szavazhatnak vagy átadhatják a szavazataikat az általuk megbízhatónak ítélt képviselőknek (Mancini 2014) (World Justice Program, é. n.). Azóta pedig több szavazást segítő applikáció is segíti a szavazók döntését (például a holland Stemwijzer, a német Whal-O-mat vagy a magyar Vokskabin), Garzia és Marschall 2019-es tanulmánya már 38 ország applikációit elemezte, kiemelve, hogy ezeknek az appoknak igenis van hatása, de az, hogy pontosan milyen, nagyban függ az applikációk tartalmától, felépítésétől (Garzia és Marschall 2019).

A digitális termékek és szolgáltatások és a demokrácia kapcsolatában rejlő lehetőségek és veszélyek pedig a tudomány egy új fókuszát is kijelölték *digital democracy* (digitális demokrácia) címszó alatt az ezredforduló óta, amelyben a tervezők is kiemelt szerepet kapnak. A digitális demokrácia céljai közé tartozik a demokrácia olyan hagyományos céljainak segítése, mint az átláthatóság növelése, a közvetlen kommunikáció megteremtése politikai képviselőkkel, valamint a polgárok szélesebb körű bevonása a döntéshozatali folyamatokba, de a digitális eszközöknek köszönhetően a hagyományos politikai részvétel mellett új lehetőségek is könnyebben elérhetővé válnak, mint például az online petíciók, a digitális referendumok vagy a közösségi média platformokon keresztül történő közvetlen párbeszéd. Ugyanakkor fontos figyelembe venni a digitális demokrácia kihívásait is, mint például a digitális megosztottság, a biztonsági kérdések és az online manipuláció veszélye.

Margolin és Manzini *Democracy and Design Platform*-jának forrásgyűjteménye (Democracy and Design Platform 2017b) ajánlja a Nesta (brit székhelyű globális innovációs alap) 2017-es nyílt forráskódú kézikönyvét a digitális demokrácia témakörében (Simon és mtsai. 2017), de a témában 2023-ban megjelent Gianluca Sgueo jogászprofesszor átfogó és széles spektrumú elemzést nyújtó kötete *The Design of Digital Democracy* (A digitális demokrácia megtervezése) címmel (Sgueo 2023).

Azon túl, hogy a digitális és nem digitális termékek közvetlenül, szándékoltan hozzá tudnak járulni a demokrácia gyakorlásához (vagy akár az akadályozásához), a design és a demokrácia témakörének egyik központi kérdése, hogy a tervezők munkája és annak végterméke közvetett, azaz *indirekt* módon is képes-e hozzájárulni a demokrácia építéséhez vagy lebontásához. A következő (4.) fejezetben Philippe Starck, az IKEA és a Helsinki Központi Könyvtár, az Oodi esettanulmányán keresztül, az 5. fejezetben pedig a design demokratizáló hatásának vizsgálatával mélyebben elemzem ezt a kérdést. Ugyanakkor az a design és a demokrácia eddigi áttekintéséből is kiderült, hogy a design ipari forradalom óta tartó történetében a tömeggyártás és a tömegfogyasztás meghatározó aspektusok, amelyek a tömeges hatásuk révén a demokrácia gyakorlására is hatással lehetnek. A mechanizmus és a hatás

komplexitását és kétélűségét a Volksempfänger (néprádió) története illusztrálja. A rádió tervezésére Adolf Hitler propagandaminisztere, Joseph Goebbels adott utasítást: a rádió mint technológia akkoriban kezdett el terjedni és Goebbels egy elérhető árú készülékkel akarta segíteni ezt. A rádió 1933-ban készült el a belső technológiát megtervező Otto Griessing mérnök, és a készülékházat bakelitből megtervező Walter Maria Kersting munkája eredményeként. A berlini Rádió Show-n mutatták be 1933 augusztusában és novemberre több mint fél millió darabot adtak el belőle, azonban szándékosan úgy tervezték, hogy csak a német rádióadók műsorát tudja fogni. Bár technikailag később ez lehetséges volt, akkor viszont a náci rezsim törvényileg megtiltotta külföldi adók hallgatását (Kozel 2013, 98). Az eszköz tehát az alacsony ára által lehetővé tette a technológia gyors terjedését, széles körben elérhetővé vált, ugyanakkor sokáig a propaganda terjesztésében is jó szolgálatot tett, ezzel rombolva az emberek lehetőségét a demokratikus működésre.

A design és a tömegfogyasztás demokratikus hatásai gyakran többdimenziósak és idővel változnak: a demokráciát támogató hatásuk idővel felerősödik, vagy felerősödni látszik, majd alábbhagy. Ez jellemzi például a megosztáson alapuló gazdaság (sharing economy) platformjai, például az Über vagy az Airbnb (Rifkin 2014) (Metcalf 2015) (Slee 2017), a közösségi média és minden demokratizáló igényű termék, szolgáltatás körüli diskurzust.

### 3.3.3. Design in (a) democracy – Design egy/a demokráciában

Margolin és Manzini ebbe a kategóriába sorol minden olyan tervezési kezdeményezést, amely „különösen érzékeny a demokrácia céljaira” (Democracy and Design Platform 2017c), tehát amelyekben a tervező elkötelezett a demokrácia céljai és értékei iránt és a tervezése során ezekre alapoz és ezek támogatását tartja kívánatos kimenetnek.

Ezen irányelvek mentén ide sorolhatjuk a design összes olyan kezdeményezését, amely a kisebbségi csoportok igényeit is szem előtt tartja a tervezés során: *Design for All* (design mindenkinek), *inclusive design* (inkluzív vagy befogadó design), *design for disability* (akadálymentes tervezés), *universal design* (univerzális design), *feminist design* (feminista tervezés), *decolonizing design* (dekolonizáló design), *social design* (társadalmilag elkötelezett tervezés), *design for social innovation* (társadalmi innováció tervezés) és *design activism* (designaktivizmus).

Szakirodalmak terén mindenképp kiemelendő a témában Arturo Escobar kolumbiai-amerikai antropológus *Designs for the pluriverse* (Tervek a pluriverzumnak) c. könyve, ami a design hozzájárulási lehetőségeire mutat irányt egy igazságosabb és fenntarthatóbb világhoz (Escobar 2018). Hasonlóan Sasha Constanza-Chock *Design Justice* (Design igazság) c. könyve (Constanza-Chock 2020) is egy egyenlőbb és fenntarthatóbb világot vizionál. Matthew Kiem doktori értekezése *The coloniality of design* (A design gyarmatosító hatása) címmel az eddigi designgyakorlatok gyarmatosító hatását kritizálja. Elizabeth (Dori) Tunsall egy illusztrált kézikönyvet alkotott meg, és célja, hogy a design elmélete és gyakorlata terén olyan változtatásokat mutasson be, amely az őslakos, fekete és színesbőrű közösségek tagjaival való egyenlő és méltó bánásmódot biztosítja (Tunsall 2023). Egy hasonló „kézikönyv”, egyszerre szöveges és grafikus, szellemes és informatív tartalommal az *Extra Bold* (Extranehez), a grafikus közösség inkluzív útmutatója a design munka világában való navigáláshoz (Lupton és mtsai. 2021) A nőket érő hátrányos megkülönböztetéseket láttatja Caroline Criado Perez

Láthatatlan nők c. könyve (Criado Perez 2019), és a női tervezők rehabilitálását célozza Jane Hall *Woman made* (Nők által készült) c. könyve több mint 200 női terméktervező életművének áttekintésével (Hall 2021). A fekete közösség helyzetét dolgozza fel a design területén a *The Black Experience in Design: Identity, Expression & Reflection* (A fekete tapasztalás a designban: Identitás, Önkifejezés és Reflexió) (Berry és mtsai. 2022). Az imént felsorolt könyvek mind az elmúlt öt évben születtek, ami mutatja, hogy a designkultúra fókusza (is) mennyire a társadalmi egyenlőség gyakorlati megvalósítása felé fordult. A gyors felsorolás végén mindenképp helyet érdemel Szentpéteri Márton: *Design és kultúra – Befogadó designkultúra* 2010-ben magyar nyelven megjelent könyve, amely ugyan még más fókusszal, de szintén a design inkluzív jellegének erősítésére helyezi a hangsúlyt (Szentpéteri 2010).

### **3.3.3.1. Carl DiSalvo**

Carl DiSalvo, a *Georgia Institute of Technology* docensének egész eddigi munkásságát a design és a demokrácia iránti elköteleződésnek szentelte. A 2010-ben megjelent, a *Democracy and Design Platform* forrásai között is elérhető *Design, Democracy and Agonistic Pluralism* (Design, demokrácia és agonisztikus pluralizmus) c. tanulmánya (DiSalvo 2010) előrevetíti 2012-ben megjelent *Adversarial design* (Adverzariális design) c. könyvét (DiSalvo 2012). DiSalvo mindkettőben amellet érvel, hogy a design és a demokrácia új megközelítését az agonisztikus pluralizmus elveire kellene építeni. A fogalmat Chantal Mouffé belga politológustól veszi át, aki azt hangsúlyozza, hogy a demokratikus tanácskozás során az egyöntetű konszenzus keresése és kialakítása helyett a résztvevők agonisztikus (szembenálló, vitatkozó) sokféleségének megértése, megvitatása, többféle megoldás kialakítása a cél. Az *Adversarial Design* c. könyvében DiSalvo olyan design projekteket mutat be, főleg a robotika területén, amik provokálják, vitára készítenek a felhasználókat és így fejlesztik az agonisztikus képességeit, a pluralizmus elfogadását. 2022-ben megjelent könyve, a *Design as Democratic Inquiry* (Design mint demokratikus kísérlet) deklarálta elengedi az agonisztikus koncepciót és a DiSalvo részvételével lebonyolított kisléptékű, közösségi projektjeit mutatja be és elemzi. Megtartja azt az elvét, hogy a design folyamatán keresztül fejlessze a demokratikus értékeket, a demokratikus részvételt – mint az agonisztikus elvekre alapozva, közben azonban az érdeklő, hogyan lehet a designt másképp csinálni (design otherwise): kicsiben, törekenyen, amatőrökkel vagy félamatőrökkel, teljesítménykényszer nélkül úgy, hogy az a résztvevők épülésére szolgáljon.

### **3.3.4. Design as democracy – Design mint demokrácia**

#### **3.3.4.1. Partecipatív tervezés**

Ez a kategória tehát 2017-ben került hozzáadásra a Margolin által korábban megalkotott háromhoz. Egyrészt ebben tükröződik Manzini fenntarthatóságnak és társadalmi innovációnak szentelt munkássága, amelyben a participáció elméletével és gyakorlatával kiemelten foglalkozik, másrészt a participáció tényleg fejlett területté nőtte ki magát a design elmélete, kutatása, gyakorlata kapcsán az elmúlt évtizedekben.

Az ipari forradalom hatására megszülető designeri szakma célja és feladata az, hogy eladhatóbbá, vonzóbbá tegyen termékeket és a tervezők viszonylag korán (először a második világháború alatt) integrálták az ergonómia elveit, hogy a tervezett eszközökkel kényelmes és

hatékony legyen a munkavégzés. Majd ez és ennek fejlődése életre hívta az emberközpontú tervezés (human-centred design) paradigmáját. A tervezők először tehát csak feltételezték, hogy mi a jó az embereknek, utána adatokat, méreteket gyűjtöttek a tervezéshez, majd megfigyelték a viselkedésüket és meg is kérdezték őket. Tim Brown *Change by Design* c. könyvének megjelenése és nagy sikere után – a könyvben ismertetett design thinking módszertannak köszönhetően – a prototipizálás, a felhasználók tesztelése is nagy figyelmet kapott. A folyamat során pedig a felhasználók megkérdezése helyett a felhasználók bevonása a tervezésbe is a tervezés kimenetét még jobbra tevő módszerként fejlődött, olyan gyakorlatokat kitermelve, mint a *co-design* vagy *collaborative design* (együtt tervezés), *distributed design* (disztributált tervezés), *diffuse design* (diffúz design), *participative design* (résztevő tervezés), közösségi tervezés vagy a Manzini által javasolt *project-centered democracy* (projekt-központú demokrácia).

A participatív, a felhasználókat bevonó tervezés gyakorlati tapasztalata pedig az, hogy a tervezési folyamat olyan, mint a demokrácia „kicsiben”, és a participatív folyamatok mintegy melléktermékként demokratikusabb működésre nevelik az állampolgárokat, fejlesztik a demokratikus vitákban való részvételhez szükséges képességeiket: mások nézeteinek megértéséhez, a sajátjaik kifejezéséhez, érveléshez, konszenzus kialakításához, stb. Így a participatív gyakorlatok kapcsán elterjedt az a nézet, hogy azok a demokrácia előszobái, és ha nagyobb hatáskört biztosítunk a tervezőknek és a participatív workshopok lebonyolítóinak, akkor alulról szerveződő módon, a kis közösségekből kiindulva a teljes társadalmat demokratikusabb működésre lehet tanítani, nevelni.

Mindebben pedig nem nehéz meglátni a designerek karitatív tevékenységét: átadják az embereknek a tervezés tudását vagy csak bevonják őket a tervezésbe, vagyis „demokratizálják” a tervezés, ami által a világ jobb lesz. Sőt, az ipari forradalom hatására, a forprofit szférában professzionalizálódott szakma most közhasznú célból megosztja tudását az emberekkel, ez a participatív tervezés Robin Hood koncepciója.

Amellett, hogy a participatív módszerek, gyakorlatok folyamatosan fejlődnek (Pena és mtsai. 2017), erős kritikákat is kapnak. Markus Miessen a *The Nightmare of Participation* (A participáció rémálma) c. kötetben fogalmazta meg konstruktív kritikáit (Miessen 2011) a Busch és Palmás tervezőpáros pedig a *The Corruption of Co-Design – Political and Social Conflicts in Participatory Design Thinking* (A co-design korrupció – Politikai és társadalmi konfliktusok a részvételi design thinking kapcsán) c. könyvben (Busch és Palmás 2023a).

### 3.3.4.2. Gyártás

A tárgytervezés és -gyártás monopolizáltságának lebontása iránti vágy, vagy legalábbis a benne rejlő lehetőség felszabadító erejét gyakran megfogalmazták az ezredforduló után a digitális technológiákra támaszkodó maker szubkultúra tagjai is.

Az otthon vagy egy egyetemi, városi gyártó laborban elérhető digitális technológiák lehetővé tették az eltökélt érdeklődők számára, hogy személyre szabjanak tárgyakat vagy egyenesen maguknak gyártsák őket. A desktop 3D nyomtatók (Makerbot, Ultimaker vagy a magyar fejlesztésű Craftbot) életre hívták a FabLab, Makerspace, Techshop típusú műhelyeket, amik aztán más digitális és nem digitális gyártástechnológiákat is elérhetővé tettek és a DIY (Do It

Yourself! – Csináld magad!) és a maker szubkultúráknak nagy lendületet adtak. Míg a 21. századi tárgykultúra annyira komplexsége és zárttá vált, hogy a felhasználónak minden kapcsolata megszakadt a tárgyaival, így azok működéséről, javíthatóságáról semmi vagy túl kevés információja maradt, ezek a közösségek és műhelyek és technológiák visszaadták a jogot a tárgyak bütykölésére, módosítására, javítására vagy komplett előállítására, ami mindenképpen egy korábban létező korlát lebontásával járó emancipatív lehetőség.

Az *open design*-t (nyílt forráskódú, szabadon megosztható tervek) értelmező eddigi legátfogóbb tanulmány- és esszékötet az *Open Design Now* (Nyílt design – most) c. kötet (Abel és mtsai. 2011), a maker szubkultúrát és az abban rejlő lehetőségeket pedig Chris Anderson *Kreátorok* c. könyve mutatta be és értelmezte 2013-ban: „Az információs korszak hajnala – amely az 1950-es évek környékén kezdődött, az 1970-es évek végén és az 1980-as évek elején a személyi számítógéppel, majd az 1990-es években az internettel és a világhálóval folytatódott – kétségkívül forradalmat robbantott ki. Ez azonban nem volt ipari forradalom addig, amíg hasonló demokratizáló és felerősítő hatást nem gyakorolt a gyártásra, ez csak most van kibontakozóban. Így a harmadik ipari forradalomra leginkább a digitális és a személyes gyártás kombinációjaként tekinthetünk: mint a Maker Movement iparosítása.” (Anderson 2013, 59)

### 3.4. Összefoglalás

A design és demokrácia kérdéskör nem egy kiforrott, konszenzusos alapelveken nyugvó terület. Victor Margolin és Ezio Manzini 2017-es kampánya és a 2021-ben megjelent *Democratic Design* (Saward 2021) és *Design and Democracy* (Erlhoff és Rezaei 2021a) könyvek sokat tettek a terület láthatóságáért és az ezzel foglalkozók hálózatosodásáért, de előtte – és ennek a hatása ma is érezhető – párhuzamosan létező, nehezen hozzáférhető csomópontok jellemezték ezt a területet.

Az, hogy ki hogyan értelmezi a design és a demokrácia metszetét, széles skálán mozog, ami egyrészt félreértésekre, párhuzamos értelmezésekre adhat okot, másrészt lehetőséget nyújt a kreatív újraértelmezésekre, új irányok vizsgálatára. Nem utolsó sorban pedig nagyon demokratikus és inkluzív: nincs egy uralkodó értelmezés, amelyhez viszonyulni kellene valamilyen módon: egyetérteni vagy oponálni. Zajlik a deliberatív nyílt tudományos diskurzus és a gyakorlati alkalmazások száma is gyarapszik, ami újabb elemzések alapját képezi. Ugyanakkor, ha minden alkalommal, amikor megnyitjuk a design és demokrácia kérdését, csak addig a vitáig jutunk el, hogy ki mit ért alatta, az nem segíti az elmélyülést. Lucy Kimbell is azt fogalmazta meg az Erlhoff és Rezaei *Design and Democracy* kötetéről írt recenziójában: „Ha a designkutatók (és a designerek) célja az, hogy a demokráciát mint a tervezés tárgyát komolyan vegyék, akkor az egyik lépés az, hogy különbséget tegyünk a társadalmi innováció, az aktivizmus, a közszolgáltatások és a politikai irányelvek között, amelyek szintén igényt tartanak, illetve tarthatnak arra, hogy lehetővé tegyék a demokratikus politikát.”<sup>35</sup> (Kimbell 2022, 3)

---

<sup>35</sup> “If design researchers (and designers) aim to take democracy seriously as an object of design, then one step is to distinguish between that and design for social innovation, activism, public services and policy, which also do, or could, make claims to enabling democratic politics.”

Az is kirajzolódott a szakirodalmak áttekintése során, hogy bár a legtöbb szerző reflektál a demokrácia kormányzati értelmezésére, legtöbben a designnal kapcsolatban a demokratikus értékeket tartják relevánsnak, azokra épülő, azokból kiinduló designban gondolkodnak. A témakörbe pedig éppúgy belefér a szavazócédulák tervezése, a tervezők etikai álláspontjának vizsgálata, a maker mozgalom, a participatív tervezés, mint a marginalizált csoportok képviselője, a kormányzati rendszerek fejlesztése.

Bár a „szembe helyezkedés” tekinthető a hivatkozott írások és beszédek retorikai alapelemének vagy a tudományos munkákban is gyakran visszatérő érvelési kiindulópontnak; az ellentmondás, a status quo vagy a domináns értelmezések cáfolása, tagadása, a design és demokrácia viszonyával foglalkozó munkákban visszatérő, gyakorlatilag állandó elem. Több szerző lát a design szakmában két táborot. Az Arts & Crafts mozgalom képviselői a sorozatgyártás silányságával és lelketlenségével állították szembe a gondosan, szakértelemmel készült kézműves termékeket. Gropius szerint a kortárs – egyensúlyából kibillent – társadalomban a művész, vagyis Apolló feladata, hogy a túlgépiesedés, a tudomány és az ipar vívmányainak hatását ellensúlyozza művészi, kreatív, humánus megoldásokkal, és az egyensúlyt helyreállítsa (Gropius 1968). Victor Papanek egész munkássága szembe helyezkedett a design hagyományos, szokásos felfogásával. Az első és a második *First Things First* kiáltvány is szembe állította a designt mint hasznos kommunikációt és a designt mint manipulatív, fogyasztásra ösztönző eszközt (Poynor 2009), és egy élhetőbb, vállalhatóbb egyensúlyért kiáltott a design szakmában és a társadalomban. Gui Bonsiepe is szembe állítja a „csomagolás” jellegű, manipulatív, a termékek szimbolikus jellegére és értékére fókuszáló designt a James Dyson-tól kölcsönzött „intelligens problémamegoldásra” fókuszáló, funkcionális tervezéssel és a design humanizmussal, ami képes felismerni társadalmi csoportok igényeit és azokra életképes megoldásokat tud kínálni (Bonsiepe 2006). Végül, de nem utolsónak pedig Carl DiSalvo *design otherwise* (design másképpen) koncepcióként látja a demokratikus kísérleteit a designban (DiSalvo 2022).

A design etikus használatának vágyából fakad az az igény is, hogy a forprofit célokhoz rendelt, vállalati pénzen alaposan kidolgozott és sokszor tesztelt módszertanokat nonprofit és közérdekű célok szolgálatába állítsák a tervezők, és így Robin Hood szerepben nyugtassák meg az egyéni vagy kollektív lelkiismeretüket. Ez a „gazdagoktól ellopni és a szegényeknek adni” retorika a következő fejezetben is vissza fog térni Philippe Starck és az IKEA működése kapcsán. Ezek a koncepciók azonban csak távolról és felületes szemlélődés során tűnnek Robin Hood koncepciónak, közelebbről megvizsgálva ennél árnyaltabb a kép.

Megjelenik továbbá az a koncepció, hogy a demokrácia lehet a design „mellékterméke”. Egyrészt a design végtermékein (legyenek azok tárgyak, grafikák, digitális termékek, szolgáltatások, stb.) keresztül és általában a tömeges fogyasztáson keresztül közösségképződés, közös sors által, másrészt a participatív és DIY tevékenységben az elvégzett munka demokratikusabb működésre nevel(het), a designaktivizmus pedig nagyobb csoportokat is provokálhat, viselkedésmódosításra ösztönöz(het).

A 20. századi designelméleti munkák és írások örökségére építkező designtudomány vagy designelmélet azonban a tervező nézőpontján keresztül vizsgálja a világot, ami egy szűk perspektíva, nem ad teljes képet a tervezők munkájának kontextusáról, hatásairól. A kortárs designkultúra tudománynak mindenképpen feladata és küldetése, hogy ezt a nézőpontot

objektívabb pontra helyezze. A design és demokrácia viszonyát vizsgáló források ugyanis úgy beszélnek a tervező és általában a design szerepéről, mintha annak teljes ágenciája lenne: szabadon dönthetne a termékek bármely aspektusáról és annak használatára is erős befolyása lenne. Ez azonban – főképp a tömegtermékek kapcsán – nincs így. A designer döntési jogköre erősen limitált, a megbízója felülbíráhatja, módosíthatja a javaslatait. Ha nincs egyetértés, akkor megbízhat egy másik tervezőt, aki teljesíti a kéréseit. A piacra kerülő termékek használatának módjáról pedig a felhasználó dönt. A legjobb és legdemokratikusabb szándék a tervező részéről is teljesen felülírható egy termék életének több pontján is.

## 4. Demokratikus design

A design és demokrácia szavak találkozása – amint láthattuk – sokféle formát ölt és sokféle értelmezéssel bír. Ebben a fejezetben három olyan esetet mutatok be és elemzek, amelyek – az entitások saját döntése alapján vagy mások elnevezése által – a „demokratikus design” címkét viselik.

Az első eset Philippe Starck, a sztárdesignerség archetípusát megtestesítő francia tervező self-branding tevékenységére fókuszál. Starck kb. 2008 óta a demokrácia iránt elkötelezett tervezőnek vallja magát és az általa tervezett termékek egy részére a demokratikus ökológia elemeiként tekint. A második eset a jelenleg a világ 59 országában jelenlévő (Wikipedia, é. n.) IKEA bútorgyártó vállalat által 1995 óta alkalmazott és azóta fejlesztett „demokratikus design” címkéjének hátterét vizsgálja. A harmadik esettanulmány pedig a Helsinki Központi Könyvtár, az Oodi tervezési folyamatát és annak végeredményét elemzi. Az Oodi intézménye nem hivatkozik magára a honlapján vagy saját sajtóanyagaiban „demokratikus design”-ként vagy a két szó bármely összekapcsolt változatával; a róla szóló cikkek, tanulmányok, beszámolók viszont a demokratikus design egy példáját (Molina 2019), a design demokrácia (design democracy) (Hyysalo, Hyysalo, és Hakkarainen 2019), vagy egyszerűen csak a demokrácia (T. Rogers 2018) (Haavisto 2019) középületként való materializálódását látják benne.

Mindhárom eset központi elemei tehát a design és a demokrácia, az első főszereplője azonban a designer (Philippe Starck), a másodiké a cégalapító, cégvezető (Ingvar Kamprad), a harmadiké pedig Helsinki városa: a döntéshozók, a könyvtárosok és a lakosság.

### 4.1. Philippe Starck

#### 4.1.1. „Szégyellem magam érte”

2008 márciusában, az akkor már sztárdesignernek számító és így is hivatkozott Philippe Starck interjút adott a német Zeit magazinnak. Az interjú „Szégyellem magam érte” (“Ich schäme mich dafür”) címmel jelent meg és olyan erős kijelentéseket közölt Starck-tól, mint:

“Minden, amit terveztem, teljesen felesleges. Szerkezetileg nézve a design teljesen felesleges. A szakma, aminek értelme van, az a csillagász, biológus vagy valami hasonló. A tervezés nem jelent semmit. Megpróbáltam a termékeimnek értelmet és energiát adni. Hiába tettem meg mindent, értelmetlen volt.”<sup>36</sup> (Prüfer 2008), illetve: „Már a kezdetektől fogva gyanítottam, hogy a design végső soron haszontalan. Ezért próbáltam valami mássá alakítani a munkát. Valami politikaiabbá, lázadóbbá, felforgatóbbá. Talán a legfontosabb dolog, amit létrehoztam, nem egy új tárgy, hanem a tervező szó új definíciója.”<sup>37</sup> (Prüfer 2008).

A jövőt illetően pedig Starck így fogalmaz: „Határozottan. Két év múlva biztosan abbahagyom. Valami mást fogok csinálni. Még nem tudom. Ez egy újfajta kifejezés mód lesz. Egy új fegyver,

---

<sup>36</sup> “Alles, was ich gestaltet habe, ist absolut unnötig. Strukturell gesehen, ist Design absolut nutzlos. Ein Beruf, der Sinn hat, ist Astronom, Biologe oder etwas Ähnliches. Design ist nichts. Ich habe versucht, meinen Produkten etwas Sinn und Energie zu geben. Auch wenn ich mein Bestes gegeben habe, es war sinnlos.”

<sup>37</sup> “Ich hatte von Anfang an den Verdacht, dass Produktdesign letztlich nutzlos ist. Deswegen habe ich versucht, den Job in etwas anderes zu verwandeln. In etwas, das politischer, rebellischer, subversiver ist. Vielleicht ist das Wichtigste, das ich geschaffen habe, nicht ein neues Objekt, sondern eine neue Definition für das Wort Designer.”

ami gyorsabb, erősebb és könnyebb lesz, mint a design. A design egy szörnyű módja az önkifejezésnek.”<sup>38</sup> (Prüfer 2008) „A materializmus egy termelője voltam. Szégyeltem magam érte. A jövőben koncepciók gyártója akarok lenni. Az hasznosabb lesz.”<sup>39</sup> (Prüfer 2008) „Nem lesznek designerek. A jövő designere a personal coach, az edzőteremben dolgozó tréner, a dietetikus lesz. Ez minden.”<sup>40</sup> (Prüfer 2008)

Az újságíró, Tillmann Prüfer azon kérdésére, hogy „Ön gyakran hangsúlyozta, hogy a célja a design eltörlése. Meddig jutott ebben?”<sup>41</sup> (Prüfer 2008), Starck így válaszolt: „Kész van! Amikor én kezdtem a karrierem, a designtárgyak csak szép dolgok voltak. Senki sem engedhette meg maguknak őket. A design elitizmust jelentett. De az elitizmus közönséges. Az egyetlen elegancia a sokszorosításban rejlik.”<sup>42</sup> (Prüfer 2008) Majd kérésre kifejti: „Ha olyan szerencsés vagy, hogy van egy jó ötleted, kötelességed megosztani másokkal. Így működik a demokrácia. Amikor én kezdtem, egy jó szék körülbelül 1000 dollárba került. Egy családnak, amelynek hat székre és egy asztalra van szüksége, 10 000 dollárt kellene fizetnie csak azért, hogy vacsorázhasson? Azt gondoltam, hogy ez obszcén. Négy évvel ezelőtt terveztem egy széket, amely kevesebb mint tíz dollárba került. Ha három nullát leveszel az árból, akkor a termék egész koncepciója megváltozik.”<sup>43</sup> (Prüfer 2008)

Majd, mikor Prüfer rákérdezett, hogy akkor miért tervezett nemrégén egy motoros jachtot egy orosz milliomosnak: „Ez része a Robin Hood koncepciónak. Úgy használok egy ilyen projektet, mint egy laboratóriumot. Kipróbálhatok új technológiákat, és a tömegpiac számára is használhatóvá tehetem őket. Olyan hajótestet fejlesztettem ki a jachthoz, amely 20 csomós sebességnél nem kelt orrhullámokat. A koncepciót egy napelemes hajóhoz használok: talán ez egy új velencei vízitaxi prototípusa.”<sup>44</sup>

Az interjú tehát tele van ellentmondásokkal: Starck kiábrándult abból, amit eddig csinált, nem csinálja tovább, vagy inkább demokratikusan csinálja tovább, de attól még dolgozik az elitnek is, de azt is azért, hogy a szegények javára fordítsa. „Ó, kérlek, nem vagyok Isten”, „Csak egy designer vagyok és megteszem, amit tudok”<sup>45</sup> – mondta 2008 augusztusában Alice Rawsthorn brit designkritikusnak (Rawsthorn 2008a) (Rawsthorn 2008b), amikor ezzel megpróbálta szembesíteni.

---

<sup>38</sup> „Auf jeden Fall. In zwei Jahren werde ich definitiv aufhören. Ich werde irgendetwas anderes machen. Ich weiß es noch nicht. Es wird eine neue Art des Ausdrucks sein. Eine neue Waffe, die schneller und gewaltiger und leichter sein wird als Design. Design ist eine schreckliche Art, sich selbst auszudrücken.”

<sup>39</sup> „Ich war ein Produzent von Materialität. Ich schäme mich dafür. Ich will künftig ein Produzent von Konzepten sein. Das wird nützlicher sein.”

<sup>40</sup> „Es wird keine Designer mehr geben. Der Designer der Zukunft ist der persönliche Coach, der Trainer im Gym, der Diätberater. Das ist alles.”

<sup>41</sup> „Sie haben öfter betont, Ihr Ziel sei es, das Design zu zerstören. Wie weit sind Sie gekommen?”

<sup>42</sup> „Es ist vollbracht! Als ich anfing, waren Designgegenstände nur schöne Dinge. Keiner konnte sie sich leisten. Design bedeutete Elitismus. Doch Elitismus ist vulgär. Die einzige Eleganz liegt in der Vielfältigung.”

<sup>43</sup> „Wenn man das Glück hat, eine gute Idee zu haben, hat man die Pflicht, sie mit anderen zu teilen. So funktioniert Demokratie. Als ich angefangen habe, hat ein guter Stuhl etwa 1000 Dollar gekostet. Soll eine Familie, die sechs Stühle und einen Tisch braucht, 10.000 Dollar bezahlen, nur um zu Abend essen zu können? Das fand ich obszön. Vor vier Jahren entwarf ich einen Stuhl, der weniger als zehn Dollar kostete. Wenn man drei Nullen vom Preis wegnimmt, verändert man das gesamte Konzept des Produkts.”

<sup>44</sup> „That's part of my Robin Hood concept. I use such a project like a laboratory. I can try out new technologies and make them usable for the mass market. I developed a hull for the yacht that doesn't make bow waves at 20 knots. I'm using the concept for a solar boat: perhaps the prototype for a water taxi in Venice.”

<sup>45</sup> „Oh, please, I'm not God. (...) I'm just a designer, and I'm doing my best.”

Hogy mi történt a Zeit-nak adott interjúban (is), azt Rawsthorn ugyanebben az írásában így foglalta össze: „Philippe Starckkal nincs értelme vitatkozni, mert annak általában ez a menetrendje: 1. A világ leghíresebb tervezője tesz egy jó szándékú és őszinte, de kissé abszurd állítást. 2. Kötelességednek érzed, hogy megkérdőjelezd az abszurd részt. 3. Ő megbántódik és gyerekesen reagál. 4. Te gonosznak érzed magad.”<sup>46</sup> (Rawsthorn 2008a)(Rawsthorn 2008b)

Aki tehát alaposabban ismerte Starck-ot, az megláthatta ezt a mintázatot a Zeit-nak adott interjúban is, kontextus nélkül azonban a Starck kijelentései megbotránkoztatóak, és az interjúnak ennek megfelelően nagy visszhangja volt. Számos sajtóorgánum szemlélte, és designnal foglalkozó blogok, fórumok foglalkoztak vele „Design is Dead” (a design halott) és „The Death of Design” (a design halála) címekkel (Design Addict, é. n.) (T. Rogers 2018). Starck jól kurált, naprakész archívummal rendelkező weboldalán (starck.com) – ahol megtalálunk több száz róla megjelent cikket szkennelt vagy belinkelt formában és a megjelenés éve szerint katalogizálva – ez a cikk nem található meg.

#### **4.1.2. Starck demokráciafogalma**

Starck persze nem hagyta abba a tervezést és nagyobb szünetet sem tartott a karrierjében. Ma, 75 évesen ugyanolyan aktív, mint korábban. A demokráciához kapcsolódóan pedig az a meggyőződése, hogy az elitizmus közönséges, elegancia csak a sokszorosításban rejlik, ugyanakkor a gazdagoknak való tervezést lehet kísérleti terepként használni és eredményeit Robin Hoodként elérhetővé tenni a szegényebbek számára (Prüfer 2008). Az elitnek való tervezéshez való viszonyulására Starck korai munkái adnak magyarázatot: a nemzetközi hírnevet és figyelmet az hozta el számára, amikor François Mitterrand francia elnök megbízta a párizsi Élysée-palota magánlakásainak felújításával 1983-ban. Ezt követően többek között a párizsi Café Costes (1984), a tokiói Manin (1985), a mexikóvárosi Theatron (1985) és a madridi Teatriz (1990) éttermek enteriőrjén dolgozott. Starck volt a felelős a New York-i Royalton és Paramount szállodák (1988 és 1990) belsőépítészeti tervezéséért, amely munka később a világ számos szállodájától hozott megrendeléseket számára (Zukowsky 2024). Építészeti és belsőépítészeti tervezés során nincs értelme sorozatgyártásról beszélni, hiszen a „hely szelleme” egyedi és megismételhetetlen, az éttermek és szállodák azonban sok egyforma bútort igényelnek, így a székek, bútorok, majd egyéb háztartási eszközök is bekerültek a repertoárjába, amely – a honlapján megosztott információ alapján – tízezer közeli terméket és tervet foglal magába (Wingfield 2021, 2).

Starck már említett honlapja (starck.com) nagyon professzionális hatást kelt: naprakészen és rendszerezetten összegzi munkásságát, funkcionális: könnyen és hatékonyan lehet böngészni, vizuálisan pedig szolidan elegáns. Starck itt megtalálható életrajzát Jonathan Wingfield divat-újságíró szövegezte meg 2021-ben (Wingfield 2021). Ez a dokumentum is többször hivatkozik Starck-ra demokratikus tervezőként: „Terveit kezdettől fogva nem az elitnek, hanem a társadalom egészének szánta. Vágyik a demokratikus tervezésre, és egy tanulságos definíciót kínál: »Jobb minőség és arra törekvés, hogy a lehető legtöbb ember számára elérhető

---

<sup>46</sup> “There’s no point in arguing with Philippe Starck, because it generally goes like this: 1. The world’s most famous designer makes a well-meaning and sincere, but slightly preposterous claim. 2. You feel obliged to question the preposterous bit. 3. He comes across all hurt and boyish. 4. You feel mean.”

legyen egy termék, megfizethető áron.«<sup>47</sup> (Wingfield 2021, 13). A 2019-ben megjelent *Mass Customization and Design Democratization* (Tömeges testreszabás és design-demokratizálás) c. tervezői esszéketben pedig az áll Starck bemutatkozásában, hogy a ő „az egyik úttörője és az egyik legjelentősebb alakja a „demokratikus design” elvnek. Most éppen új csatát vív a „demokratikus építészetért” és a „demokratikus ökológiáért” (Kolarevic és Duarte 2019, 270).

A kötetben megjelent esszéjében szintén azt emeli ki, hogy mindig is azt az elvet követte – étkezéslettől kezdve, bútorokon át házakig –, hogy a legmagasabb minőségben a lehető legtöbb emberhez érjenek el a termékei. Az őszinte, modern elegancia mindig egy tárgy sokszorosíthatóságából fakad; a ritkaság, a limitált kiadások azt eredményezik, hogy a kiválasztódás alapját a pénz, és nem a rászorulás képezi (Starck 2019, 84). A demokratikus ökológiáról szóló részben ezt még tovább szofisztikálja: a megfelelően megválasztott anyagok, a legészszerűbb árak, a kifogástalan minőség, és a lehető legjobb technológia alkalmazása (Starck 2019, 85) visznek minket a „jó bútor” irányába. A TOG – All Creators TOgether „innovatív bútormárkával” (TOG, é. n.) való együttműködését emeli ki, amely lehetőséget ad személyre szabott bútorok tervezésére és kivitelezésére, a TOG összeköti a megrendelőket, tervezőket, mestereket és az ipar szereplőit. A TOG termékei lehetővé teszik, megvalósítják a bútorok személyre szabását, „ami által a kreativitásod és az egód a közös kreativitás része lesz”<sup>48</sup> (Starck 2019, 86). Ez újfajta gondolkodásmódot, működést, hoz, „amiben az egyetlen elfogadható trend a szabadság és mások rossz ízlésének tisztelete.”<sup>49</sup> (Starck 2019, 86)

Ahogy Rawsthorn is felhívja rá a figyelmet, az, hogy Starckot demokratikus célok (is) vezérlik az alkotásban, tehát, hogy minél több embernek tegyen elérhetővé jó minőségben és megfizethető áron termékeket nagyon üdvös, de ez már több tervező deklarált célja volt a 20. században (Rawsthorn 2008a) (Rawsthorn 2008b). Nina Kozel szabadúszó újságíró és szerkesztő 2013-ban megjelent *Design – The Groundbreaking Moments* (Design – Az úttörő pillanatok) c. könyvének *Design for All: The Democratization of Design* (Design mindenkinek: A design demokratizálódása) c. fejezete sorra veszi a 20. század ilyen célú projektjeit: az IKEA törekvéseit, a Volksempfänger néprádiót és a Volkswagen Bogár autót Németországban, Terence Conran munkássága az Egyesült Királyságban, Charles és Ray Eames munkásságát az Egyesült Államokban és a Mujit Japánban (KOZEL 2013, 90-93). A fejezet „keretes részébe” pedig a következő idézetet emelte ki: „Charles és Ray Eames arra törekedtek, hogy „a legtöbbet nyújtsák a legjobból, a lehető legtöbb ember számára, a lehető legkevesebbért”<sup>50</sup> (KOZEL 2013, 97).

### 4.1.3. PR-üzenet: demokratikus ökológia

Starck a „demokratikus ökológia”-ként meghirdetett programját és annak első darabját a hírhedt Zeit-interjú után kb. négy hónappal jelentette be: ez egy a Pramac céggel való együttműködéséből született lakossági használatra szánt, kisméretű szélturbina volt (Rawsthorn 2008b). Starck és a Pramac a március végén közölt cikk idején már biztos, hogy az

---

<sup>47</sup> “From the beginning his designs were never intended for the elite, but for society as a whole. He longs for democratic design, and proffers an illuminating definition: „Improving the quality while striving to make it accessible to the greatest number of people, at affordable prices.”

<sup>48</sup> „your creativity and your ego will be part of a common piece of creativity”

<sup>49</sup> „The only acceptable trend is freedom and respect of someone else’s bad taste”

<sup>50</sup> „Charles and Ray Eames aimed to provide ‘the most of the best to the greatest number of people for the least.’”

eszköz fejlesztésén dolgozott, mert az ilyen komplexitású termékek piacra kerüléséhez hónapokra biztosan, de akár évekre is szükség van. Párhuzamosan pedig Starck – az egyik leghíresebb név a design szakmában – „előadta” a kiábrándulását és megterését tervezőként, az erről szóló cikkek pedig előkészítették az új hírt: mostantól csak etikus, fenntartható, demokratikus termékek kerülnek ki a kezei közül.

Starck a szélturbina, és a demokratikus ökológia bejelentésekor egy otthoni szolárpanel terveiről, egy elektromos autóról, egy öko-mopedről és egy napenergia- és hidrogénmeghajtású Velencében közlekedő hajóról is beszélt (Rawsthorn 2008b), mint jövőbeli tervekről. A szélerőművet a Pramac ténylegesen gyártotta és forgalmazta, de már nem gyártják (OrionAir, é. n.). A szolárpanelekkel kapcsolatban a DualSun francia startup honlapja számolt be arról 2013-ban, hogy Philippe Starck az épülő otthonába, amely a PATH (*Prefabricated Accessible Technological Homes*, azaz előregyártott és elérhető árú, technológiailag magasan felszerelt otthonok) koncepciójának a prototípusa, a DualSun és az IRFTS startup cégek termékeit építette be (DualSun 2013). Majd 2014-ben a Dezeen brit online design magazin is beszámolt a ház elkészültéről, amely Starck és a Riko szlovén előregyártott faházakat értékesítő cég együttműködése volt. A képeken (amikről nehéz eldönteni, hogy fotók vagy csak látványtervek) feltűnt a szélturbina is a ház tetején, pedig 2014-ben már valószínűleg nem gyártották. A cikk kiemeli, hogy a ház 50%-kal több energiát termel, mint amit fogyaszt és a házak hamarosan rendelhetőek lesznek teljesen személyre szabottan, olyan kiegészítőkkal, mint fotovoltaikus napelemek, szélturbinák, esővízgyűjtő rendszerek és hőszivattyúk (Frearson 2014). A Riko és Starck együttműködésének van egy – a Riko cég honlapjától elkülönített – saját honlapja: [www.starckwithriko.com](http://www.starckwithriko.com), amely azonban csak egyetlen ház építésének tervéről számol be, megvalósult házakról nem szolgál képekkel.

Elektromos kerékpárokat Starck végül Bordeaux városa számára tervezett. A „The Pibal”-t 2013-ban mutatták be és 300 darabot adtak használatba belőle ingyen a lakosságnak – a Starck honlapján elérhető információk alapján (Starck.com 2013). Egy személyes blogon találtam információt arról, hogy – többszöri halasztás után a gyártás elhúzódása miatt – valójában 323 Pibal került forgalomba, amelyeket pár hónap után mind visszahívtak a vázon jelentkezett repedések, illetve olyan használati problémák miatt is, mint hogy a járművek túl hosszúak és túl súlyosak voltak, illetve túl nehéz volt a váltás mechanizmusa a kerékpáron (Cooley 2016).

Starck honlapján megtaláljuk egy napelemes velencei vizitaxi tervét 2008-ból (Starck.com 2008), illetve egy velencei téli gondola tervét 2021-ből (Starck.com 2021), de ezek csak tervek.

Starck munkásságának és az általa tervezett termékek életpályájának áttekintése (vagyis, hogy pontosan mi történt a bejelentésük és piacra dobásuk után) további kutatást igényelne, de ezen néhány termék átnézése után a kép lesújtó: a sajtóhírek és a termékekről szóló beszámolók mindig csak a nagy várakozást követő bejelentésről, átadásról szólnak. Ezeken az eseményeken Starck szellemeskedik, fotózkodik, de ezen a ponton a termékek általában csak prototípusok vagy csak látványtervek, az újságírók pedig az előre megírt sajtóközleményekből dolgoznak, a rendelkezésre bocsátott fotókat és információkat közlik újra. Néhány évvel vagy akár hónappal később ezek a termékek pedig már nem is léteznek – már ha egyáltalán megvalósultak valaha. Starck azért nyeri meg ezeket a feladatokat, mert az egyik legismertebb

designer a világon és a brandje – legalábbis az a része, ami egy átlagos internetfelhasználó számára elérhető információkon alapul – makulátlan (elkötelezett a demokrácia és a fenntarthatóság iránt), és minden ilyen megbízással épül tovább és erősödik. A Riko, a DualSun és az IRTFS cégekkel való együttműködés során pedig – a most rendelkezésemre álló információk alapján – Starck a közös fejlesztés és a jövőbeli közös termékek ürügyén megalkotta az új otthonát, cserébe pedig a brandje nagy értéke miatt érdeklődést generált az érintett cégeknek.

Mindez természetesen lehet Starck Robin Hood működésének része, lehet, hogy a jól fizető projektek bevételeiből finanszírozza azokat a kísérleti projekteket, amelyek az ő kezdeményezésére születnek és – ha működnek – akkor ténylegesen nagyszámú embernek adhatnak hozzáférést fenntarthatóbb, energiatakarékosabb, az életminőségüket javító termékekhez. Érvelhetünk amellett is, hogy ezek a projektek inspiráló, lelkesítő erejűek és katalizálják a diskurzust a demokratikusabb és fenntarthatóbb jövőről. Nem kíséri őket azonban transzparens kommunikáció: a projektek célja, eszközei, finanszírozása rejtve maradnak, hátrahagyva rengeteg kérdést. Így pedig Starck mégiscsak a design sokat bírált, manipulatív erejét használja fel céljai eléréséhez, benne ragadva az általa is bírált haszontalan, de annál fontosabbnak látszó designeri működésben – és dehogy szégyelli magát érte!

## 4.2. IKEA

Az IKEA mára globális jelenléttel bíró bútorgyártó vállalatot Ingvar Kamprad alapította 1943-ban.

A vállalat küldetéseként azt fogalmazta meg, hogy termékeikkel szebb hétköznapokat teremtsenek *az emberek többsége számára* (IKEA, é. n.), illetve, hogy jól kialakított, funkcionális lakberendezési termékeket kínáljanak *a lehető legtöbb ember számára* (IKEA, é. n.), 1995 óta pedig időről időre előkerül és felerősödik az a marketing üzenet, hogy az IKEA „demokratikus design”-t kínál, nyújt a vásárlóinak.

### 4.2.1. A jótevő kapitalista

Az alapító, Ingvar Kamprad svéd kereskedő és vállalkozó személyisége és meggyőződése, a maga idejében úttörőnek számító vállalati kultúrája nagyban hozzájárult a vállalat sikeréhez. 1976-ban még csak belső, céges használatra, majd 1998-ban (magyarul 1999-ben) egy könyv részeként a nagy nyilvánosság számára is elérhető formában jelentette meg az *Egy bútorkereskedő testamentuma* c. kilenc pontból álló hitvallását és intelmeit kollégái és alkalmazottai számára (Torekull 1999, 232–39).

A nyomtatásban megjelent testamentum az 1999-ben megjelent *Az IKEA titka* c. könyv függeléke, melynek előzménye, hogy 1994 őszén a svéd sajtó nyilvánosságra hozta, hogy „Ingvar Kamprad tizenhat és huszonöt éves kora között kapcsolatban állt a svéd náci mozgalommal” (Torekull 1999, 140). A sajtóbotrányt a vállalat válságkommunikációs megközelítésből példaértékűen kezelte, aminek részeként 1997 áprilisában felkérték Bertil Torekull svéd gazdasági újságírót, hogy írja meg Kamprad és a cég történetét (Torekull 1999, 228). A könyv tehát nem tudományos igényű mű, személyes visszaemlékezéseken alapul, széles olvasóközönség számára készült, és legfőbb célja Kamprad megítélésének helyreállítása volt. Ugyanakkor fontos adatgyűjtemény és kordokumentáció is, amely betekintést nyújt

Kamprad szakmai és magánéletébe, gondolkodásmódjába, céljaiba, kudarcaiba, vágyaiba – így demokráciával kapcsolatos meglátásaiba is (Fiáth 2019, 9).

Torekull a hónapokig tartó közös munka után így írta le Kampradot a könyvben: „Janus-arcú vezető. Egyszerre hihetetlenül kemény, szinte ellentmondást nem tűrően domináns és mindenkit mindig meghallgató egyéniség. Ő halad az élen és ő a sereghajtó is, kapitány és demokrata egyszerre.” (Torekull 1999, 207–8) „Saját üzletemberi tapasztalatai tanították meg folyamatosan és végérvényesen arra, hogy gyűljön a mindenfajta felsőbbrendűséget és másón való uralkodást. A kommunista országokban, ahol az IKEA intenzív üzleti kapcsolatokat épített ki, az egyenlőségről szóló szövegeket egyszerűen szemfényvesztésnek tartotta. A csak a párt fő funkcionáriusai számára fenntartott üzletekben az égvilágon mindent lehetett kapni, ami az átlagember számára hozzáférhetetlen volt, és így újabb bizonyítékát lelte annak, hogy hirdesse az ígét, hogy az emberek sokasága számára szebbé kell tenni a hétköznapiakat. Ma már Lengyelország, Magyarország, Kína, Csehország és nemsokára Oroszország is megvalósítja az IKEA-filozófiát, a totalitárius országok megtanulnak demokratikus módon berendezkedni.” (Torekull 1999, 208)

Torekull szerint tehát Kampradnak sikerült megvalósítania azt, ami lehetetlennek tűnik: egyszerre volt autoriter és demokratikus. Kamprad maga egy hasonló oximoronnal fogalmaz meggyőződésével, irányelveivel kapcsolatban a könyvben „jó kapitalistának” nevezi magát, aki össze akarja egyeztetni „egy nyereséges vállalkozás hasznosságát egy kitartó, emberbarát, szociális vízióval” (Torekull 1999, 160).

Küldetésstudata pedig őt és munkatársait is motiválta: „Több felmérésből az derült ki, hogy munkatársaink meg vannak győződve arról, hogy valóban egy jobb társadalomért tevékenykedünk, és ezért érzik magukat jól nálunk. Úgy érzik, mindennapi munkájukkal hozzájárulnak a világ fejlődéséhez.” (Torekull 1999, 161) „Egy kissé nagyképpően fogalmazva üzletfilozófiánk de facto hozzájárul a demokratizálási folyamathoz. Szerintem az a hétköznapi demokrácia, ha sokak számára elérhető, jó minőségű, szép használati tárgyakat árúsítunk.” (Torekull 1999, 161) Illetve: „Az az érzés tart folytonos mozgásban, hogy tágabb értelemben véve részt veszek egy gigantikus demokratizálási folyamatban, bár ez teljesen más, mint amilyenről általában beszélnek.” (Torekull 1999, 160)

Ez az üzletfilozófia a termékek és a tervezés szintjén is megjelent az IKEA-ban, sőt valószínűleg a többféle területen – a bútorok kapcsán, az üzleti életben és a nemzetközi politikában – szerzett tapasztalatok egymást erősítették. Kamprad így emlékszik vissza a kezdetekre: „Legközelebbi munkatársaimmal már régóta használjuk „az emberek sokasága” kifejezést. Mint már korábban említettem, az ötvenes években egy olaszországi vásár kapcsán használtam először ezt a kifejezést, habár akkor még nem tudatosan. Napközben végignéztem az akkor legmodernebb luxusbútorokat a vásárban; eszméletlenül drágák voltak. Este olasz ismerőseimnek köszönhetően eljutottam néhány lakásba, és saját szememmel láttam a különbséget a kiállítás luxusa és a hétköznapi emberek lakásberendezése között. Ennyire telt nekik.

Felötlött bennem a kérdés: miért kell a szegényeknek megelégedniük a csúnya tárgyakkal? Törvényszerű, hogy szép dolgokat csak a kiemelt rétegek vásárolhatnak nagyon sok pénzért? Ezekkel a megválaszolatlan kérdésekkel utaztam haza. Egész életemben kerestem rájuk a választ.” (Torekull 1999, 161)

Majd már értelmezve mindezt: „Nehéz megmondani, mikor kezd formát öltetni egy filozófia valakinek a fejében. Nem akarom túlhangsúlyozni, mennyire előrelátó voltam, de azt hiszem, Milánó jelentős lökést adott nekem abba az irányba, amit későbbi kereskedelmi igazgatónk, Lennart Ekmark oly találóan „demokratikus formatervezésnek”-nek nevezett. S ezen nemcsak a szép formát értettük, hanem valami olyasmit, ami kezdetektől fogva alkalmazkodik a gépparkhoz is, s ezáltal olcsó gyártást tesz lehetővé. Ez a módszer arra épül, hogy a bútorokat lapos csomagokban szállítjuk, ez megtakarítást eredményez mind a gyártás, mind a szállítás területén, s ezáltal alacsonyabbak a vásárlói árak.” (Torekull 1999, 60)

Ugyanakkor cégvezetőként a demokráciával járó nehézségeket is megfogalmazza: „A demokrácia mint a fejlődés eszköze hihetetlenül vontatottá tesz mindent. Mindenkit meg kell kérdezni a cégnél, nehéz döntésre jutni, s ha végre megszületik egy többségi döntés, akkor az alulmaradt 49% újból és újból előáll a saját javaslatával.” (Torekull 1999, 161) „Minden cégnél találunk olyan munkatársakat, akik kiállnak a saját igazukért. Ők azok, akik vállalják a felelősséget, bíznak önmagukban is. Minél kevesebben vannak az ilyenek egy adott vállalkozásnál, annál könnyebb a bürokráciát kiterjeszteni. Hiszen el lehet bújni az áldemokrácia, a vég nélküli megbeszélések és a semmit sem végző értekezletek mögé.”

Végső soron ugyanakkor: „De mégis van a demokráciának egy mindent elsöprő előnye: az összes többi lehetőség sokkal rosszabb.” (Torekull 1999, 162)

#### **4.2.2. PR-üzenet: Demokratikus design**

Az IKEA demokratikus törekvéseinek kiindulópontját mindenképpen az alapító és vezető, Ingvar Kamprad meggyőződése, világszemlélete, élettapasztalata adta. Sara Kristoffersson svéd akadémikus *Design by IKEA – A Cultural History* (Design by IKEA – Egy kultúrtörténet) c. könyve (2014) azonban árnyalja ezt a képet és láttatja a céget segítő marketingkommunikáció megkonstruáltságát és erejét is – melynek a Kamprad gondolatait közreadó könyv is része volt.

Az IKEA 1979-ben kezdett együttműködni a svéd Brindfors reklámügynökséggel, amelynek nagy szerepe volt az cégről kialakult kép alakításában (Kristoffersson 2014, 19). A feladatuk az volt, hogy a cég megítélését javítsák, a nyolcvanas években ugyanis az emberek az olcsó bútorokkal azonosították az IKEA-t, de a jó minőséggel nem. A Brindfors munkája volt az új szlogen: „Inte för de rika. Men för de kloka.” (Nem a gazdagoknak. Hanem a bölcseknek.), ami azt üzenté, hogy az IKEA olcsóbban kínált ugyanolyan jó minőségű termékeket, mint a belvárosi bútorboltok. Sőt, sokszor ezek az olcsóbb termékek még ugyanúgy is néztek ki (Kristoffersson 2014, 41). Ez volt az IKEA Robin Hood stratégiája: „ellopta” a gazdagok exkluzív boltjainak stílusát és olcsón kínálta a tömegeknek (Kristoffersson 2014, 43). A 90-es években alkották meg a „People’s furniture” (az emberek bútora) szlogent és a narratíva megerősítette a korábbi üzenetet: az IKEA egy szebb otthon lehetőségét nyújtja bárkinek, hiszen „a kevesek helyett nem a többségnek kellene élveznie a szépség és funkcionalitás ilyen kiváló egységét?”<sup>51</sup> (Kristoffersson 2014, 66) Pár évvel később, 1995-ben már a „Design for the People” (design az embereknek, a népnek) jelmonddal mutatták be a cég első PS kollekcióját a rangos milánói designvásáron. A „PS” rövidítés eredetileg – az IKEA szándékai szerint – arra utalt, hogy ez egy kiegészítő kollekció a többnyire állandó termékkínálatához képest, és így az Utóirat (post

<sup>51</sup> “Should not the majority, rather than a small number, be able to enjoy this exquisite combination of beauty and function?”

scriptum) nevet kapta, de sokan a „product of Sweden” (svéd termék) rövidítéseként interpretálták. A kollekción 40 terméket tartalmazott 19 fiatal, de már praktizáló tervezőtől, akiket a „Demokratikus design” témájú pályázat során választottak ki (Kristoffersson 2014, 66). A kiállítást kísérő katalógusnak pedig az volt a címe, hogy: *Democratic Design. A Book About Form, Function and Price – Three Dimensions at IKEA*, azaz Demokratikus Design: Egy könyv a formáról, funkcióról és az árról – az IKEA három dimenziójáról (Kristoffersson 2014, 73).

2009-ben aztán a müncheni Pinakothek der Moderne rendezett egy kiállítást az IKEA-ról *Democratic Design* címmel, miután ugyanabban az évben Stockholm önkormányzati kiállító csarnokában már rendeztek egy a céget bemutató kiállítást *IKEA at Liljevalchs* címen. A stockholmi kiállításhoz az IKEA pénzügyileg hozzájárult, de kihangsúlyozták, hogy a kiállítás rendezésében nem vettek részt. A vállalat sikertörténetét oktató jelleggel mutatták be és a kritikákat (pl. a termékek plagizálását vagy az alapító fiatalkori belépését a svéd náci pártba) röviden és udvariasan ismertették. A müncheni kiállítás címét az IKEA korábbi szlogenjei közül választották, azt sugallva, hogy a cég társadalmilag elkötelezett. A kiállítást kísérő könyvet az IKEA rendelte meg, és a múzeumban és a németországi IKEA áruházakban lehetett megvásárolni. A szerzője Heiner Uber, a címe *Democratic Design: IKEA – Furniture for Mankind*, azaz Demokratikus Design: IKEA – Bútor az emberiség számára volt (Kristoffersson 2014, 111–12).

Míg 1995-ben a demokratikus designnak három dimenzióját nevezte meg az IKEA: forma, funkció és ár; 2009-ben már négy dimenziót hirdettek a kiállításon és a könyvben: ár, funkció, forma és fenntarthatóság. 2016-ban aztán, Marcus Engman design vezetése alatt (2012–2018) újra nagy hangsúlyt fektettek a demokratikus design üzenetének kiemelésére, és akkor már öt elvárást támasztottak: forma, funkció, minőség, fenntarthatóság és alacsony ár.

Összehasonlításuképpen, Walter Gropius is kiemelte – már 1958-ban –, hogy csak együttműködéssel, közös munkával (a tervező, kivitelező, gazdasági szereplők között) tudjuk összeegyeztetni az alacsony ár, jó technológia és szép forma kívánalmait egy termékben. (Gropius 1968, 21–32). Philippe Starck demokratikus design definíciója pedig így hangzott: „Jobb minőség és arra törekvés, hogy a lehető legtöbb ember számára elérhető legyen egy termék, megfizethető áron.”<sup>52</sup> (Wingfield 2021, 13).

Az IKEA-nál 2018-ban jelent meg egy újabb könyv *IKEA Democratic Design (IKEA Democratic Design 2018)* címmel és elindították a *Democratic Design Days* rendezvényt a szintén 2016-ban megnyitott IKEA Múzeumban. Marcus Engman aztán 2018-ban távozott és ennek az üzenetnek a kommunikálása is alábbhagyott.

Az *IKEA Democratic Design* könyv a *The Democratic Design Manifesto* (A demokratikus design kiáltvány) és a *The story of Democratic Design* (A demokratikus design története) c. fejezetekkel kezdődik. A kiáltvány egy lelkesítő, változásra buzdító szövegben megismétli és kiemeli az öt irányelvet (*IKEA Democratic Design 2018*, 16–17), a történet pedig valójában egy interjú Marcus Engman nagyszabású és szintén motiváló gondolataival (*IKEA Democratic Design 2018*, 20–25): „Képzeld el, milyen lenne, ha a demokratikus design az IKEA-n túl is érvényes lenne! Képzeld el, hogy az öt alapelv – forma, funkció, minőség, fenntarthatóság és alacsony ár –

---

<sup>52</sup> “Improving the quality while striving to make it accessible to the greatest number of people, at affordable prices.”

más területekre, például kormányokra, iskolákra és más vállalatokra is átültethető lenne! Akkor mindannyian hozzájárulhatnánk ahhoz, hogy mindenki számára jobb mindennapi életet teremtsünk. Együtt.”<sup>53</sup> (*IKEA Democratic Design* 2018, 25)

### 4.2.3. Kritika

Az internet népe Jeff Bezosnak tulajdonítja a mondást, miszerint „A brand nem más, mint amit mondanak rólad, amikor elhagyod a szobát.” Az IKEA brandje ebből a szempontból nagyon erős, az országokban, ahol jelen van, bútor és háztartási eszközök vásárlása kapcsán az emberek többségének az IKEA az első válasza és a legtöbben szimpatikusnak, szerethetőnek tartják. Kristoffersson azonban felhívja a figyelmet, hogy az IKEA több határt is elmos, átlép. Forprofit vállalkozásként a fogyasztói társadalom szereplője, azaz termékeket kínál és kelt vágyat irántuk minden lehetséges eszközzel. Ezzel párhuzamosan a brandjét két fő, egymással összefonódó narratívára építi: a társadalmi felelősségvállalásra és a svédiségre (Kristoffersson 2014, 112).

A társadalmi elköteleződésnek és a svédiségnek is fontos kiindulópontja az a küldetéstudat, amit Ingvar Kamprad és Marcus Engman szavai is közvetítettek: együtt egy jobb világért dolgoznak és ebbe a munkába az IKEA minden alkalmazottját és vásárlóját is meghívják. Kristoffersson azonban kiemeli, hogy az IKEA üzletpolitikája egy politikai és társadalmi radikalizmussal társul (ahogy láttuk Kamprad szavaiban), és végső soron egy profitorientált vállalat elhivatottan a svéd szociáldemokrata rendszert és annak értékeit akarja terjeszteni a világban (Kristoffersson 2014, 113–19). Az IKEA – a demokratikus céljaival összhangban – a termékek kedvező ára és jó minősége révén Robin Hood szerepbe helyezi magát (Kristoffersson 2014, 120), és a luxus, a jobb élet „demokratizálását” ígéri (Kristoffersson 2014, 115). Az olcsó termékek szélesebb rétegek számára hozzáférhetőek, azonban több fogyasztásra, túlfogyasztásra is ösztönöznek (Kristoffersson 2014, 118), amely egyrészt a fenntarthatóság céljaival is ütközik, másrészt egy jobb társadalom építését nehéz a fogyasztásra alapozni (Kristoffersson 2014, 119).

A forprofit, fogyasztásra ösztönző és a jobb társadalom építését célzó működés konfliktusa mellett Kristoffersson kiemeli a brandépítés, a marketing üzenetek és a sajtótól elvárt függetlenség és kritikusság közötti határvonalak elmosódását is. Felhívja a figyelmet, hogy az IKEA brand narratíváit nemcsak a vállalat belső kommunikációjába és működésébe építik be, hanem az IKEA közreműködésével szervezett kiállítások, a 2016-ban megnyitott, a vállalat által működtetett és kurált IKEA Múzeum a svédországi Älmhult városában, az IKEA által kiadott könyvek és a sajtóban megjelenő kritikátlan cikkek is újra és újra megismétlik és így megerősítik (Kristoffersson 2014, 112). Így azonban egyre többen elhiszik, hogy ezek a határok elmoshatóak és „a demokrácia eladó” (*Democracy for Sale*) (Kristoffersson 2014, 109).

### 4.3. Oodi

Az *Oodi*, azaz magyarul „óda” (Timaffy-Touko 2019, 22), Helsink-i központi könyvtára, amelyet 2018. december 5-én adtak át, a finn függetlenség 101. évfordulóján. A megnyitón 55 ezer

---

<sup>53</sup> “Imagine if the idea of Democratic Design could reach out beyond IKEA. Imagine if these five principles – form, function, quality, sustainability and low price – could be translated into other areas like governments, schools and other companies. Then we all could contribute to creating a better everyday life for everybody. Together.”

ember jelent meg, és az esemény a nagy sajtóérdeklődés eredményeként még a New York Times címlapjára is felkerült (Oodi 2023). A könyvtár a megnyitása után négy hónap alatt egymillió látogatót köszönhetett, kicsit több mint öt év alatt pedig tíz milliót (Oodi 2023). Összehasonlításképpen a budapesti Fővárosi Szabó Ervin könyvtár Központi könyvtárát évente kb. félmillióan látogatják meg személyesen (FSZEK 2023, 4), Budapest lakossága 1,671 millió fő, Helsinkié kb. 675 ezer fő, Magyarország lakossága 9,6 millió, Finnországé 5,6 millió fő (az adatok a Wikipédiáról származnak).

Az Oodi tervezése és kivitelezése nagyjából tíz éven keresztül zajlott. Az épület és az intézmény iránti nagy érdeklődés és támogatás az állampolgárokat bevonó és az ő igényeikre választ adó tervezési folyamatnak köszönhető, amelynek eredménye nemzetközi elismeréseket is hozott. Az IFLA (*International Federation of Library Associations* – Könyvtári Egyesületek Nemzetközi Szövetsége) 2019-ben az év legjobb új közkönyvtára díjjal tüntette ki (Oodi 2019), a zágrábi *Best in Heritage* (A legjobb a hagyományban) nonprofit szervezet a *Project of Influence* (Befolyással bíró projekt) kategória győzteseként ismerte el 2020-ban (Oodi 2020), a német *DETAIL* magazin a 2020-as év fődíját ítélte az Oodi-nak, amelyet olyan épületek nyernek el, amik egyedi design koncepcióval bírnak, a részletekig gondosan megtervezettek, előre mutatóak és technológiailag innovatívak (Oodi 2021).

#### **4.3.1. Helsinki: City of Design**

Finnország és Helsinki elköteleződése a design és azon belül is a köz szolgálatába állított design iránt legalább 2012-ig nyúlik vissza, amikor Helsinki és a közeli városok (Espoo, Vantaa, Kauniainen and Lahti városok) viselhették a Világ Design Fővárosa (World Design Capital) címet. A Világ Design Fővárosa programot a WDO (World Design Organization – A Design Világszervezete) hirdette meg és két évente ítéli oda olyan városoknak, amelyek a designt hatékonyan alkalmazzák a gazdasági, társadalmi, kulturális és környezeti fejlődés előmozdítása érdekében (WDO, é. n.). A város, amely a cím birtokosa, vállalja, hogy egy éven át tartó rendezvénysorozaton keresztül mutatja be a fenntartható tervezésen alapuló várospolitika és innováció legjobb gyakorlatait, amelyek javítják polgárainak életminőséget (WDO, é. n.). Helsinki 2012-ben harmadikként viselte a címet, Torino (2008) és Szöul (2010) után. Az egyéves program címe *Open Helsinki – Embedding Design in Life* (Nyitott Helsinki – A design beágyazása az életbe) volt (Design Helsinki, é. n.-c).

A pályázati felkészülés időszaka és maga az egyéves fesztivál (580 program 290 szervezet szervezésében) olyan elköteleződést és kapcsolatokat épített ki, hogy az akkor kapott lendületet nem akarták elveszíteni a finnek. A WDC év végeztével egy két éves *Design Driven City* (Designvezérelt város) programba kezdtek az International Design Foundation (Nemzetközi Design Alapítvány) koordinálásával, amelynek célja az volt, hogy design szakértelmet fejlesszenek a közérdekű szolgáltatások megtervezésében (public service design). Közben 2014-ben Helsinki sikeresen pályázott az UNESCO Kreatív Városok Hálózata pályázatán a *City of Design* (A design városa) címre, ami lehetőséget adott a többi ilyen címmel bíró várossal való együttműködésre és párbeszédre a városok fejlesztésében kreatív módszerekkel (2015 óta Budapest is a hálózat tagja (Cities of Design Network, é. n.)) (Design Helsinki, é. n.-c).

Helsinki az első város Európában és az elsők között van a világban, amely *Chief Design Officer*-t (vezető városi designert) foglalkoztat. A CDO feladata Helsinki stratégiai fejlesztésének erősítése, a design felhasználása a közszolgáltatások és a lakosok felhasználói élményének fejlesztésében, valamint Helsinki nemzetközi designprofiljának fejlesztése, a munkáját pedig a *Helsinki Lab* segíti. A város második CDO-ja, Hanna Harris 2020 óta teljesít szolgálatot (Design Helsinki, é. n.-c)

Helsinki tehát büszkén viseli a *City of Design* címet és a város működésének és brandjének szerves részét képezi a design gondolkodás (Helsinki, é. n.). A város egy külön honlapot üzemeltet Design Helsinki néven, ahol összefoglalják a céljaikat, módszereiket, bemutatják a már megvalósult és a folyamatban lévő projektjeiket (például az Oodi könyvtárat). A honlap főoldalán az a mottó fogad minket, hogy „*Helsinki designs good life*” (Helsinki jó életet tervez), majd ennek rövid magyarázata: „Helsinki a jó designról és a design régre visszanyúló hagyományairól ismert. Helsinki számára a design egy olyan módszer, amellyel egy funkcionális és egyenlő várost építhet. A design eszköz a polgárok igényeinek megértéséhez és a jelentőségteljes kihívások megoldásához.”<sup>54</sup> (Design Helsinki, é. n.-b)

### 4.3.2. Participatív tervezés

Az Oodi története 1998-ra nyúlik vissza, amikor az akkori finn kulturális miniszter, Claes Andersson – aki költőként, pszichiáterként és futballistaként is ismert – javaslatot tett egy új városi könyvtár építésére Helsinki központjában (Haavisto 2019, 204). A mára már megvalósult épület és intézmény története azonban 2007-ben kezdődött, amikor Jussi Pajunen, Helsinki akkori polgármestere elindított egy központi könyvtár felülvizsgálati folyamatot a könyvtári szakmán kívülről érkező Mikko Leisti vezetésével. A 2008-ban elkészült és *Central Library: Heart of the Metropolis: The Heart of Helsinki: Review Report* (Központi könyvtár: A metropolisz szíve: Helsinki szíve: Felülvizsgálati Jelentés) címmel megjelent jelentés hosszú távra megalapozta a projekt célját és vízióját. A jelentésre alapozva aztán a város 2008-ban megkezdte a tervezési folyamatot. Az irányelv már ekkor az volt, hogy a központi könyvtár tervezését egy újfajta, inkluzív várostervezési folyamatként képzelték el, amely nem csupán felmérések, kérdőívek formájában kérdezi meg az emberek véleményét, hanem ténylegesen bevonja őket a tervezésbe, és ezáltal egy olyan könyvtárat hoz létre, amely valóban az állampolgároké (Haavisto 2019, 205–6).

#### 4.3.2.1. Az Álmodó fája

Az egyik legkorábbi és legsikeresebb participatív program a *Tree of Dreams* (Álmodó Fája) projekt elindítása volt 2010-ben. Ez egyszerre volt egy digitális platform és egy valódi fa, amely levelek formájában gyűjtötte a könyvtári álmokat az ágaira (Haavisto 2019, 206). A városi könyvtár munkatársai rendezvényeken, köztereken gyűjtötték a lakossági véleményeket, vágyakat és sok olyan emberrel is kapcsolatba kerültek, akik nem voltak aktív könyvtárhasználók (Haavisto 2019, 206). A világ design fővárosa (WDC) program is sok találkozási alkalomot adott és apropót (Design Helsinki, é. n.-a). Az összegyűjtött mintegy 2300 álmodást, kívánságot aztán

---

<sup>54</sup> “Helsinki is known for good design and longstanding traditions in design. Design is a method for Helsinki to build a functional and equal city. Design is a tool to understand the needs of citizens and to solve meaningful challenges.”

kategorizálták, elemezték és beépítették a következő tervezési fázisokban (Haavisto 2019, 206).

#### **4.3.2.2. Az építészeti pályázat**

A központi könyvtár épületére *The Heart of the Metropolis* (A metropolisz szíve) címmel kiírt nyílt és nemzetközi építészeti pályázat előkészítése 2011-ben indult és szintén a 2012-es WDC program része volt (Design Helsinki, é. n.-a). A pályázati kiírás tartalmazta az emberektől összegyűjtött könyvtári álmokat: nyugalom, családoknak hasznos szolgáltatások, *peer learning* (egymástól tanulás), *learning by doing* (csinálva tanulás), rendezvények és digitalitás (Design Helsinki, é. n.-a). Ugyanakkor a szintén elvárásként megfogalmazott magas esztétikai minőség és az épület ökohatékonysága miatt ebbe a tervezési fázisba kevésbé vonták be a lakosságot, mint a folyamat többi részébe. A beérkezett 544 pályázatot azonban bárki megtekinthette és véleményezhette (küldhetett rá szívecskét (Design Helsinki, é. n.-a)). A projekt iránti érdeklődést jól mutatja, hogy az eredetileg egy hétre tervezett kiállítást az érdeklődők kérésére egy héttel meghosszabbították (Haavisto 2019, 208). Majd a zsűri által kiválasztott hat legjobb pályamunkát a *Helsinki City Museum*-ban (Helsinki Városi Múzeumban) és városszerte érintőképernyős kivetítőkön tették elérhetővé, ezeket a terveket is bárki véleményezhette, illetve bárki szavazhatott a kedvencére. Összesen 3200 szavazat érkezett. A szakmai zsűri véleménye nagyobb súllyal esett latba mint a lakosságé, de az, hogy a terveket bárki megtekinthette és szavazhatott, segítette a projekt átláthatóságát és szerethetőségét (Haavisto 2019, 208). A pályázatot végül a helsinki székhelyű ALA Architects *Käännös* (Fordítás) című pályaműve nyerte, ami a nagyközönség egyik legnagyobb kedvence volt. A helsinki Városi Tanács 2015 januárjában hagyta jóvá a központi könyvtár projektervét, és az építkezés még ugyanabban az évben megkezdődött (Design Helsinki, é. n.-a).

2013-ban Paavo Arhinmäki kulturális miniszter a központi könyvtár tervezését és kivitelezését – a 2017-ben esedékes, Finnország függetlenségének 100 éves jubileumához kapcsolódóan – kiemelt projektté nyilvánította. Ezzel a kormány arra is kötelezettséget vállalt, hogy az építési költségek körülbelül 30%-át fedezi (Haavisto 2019, 204).

#### **4.3.2.3. Közösségi költségvetés**

A projekt során a költségek tervezésébe is bevonták a lakosságot. A központi könyvtár fejlesztése Helsinki első közösségi költségvetési programja volt 2012-ben, azóta pedig a város bevett gyakorlatává érett (Design Helsinki, é. n.-a). A korábban az Álmodók fáján összegyűjtött „álmok” alapján a könyvtár dolgozói és a projekt lebonyolítói nyolc álmodót választottak ki és fejlesztettek egy-egy pilot projektté. 2013 őszén a könyvtár három workshopot szervezett, amiken a résztvevők megvitatták ezeket a pilot-okat és arra tettek javaslatot, hogy a könyvtár mire és hogyan költsön 100 ezer eurót. Az egyes projektjavaslatok költségvetését előzetesen egyénileg előkészítették, a részvételi küszöböt pedig alacsonyán tartották: a workshopok résztvevőinek nem kellett rendelkezniük semmilyen projekttervezési vagy költségvetési tudással, tapasztalattal. A résztvevők végül négy projektet választottak ki, amelyek 2014-ben meg is valósultak (Haavisto 2019, 206). 2016-ban és 2017-ben a lakosok lehetőséget kaptak arra is, hogy véleményt nyilvánítsanak az új könyvtár könyvbeszerzéséről, javaslatot tehetnek például arra, hogy milyen angol nyelvű könyveket szerezzen be a könyvtár (Haavisto 2019, 208).

Tuula Haavisto, a könyvtár korábbi igazgatója a könyvtárról írt tanulmányában kiemeli, hogy: “A közösségi költségvetés-tervezési projekten keresztül a Helsinki Városi Könyvtár konkrét irányelvekhez jutott hozzá a polgároktól arra vonatkozóan, hogy milyen közkönyvtári szolgáltatásokra számítanak és van szükségük. Azzal, hogy a könyvtár „birtokosainak”, a város lakóinak beleszólást adtak a pénzügyi döntéshozatalba, a Helsinki Városi Könyvtár teljesítette a nyilvános könyvtárak egyik alapvető feladatát: a demokrácia fejlesztését. A visszajelzések egyértelműek voltak: a workshop egyik résztvevője kijelentette, hogy valóban nagyszerű volt a demokráciát testközelből és a gyakorlatban megtapasztalni.”<sup>55</sup> (Haavisto 2019, 207–8)

#### **4.3.2.4. A Központi Könyvtár Baráti Köre**

A könyvtár 2014-ben meghirdette A Központi Könyvtár Baráti Köre (Friends of Central Library) kezdeményezést, melynek célja, hogy egy felhasználó-fejlesztő közösséget hozzanak létre olyan emberek részvételével, akik a város különböző részeiről érkeznek, különböző korosztályúak, neműek és különböző kvalitásúak, így reprezentatív mintaként szolgálnak. Emellett pedig lelkesek, aktívan részt vesznek a döntéshozatalban és jól tudnak csapatban dolgozni. A jelentkezőknek úgy kellett jelentkezni, mint egy állásra: bemutatkozó és motivációs levelet kellett írniuk. A 95 jelentkezőből 28-at választottak ki a kísérleti szakaszra (Haavisto 2019, 209). Ma már ez a közösség a könyvtár ügyfélpanelein keresztül működik, és a tagok rendszeres találkozókra egy-egy kiemelt témával foglalkoznak és folyamatosan azon dolgoznak, hogy fejlesszék a könyvtár szolgáltatásait (Design Helsinki, é. n.-a).

Sampsu Hyysalo, Virve Hyysalo és Louna Hakkarainen 2019-ben megjelent *The Work of Democratized Design in Setting-up a Hosted Citizen-Designer Community* (A demokratizált design feladatai egy hosztolt állampolgár-designer közösség felállításában) tanulmányukban összegezték és elemezték a A Központi Könyvtár Baráti Köre (Friends of Central Library – FCL) szervezésébe és a workshopokon végzett a demokratikus design alapelvein nyugvó partícipatív tervezési munkájukat (Hyysalo, Hyysalo, és Hakkarainen 2019, 69). Kiemelik, hogy ezek a folyamatok munkát és erőforrást igényelnek, de cserébe irányelvek szintjén és instrumentálisan is hasznosak mind vendéglátó szerv (host), mind a résztvevők számára. A tényleges, folyamatban lévő design kérdések menedzselése segít, hogy a host ne csak – a szokásos módon – „kipipálja”, hogy részvételi tervezés is történt, illetve hogy csak „reménykedjen, hogy majd valaki eljön és aztán megtörténik a csoda”, hanem ehelyett segít éreztetni az állampolgárokkal, hogy a részvételükkel ténylegesen változást érnek el (Hyysalo, Hyysalo, és Hakkarainen 2019, 79).

#### **4.3.3. Az épület**

Az új könyvtárral kapcsolatban már 2008-ban megfogalmazódott, hogy egy olyan találkozó hely legyen, amelyet mindenki magáénak érez (Haavisto 2019, 205–6). Az épület egyik tervezője, Juho Grönholm (ALA Architects) szavaiban érezhetjük ennek építészeti

---

<sup>55</sup> “Through the participatory budgeting project, Helsinki City Library acquired concrete directions from the citizens for what kind of public library services was anticipated and needed. By giving the owners of the libraries, the city residents, a say in financial decision-making, Helsinki City Library fulfilled one of the public libraries’ basic tasks in its advancement of democracy. The feedback was clear: one of the workshop participants stated that it was actually great to see close-range democracy in action.”

átértelmezését: „A koncepciónk szerint egy olyan nagyvárosi, polgári lakást képzeltünk el, amiben van nappali, konyha és dolgozószoba. Hazánkban a könyvtár szinte szent helynek számít, innen jött a kapcsolat az otthonnal. Szerintünk nem az a fő feladata, hogy bármit kikölcsönözzünk onnan, hanem inkább találkozóhelynek kell lennie. Az Oodi egy polgári lakás, ahol akár dobolni is lehet, és amelynek »polgári erkélyéről« koncentráltan látszik a demokrácia és a kultúra – a szemben fekvő parlament és kétoldalt a zenei központ és a múzeum. Az Oodiban felszállunk a könyvmennyországba” (Timaffy-Touko 2019, 23).

Az épület ugyanis a Töölönlahti központi terület utolsó ékköve: a finn parlament, Helsinki központi pályaudvara, a Helsinki Zenei Központ, a Musiikkitalo és a Kiasma Kortárs Művészeti Múzeum veszik körbe (Timaffy-Touko 2019, 22). Az épületnek három bejárata van: az első délre, a főpályaudvar irányába néz, a második nyugatra, a parlament és Helsinki egyik központi tere, a *Kansalaistori* (Polgárok tere) irányába, a harmadik pedig – az északkeleti sarokban – főként a mozi és a családi könyvtár látogatói számára nyílik. A könyvtár és a parlament épülete között fekvő *Kansalaistori* (Polgárok tere) vizuálisan „beáramlik” az épületbe, a homlokzat faboritása pedig a földszint mennyezetén fut tovább – folytonosságot képezve a „kinti” és a „benti” köztér között (Timaffy-Touko 2019, 23).

Az épületnek négy szintje van. A legfelső szint a hagyományos értelemben vett könyvtár, a „könyvmennyország” – erkéllyel, ami a Polgárok erkélye (*Kansalaisparveke*) nevet kapta, és kilátással a Polgárok terére és a parlamentre. A tágas, világos tereket élő szubtrópusi fák (fekete olajfa, bucida buceras) teszik még barátságosabbá, otthonosabbá. Ezen a szinten található még a gyermekkönyvtár is, ahol különleges meseszoba és előadótér is várja a legfiatalabb látogatókat (Timaffy-Touko 2019, 23).

A középső szint a „padlás” kapta, aminek oka részben a kisebb belmagasság, részben az itt húzódó vasbeton híd, amely összetartja az épület szerkezetét. Ez a szint ad otthont az aktívabb, hangosabb, csoportos tevékenységeknek: itt mód van egyedül vagy kisebb csoportokban olvasni, tanulni, vagy épp társasjátékozni, illetve – a hagyományos könyvtári szolgáltatásokon bőven túllépve – itt lehet csoportos megbeszéléseket tartani, zenélni, filmet készíteni, szerkeszteni, varrni, főzni, nyomtatni 2D-ben és 3D-ben, de vannak csendes szobák is. A szint végén található a „Kocka”, amelyet „okos falak” határolnak. A tejüveg falak számítógéppel vezérelhetők, képeket mutatnak és mozgathatóak: az eredetileg 100 négyzetméteres tér igény szerint részekre is osztható, így a tér digitális művészeti galériaként vagy virtuális tanteremként is használható (Timaffy-Touko 2019, 23–24).

A földszint nagy része egyterű, itt kapott helyet a többfunkciós nagy előadóterem, több kisebb rendezvénytér, kiállítóterek, találkozóhelyek, kávézó, étterem, látványkonyha, és a többitől elkülönülő moziterem (Timaffy-Touko 2019, 23).

Az irodák minimális helyet foglalnak el az épületben, a raktárak, könyvosztályozók pedig az alagsorban vannak, a raktárak egy része pedig az eddigi központi könyvtárban, Pasilában maradt. A mosdók koedukáltak, a legnagyobb az alagsorban van, míg több kisebb a felsőbb szinteken. Az épület teljes egészében akadálymentes, mind a mozgássérültek, mind a látássérültek számára. Az épület energiaigénye közel nulla és a hatékonyság egyik fő forrása az épület faburkolata (Timaffy-Touko 2019, 26–27)

Az Oodi külső faburkolata és így a földszinti mennyezetburkolat a helyi éghajlati viszonyokra figyelve és helyi anyagokból készült. A burkolat előregyártott elemekből áll, amelyhez 33 mm vastag finn közönséges lucfenyőt használtak. A homlokzat az idő múlásával egyre sötétebb tónust vesz majd föl (Timaffy-Touko 2019, 26). A homlokzat kivitelezésére Helsinki városa a faépítés területén dolgozó szakemberekből álló irányítócsoporthoz hozott létre, és megrendelt egy kutatást, mely a lehető legjobb minőségű és tartósságú faanyag biztosítása érdekében a teljes gyártási láncot átvilágította: a nyersanyagok beszerzésétől a kész homlokzat karbantartásáig. A multidiszciplináris kutatás magában foglalt egy felmérést is a városban már meglévő nagyméretű faburkolatokról, hogy tárja fel az esetleges problémákat, hiányosságokat. Így az Oodi kivitelezése céljából kutatók és kivitelezők együtt olyan irányelveket dolgoztak ki, amelyek a jövőbeni finnországi faépítészet számára is új sztenderdeket állít fel (Kaila és Heikkinen 2020).

#### **4.3.4. Demokrácia az alagsortól a padlásig**

A közkönyvtár önmagában az egyik legdemokratikusabb intézmény: közpénzből felhalmozza és tárolja a közös tudást és hozzáférést biztosít a közösség tagjai számára. Segíti az egyének informálódását, önfejlesztését, ami a közösségi döntéshozás egyik alapfeltétele, és gyülekezési térként is szolgál szervezett vagy véletlenszerű találkozásokhoz, csoportosulásokhoz, az információ megosztásához, a tudás átadásához.

A közkönyvtárak különösen népszerűek Finnországban, a könyvtári szolgáltatások a leginkább igénybe vett kulturális szolgáltatások az országban. Ennek egyik oka és következménye, hogy ingyenesek vagy nagyon méltányos árszabással alakítják ki őket. A másik oka pedig, hogy az országban ritkák az iskolai könyvtárak, az iskolákat és óvodákat is a közkönyvtárak és a mozgókönyvtár látják el (Haavisto 2019, 204).

Az új helsinki központi könyvtár felvetése, tervezése és kivitelezése így nem sok akadályba ütközött, a projektet mindvégig nagy érdeklődés és támogatás kísérte. Tuula Haavisto (a könyvtár korábbi igazgatója) tanulmányában kiemeli, hogy a döntéshozók számára mennyire csábító volt ez a projekt: (1) a kezdetektől tudni lehetett ugyanis, hogy nagy támogatást élvez a lakosság körében, (2) Helsinki városa nagyon elkötelezett a polgárok bevonásába a város ügyeibe, (3) a Töölönlahti belvárosi terület végre kiteljesedhetett ezzel az épülettel és közhasznú intézménnyel (Haavisto 2019, 211). (4) Az épület a város turisztikai vonzerejét is növeli, valamint (5) Finnország új, nyilvános könyvtárakról szóló törvénye (2016) hangsúlyozza a nyilvános könyvtáraknak az aktív állampolgárság és a demokrácia előmozdítására vonatkozó feladatát, de azt is előírja, hogy a könyvtáraknak tereket és létesítményeket kell biztosítaniuk a tanuláshoz, a munkához és a különböző szabadidős tevékenységekhez (Haavisto 2019, 211–12). Én még hozzátenném, hogy (6) azzal, hogy az épület a finn függetlenség 100. évfordulójának megünneplésének kiemelt projektje volt és végül a 101. évfordulón nyitották meg, szimbolikusan és a gyakorlatban is a nemzet egységét és teljesítményét reprezentálja. Ahhoz azonban, hogy a „hatalmat”, azaz a döntéshozókat ezek a szempontok vezéreljék, szükség van egy a demokrácia iránt elkötelezett kormányzati kontextusra. Ahogy Bueno de Mesquita és Smith írják a Diktátorok kézikönyvében: „A zsarnoki politika a magánjutalmakért folytatott harc. A demokratikus politika a jó politikai ötletekért vívott csata.” (Bueno de Mesquita és Smith 2014, 84)

Az épület tehát akadálymentes, a mosdók koedukáltak, a könyvtári szolgáltatások ingyenesen vagy méltányos áron igénybe vehetők, a lakosságot folyamatosan bevonják a fejlesztésekbe. A tervezésben a város és az Aalto egyetem legjobb tervezői vettek részt, mind az épület, a belsőépítészet és a service design kapcsán. A könyvtár kiemelt figyelmet fordít a családokra, az épületben egy Koragyermekkorai Nevelési Osztály és egy Óvodai Nevelési Osztály is helyet kap (Haavisto 2019, 209), és az Oodi intézményként is befogadóan és demokratikusan működik: az épületben olyan szervezetek is helyet kaptak, mint a finn Nemzeti Audiovizuális Intézet, az Aalto Egyetem. Az intézmény pedig elkötelezett a folyamatos fejlesztés mellett – mindig a lakosság bevonásával. Ahogy Haavisto cikkének címe írja, ilyen az, „amikor az állampolgárok álma valóra válik” (Haavisto 2019).

#### 4.4. Összefoglalás

A három esettanulmány egymás mellé rendelésével az volt a célom, hogy kirajzolódjanak a hasonlóságaik és a különbségeik.

Mindhárom történetben a demokrácia egy magasztos, etikailag helyes eszmeként van jelen, amelynek célja, hogy egyenlőbb társadalmat teremtsen, erősítse a kevésbé kiváltságosak helyzetét, lehetőségeket teremtsen számukra, és egy olyan célként, amelyért érdemes dolgozni, amely jobb világot teremt – ez azonban különböző hatékonysággal valósul meg bennük.

Philippe Starck és az IKEA szócsövei (Ingvar Kamprad, Marcus Engman és a cég kiadványai) egyaránt megfogalmazzák, hogy a design a tömeggyártott termékeken és azok alacsony árán, de a minőség megtartásán keresztül tud demokratikus lenni – és ezek az elemek az Oodi működésében is kulcsfontosságúak: az épület napi tízezer látogató fogadására képes és a szolgáltatásaiért nem vagy méltányos árat kér.

Starck és az IKEA is kiemeli a Robin Hood szerepet: „a gazdagoktól lop, hogy a szegényeknek adja”, az Oodi esetében ez a közpénzek közhasznú felhasználásában – egészen más keretben – van jelen.

Mind Starck, mind az IKEA esetében kirajzolódik azonban a demokráciához való kapcsolódás kommunikációs értékének kihasználása. A *green washing* kifejezést olyan vállalati tevékenységek megnevezésére használjuk, amelyek nem tesznek annyit a vállalat által okozott károk enyhítésére, mint ahogyan ezt a vállalat kommunikálja. A *sports washing* kifejezés pedig annak jelenségnek a leírásaként terjedt el, amikor egy ország a sportolói jó eredményeivel, sportversenyek rendezésével javítja az egyébként kevésbé jó reputációját. Hasonlóan, a *democracy washing* arra a jelenségre lehet egy jó megnevezés, amikor egy személy vagy szervezet a demokratikus tevékenységének kommunikációjával jobb megítélésre törekszik, javítja a közönségkapcsolati (PR) tevékenységét, de a tényleges erőfeszítései, eredményei elmaradnak a kommunikált szinttől. Starck demokratikus ökológiájának termékei kimerítik ezt a fogalmat: többségük nem valós, de legalábbis nem sikeres termék, így valódi hasznosságot nem nyújtanak a vásárlóiknak, használóiknak – csak kommunikációs értékük van, katalizálhatják ugyan a demokratikus design körüli diskurzust, de inkább csak Starck brandjét erősítik.

Az IKEA esetében a probléma inkább abban rejlik, hogy a demokrácia, azaz a politikai döntéshozáshoz, társadalmi egyenlőséghez köthető fogalomkört egy, a fogyasztói társadalom színterén működő forprofit vállalat szótárába emelik be, kihasználva a vásárlóik pozitív viszonyulását a demokráciához.

A democracy washing kifejezést nem én alkottam meg. Miután megfogalmazódott bennem a probléma, majd az analógia a green washing jelenségével, a „democracy” és „washing” szavak is egymásra találtak. Több akadémiai forrásban megtaláltam a kifejezés használatát, definíciószerű leírást viszont csak a brüsszeli székhelyű *The Democratic Society* (A demokratikus társadalom) hálózat honlapján és kiadványában találtam: „Munkánk során azt tapasztaltuk, hogy egyre nagyobb az eltérés egyrészt a több polgár bevonódásának szándéka, másrészt az intézkedések és eredmények hiánya között. Ezekben az esetekben a democracy washing azzal a kockázattal jár, hogy a „demokrácia” címkét csak álcaként használja a jelenlegi hatalmi viszonyok és érdekek fenntartására, ahelyett, hogy megkérdőjelezné azokat. Ha a nyilvánosság bizalma csökken, ez hosszabb távon a jövőbeni részvétel iránti érdeklődés hiányához vezethet.”<sup>56</sup> (The Democratic Society, é. n.)

Helsinki városa és az Oodi nem esik a democracy washing csapdájába: a kommunikációja nem a demokrácia hangoztatására épül és a projektet a design és a demokrácia iránti elkötelezettség talán még erősebben meghatározta, mint amekkora teret kaptak a kommunikációban. Az Oodi fontos tanulsága, hogy egy alapvetően demokratikusan működtetett rendszer mindenképpen a demokráciát építő (de semmiképpen nem romboló) design is eredményez.

Végül pedig látnunk kell, hogy bár mindhárom történetben részt vettek tervezők, azok ágenciája azonban nagy különbségeket mutat. Philippe Starck, az elit tagjaitól érkező megbízásaiban hagyományos tervezői szerepben vesz részt: megbízást teljesít, a döntéseit felülrírhatja a megbízója. A design ökológiához tartozó termékeit úgy tűnik, hogy ő kezdeményezi és partnereket keres a fejlesztéshez, kivitelezéshez, de ezek megvalósulási rátája, sikere igen alacsony. Befektetők, a megfelelő gyártástechnológia birtokosai nélkül tehát ezek a kezdeményezések jóval kisebb eséllyel kapnak szárnyra.

Az IKEA sok tervezővel dolgozott együtt immár 80 éves történetében, az azonban, hogy a terveik ténylegesen eljussanak a vásárlóig, felhasználóig, csak kis mértékben múltott rajtuk. Mindenképpen hozzáadott értéket képvisel a szakértelmük, kreativitásuk, de a terveikre – a szokásos gyártási, szállítási, szerelési, értékesítési, biztonsági, stb. szempontok mellett – erős hatással van a vállalat víziója, küldetése, a vállalat vezetőinek döntései.

Az Oodi épületét az ALA Architects tervezte meg, a könyvtár szolgáltatásainak megtervezésével több studiót megbíztak, együttműködtek az Aalto egyetemmel, a Helsinki Lab-bal, a participatív tervezési folyamatokban részt vettek tervezők, szakértők, könyvtárosok, lakosok; a döntésben pedig Helsinki városának és a finn kormány képviselői. Természetesen a döntési folyamatban és annak különböző szakaszaiban az egyes szereplők döntési jogköre és hatásköre

---

<sup>56</sup> “From our work, we have observed an increased mismatch between more citizens wanting to be engaged on one hand, and the lack of actions and results on the other. In these instances, democracy washing risks using the label of “democracy” as a guise, to maintain current power relations and interests rather than challenging them. When trust from the public diminishes, this might lead to lack of interest in future participation in the longer term.”

erősen változott – de nagyon közelített egy ideális demokratikus döntési folyamathoz. A tervezők szerepe azonban erősen a hagyományos szerepmodellhez hasonlít: kaptak egy briefet a megbízótól, amit megvitattak, majd a tervező elkészítette a tervét – amelyről a megbízója dönt és azt felülírhatja.

## 5. A design (nem) demokratizálódása

Míg a design demokratikus aspektusai már a 19. század végén kirajzolódtak a tömeggyártás és tömegfogyasztás vonatkozásában, a design „demokratizáló hatásának”, „demokratizálódásának” jelenségének címkézését és ünneplését a digitalizáció és az internet korszaka hozta meg. A jelenség maga azonban semmiképpen nem új – bár tény, hogy a digitalizáció és az internet felgyorsította és még inkább tömegesítette, ezáltal pedig láthatóbbá tette, és a demokráciához is csak felületesen van köze. A designnak pedig éppen a felületesség megteremtésében és kommunikációjának erősítésében van szerepe, hiszen mind magukkal a fogyasztási cikkek, mind az őket kísérő narratívák és marketing üzenetek erősítik a demokratikusság illúzióját, valódi demokratikus politikai involválódáshoz és/vagy társadalmi egyenlősődéshez azonban nem vezetnek.

### 5.1. Karl Lagerfeld

2004-ben, amikor a H&M svéd fast fashion ruházati üzletlánc bejelentette az első együttműködését Karl Lagerfelddel, a Chanel divatház kreatív igazgatójával, azaz az akkori high fashion szcéna egyik főszereplőjével, az exkluzív kollekciót beharangozó kampány kulcselemét képező rövidfilmben (Renck 2004) a két merőben eltérő divatvilág közötti határsértést „vitték vászonra”, vagy legalábbis a Youtube-ra. A kétperces reklámfilm azt látjuk, ahogy a francia riviérán jachtozó, elegáns villákban és hotelekben idejét múltató, kifinomult ízlésű, örökérvényű bölcsességeket puffogtató gazdagok hogyan reagálnak a terjedő hírre, miszerint Karl Lagerfeld olyan ruhákat tervezett, amelyek *olcsók*. A növekvő feszültséget és felháborodást végül az önmagát megszemélyesítő Lagerfeld oldja fel, mondván, hogy a hír igaz, de a hangsúly az ízlésen van, és „Ha olcsó vagy, úgy sem segít semmi.” („If you are cheap, nothing helps.”) (Renck 2004, sc. 1:57) (Fiáth 2022, 50)

A reklámfilm karikatúrisztikusan illusztrálja Herbert Spencer, angol szociológus már 1882-ben megfogalmazott gondolatait a divatról. Spencer volt az első szociáldarwinista gondolkodó, azaz ő alkalmazta először Charles Darwinnak az élettudományokban paradigmaváltó evolúciós elméletét a társadalmi változások értelmezésére. A divat fő mozgatórugójának a társadalmi hierarchiában feljebb lévők utánzását nevezte meg – a külsőségek szintjén, és az utánzások sokaságának eredményeként társadalmi kiegyenlítődést vizionált: „A divat először utánozván a magasabb rangúak fogyatékosait, később más jellemzőit, mindig egyenlősítésre törekszik. Mindeközben arra szolgál, hogy elhomályosítsa, végül elmossa az osztálykülönbségeket, kedvez az egyéniség kibontakozásának, és ezáltal segíti az egyéniség alárendeltségével járó szertartásosság gyengítését.” (Spencer 1982, 37) (Fiáth 2022, 50)

Ha a divat a felsőbb rétegek felől „szivárog” az alsóbb rétegek felé (A gazdasági jelenségként már ismert kifejezést a *Harper's Bazaar* magazin hasábjain használták először a divat területén is (Barber és Lobel 1952) (Appleford 2021, 47), akkor az ebbe a rendszerbe beavatkozó Lagerfeld (a H&M segédletével) a divatvilág Robin Hoodjaként értelmezhető: a gazdagok stílusát a szegényeknek adja, így gyorsítva az egyenlősődést: a külsőségeken keresztül (ízlésen alapuló) felzárkózást kínálja mérsékelt, azaz elérhető áron. Mindezt pedig a társadalom felsőbb rétegei fenyegetésként élik meg: a státuszuk elvesztésétől vagy legalábbis leértékelődésétől tartanak.

Legalábbis így konstruálja meg a reklámfilm a jelenség preferált interpretációját, hogy a hirdetett termékek iránti érdeklődést és vágyat felkeltse (Fiáth 2022, 50)

Ez a fennkölt, Robin Hood-i gondolat azonban a valóságban több ponton is sérült már ezzel az első kollekcióval kapcsolatban és az azóta megvalósult együttműködések kapcsán is: egyrészt az egyes darabok jóval drágábbak, mint a H&M-ben általában kapható ruhadarabok, másrészt a Lagerfeld-kollekció Párizsban percek alatt, a világ többi H&M boltjaiban pedig néhány nap alatt elfogyott (Kenna 2010), harmadrészt a kollekció limitáltsága miatt ezek a ruhadarabok a műtárgyakéhoz hasonló életre keltek és kelnek minden új kollekció megjelenésekor: érintetlenül maradnak és egyre magasabb áron cserélnek gazdát az idő múlásával. Tehát a kevésbé tehető vásárlóknak csak egy nagyon limitált köréhez tudtak eljutni a termékek és semmiképpen nem emelték őket az elit körébe, legfeljebb ezek az új termékek kitermelték a fogyasztási cikkeknek egy újabb körét, amiért lehet rajongani vagy éppen elutasítani azt, és ami a társadalom középső rétegein belül további rétegződéshez járul hozzá (Fiáth 2022, 50–51).

Az egyenlősödés tehát csak a marketingkommunikáció által sugalmazott üzenetben jelenik meg, a reklámfilm pedig vizualizálja és ezzel megteremti vagy újratemti a mítoszt, ami ebből az egyenlősödés iránti vágyból táplálkozik. Az alacsonyabb rétegek számára azonban nem biztosít tényleges belépést az irigyelt rétegek tagjai (a valódi, teljes árú Karl Lagerfeld-ruhák vásárlói) közé, a tehetősek státuszára irányulóan pedig nem jelent fenyegetést, veszélyt egy ilyen kollekció. Csupán annyit tud tenni, hogy a külsőségek – azaz a reklámfilmekben is emlegetett stílus – szintjén *felületi*, és egy nagyon rövid ideig vélelmezett egyenlőséget kínál (Fiáth 2022, 51).

## 5.2. Amit a barlangból látunk

Az internet mint globális agóra és piacter és az életünket felgyorsító digitális technológiák megjelenése és elterjedése óta egyre többször sütjük rá a „demokratizálódás” bélyegét a környezetünkben tapasztalt jelenségekre – reménykedve, hogy az majd elhozza a szép, új demokratikus világot. A bolygónk népességének rohamos növekedése és a digitalizálódás ténylegesen felgyorsította, felnagyította és láthatóbbá tette ezeket a folyamatokat, de az észlelt jelenség sem *nem új*, sem *nem vezet egyenlősödéshez*. Csak a barlangban, amiben vagyunk, a barlangon kívüli világból érkező fények és árnyékok alapján így értelmezzük a látottakat – mint Platón barlang hasonlatában (Platón, é. n., VII:514a-b).

Alexis de Tocqueville fiatal francia arisztokrataként utazott Amerikába 1831-ben, hogy tanulmányozza az Újvilág rendjét, amelyben hazája jövőjét látta. 1835-ben megjelent könyve első oldalain így ír: „Átfutva történelmünk lapjain, az elmúlt hétszáz évben úgyszólván egyetlen olyan eseménnyel sem találkozunk, amely ne vált volna az egyenlőség javára. A keresztes hadjáratok és az angolokkal vívott háborúk megtizedelik a nemességet és szétforgácsolják a földbirtokait; a községi önkormányzat intézménye a feudális monarchiába vezeti be a demokratikus szabadságot; a tűzfegyverek feltalálása egyenlővé teszi az alacsonyrendűt és a nemest a csatatéren; a könyvnyomtatás egyforma esélyt kínál az értelmük számára; a posta eljuttatja a felvilágosultságot a szegény kunyhójának küszöbére éppúgy, mint a palota bejáratához; a protestantizmus azt hirdeti, hogy minden ember egyformán megélheti az égbe vezető utat. A feltároló Amerika ezernyi új lehetőséget kínál a vagyonszerzésre, és a

sötét kalandor is szabadon szerezhethet gazdagságot meg hatalmat.” (Tocqueville 1983, 16–17) (Fiáth 2022, 51)

Tehát a tűzfegyverek, a könyvnyomtatás és a posta olyan találmányok, amelyek társadalmi egyenlőséget kínálnak Tocqueville szerint. 1975-ben Andy Warhol – amerikai polgárként, tehát Tocqueville távolról érkező külső nézőpontjához képest belső szemlélőként az amerikai kultúrában – ezt már így látta: „A legnagyobb szerűbb ebben az országban az, hogy Amerika teremtette meg annak a tradícióját, hogy a leggazdagabb fogyasztók ugyanazt vásárolják, mint a legszegényebbek... tudod, hogy az elnök Coke-ot iszik, Liz Taylor Coke-ot iszik, és hogy te is azt iszod. Hiába van több pénzed, nem kapsz érte jobb Coke-ot, mint az a csöves, aki a sarkon szürcsöli. Mindegyik Coke ugyanolyan, és mindegyik jó. Ezt tudja Liz Taylor, tudja az elnök, tudja a csöves, és tudod te is.”<sup>57</sup> (Warhol 2004, 108) (Fiáth 2022, 51)

1996-ban, egy a Wired magazinban adott interjúban Steve Jobs, akkor még csak az Apple számítógépeket (és még nem az iPod-okat és iPhone-okat) gyártó cég vezetőjeként így fogalmazott: „Ha azt nézzük, hogy miket csináltam eddig az életben, mindegyik dologban ott van a demokratizálás. Az internet egy elképesztő demokratizáló erő. Egy kis cég olyan nagynak tűnhet a neten, mint egy nagyvállalat. A nagy cégek százmillió dollárokat költenek most, hogy kiépítsék az elosztási csatornáikat. A net pedig teljesen el fogja törölni ezt az előnyüket.”<sup>58</sup> (Wolf 1996) Jobs 2011-ben bekövetkezett halálakor a róla megemlékező cikkek pedig méltatták az információ újraelosztásához való hozzájárulásáért (Koehn 2011), a digitális tipográfia demokratizálásáért (McHugh 2011) és – úgy általában, nem specifikusan – a technológia forradalmasításáért és demokratizálásáért (Kekeh 2011) (Fiáth 2022, 52).

Az ezredforduló trendjeit mutatja Thomas L. Friedman Pulitzer-díjas amerikai újságíró 1999-ben megjelent *The Lexus and the Olive Tree – Understanding Globalization* (A Lexus és az olajfa – A globalizáció megértése) c. könyve is, amelyben a globalizáció kialakulását és karakterisztikáját elemezte, kiváltó okaként pedig a technológia demokratizálódását (konkrétan a számítógépes és telekommunikációs innovációkat, a miniatürizálást, a tömörítést és a digitalizálást (Friedman, 1999, 67)) nevezte meg, mely szerinte a pénzügyeink demokratizálódását, majd az információ demokratizálódását is eredményezte (Friedman, 1999). Lawrence Grossmant, az NBC News korábbi elnökét idézi a könyvben, aki így foglalta össze a technológia „demokratizálódását”: „A könyvnyomtatás mindannyiunkból olvasót csinált. A lapkiadás kiadót. A televízió nézőt. A digitalizálódás pedig műsorszolgáltatót.”<sup>59</sup> (Friedman 1999, 71) (Fiáth 2022, 52)

2013-ban jelent meg magyarul (angolul már 2012-ben) a nagysikerű Hosszú farok c. könyv (Anderson 2006) szerzőjének, Chris Andersonnak a *Kreátorok* (angolul *Makers*) c. könyve.

---

<sup>57</sup> “What's great about this country is that America started the tradition where the richest consumers buy essentially the same things as the poorest. You can be watching TV and see Coca-Cola, and you can know that the President drinks Coke, Liz Taylor drinks Coke, and just think, you can drink Coke, too. A Coke is a Coke and no amount of money can get you a better Coke than the one the bum on the corner is drinking. All the Cokes are the same and all the Cokes are good. Liz Taylor knows it, the President knows it, the bum knows it, and you know it.”

<sup>58</sup> “If you look at things I've done in my life, they have an element of democratizing. The Web is an incredible democratizer. A small company can look as large as a big company and be as accessible as a big company on the Web. Big companies spend hundreds of millions of dollars building their distribution channels. And the Web is going to completely neutralize that advantage.”

<sup>59</sup> “‘Printing,’ he says, ‘made us all readers. Xeroxing made us all publishers. Television made us all viewers. Digitization makes us all broadcasters.’”

Anderson szerint a design, az alkotást is elérte a demokratizálódás: „Mindannyian kreátorok vagyunk. [...] A kötögetés és a varrás, albumok összeállítása újságkivágásokból, a gyöngyfűzés, valamint a keresztöltés – mind-mind az „alkotás” egy formája.” (Anderson 2013, 24) A digitális technológián alapuló DIY (Do it yourself!, azaz Csináld magad!) mozgalom és a kreátorok új generációjának érkezése és kibontakozása kapcsán Anderson úgy látta, hogy az internet demokratizáló ereje után eljött a kézzelfogható, anyagba öntött tárgyak megalkotásának demokratizálódása, ami széleskörű emancipációt hoz: „Az internet korában az, hogy a csináld magad punkmozgalom magáévá tette a termelési eszközöket, oda vezetett, hogy hétköznapi emberek is használni kezdték a kiadványszerkesztőket, majd a honlapokat, aztán a blogokat, most pedig a közösségi médiát. A független kiadók bakelitlemezeit felváltották a YouTube-ra feltöltött videoklipek. A négysávos magnókból nőtte ki magát a ProTools digitális zeneszerkesztő és az iPad több zenei alkalmazása. A garázszenekarokból pedig az Apple GarageBand szoftvere.

Ma, három évtizeddel később azon kapom magam, hogy gondolataim vissza-visszatérnek nagyapám garázsába. Ez nem nosztalgia, és nem is gondoltam meg magam a digitális forradalom kapcsán. Mindössze arról van szó, hogy a műhelyeket a valódi dolgok rejtekhelyét is elérte a digitális forradalom, és ott még nagyobb hatást fejthet ki. Nemcsak magukat a műhelyeket (bár manapság ezek is kezdenek egyre menőbbé válni), de mindazt, amire a hétköznapi ember rendkívüli eszközökkel a fizikai világban képes lehet.” (Anderson 2013, 23–24)

Ugyanabban az évben, 2013-ban Alastair Parvin – a nyílt forráskódú, bárki által megépíthető ház, a Wikihouse megálmodója – TED talk-jában egy új korszak kezdetét vázolta fel: „Ha a 20. században a design nagy teljesítménye a fogyasztás demokratizálása volt – úgy mint, Henry Ford, Levittown, Coca-Cola, IKEA – azt gondolom, hogy a 21. században ez a nagy teljesítmény a gyártás demokratizálása.”<sup>60</sup> (Parvin 2013)

2019-ben jelent meg Branko Kolarevic és José Pinto Duarte szerkesztésében a *Mass Customization and Design Democratization* (Tömeges testreszabás és a design demokratizálódása) c. tervezői esszékötet, amely a 2017-ben Philadelphiában szervezett kétnapos szimpóziumuk eredményeit összegzi. A kötet – a szerkesztők szándéka szerint – a tömeges testreszabás és a design demokratizálódásának történelmi, jelenlegi és jövőbeli dimenzióit vizsgálja különböző területeken, beleértve az üzleti életet, az ipart, a design, az építészetet és az urbanisztikát. Bemutatja az alapvető technológiákat és tervezési megközelítéseket, miközben számos példát hoz a kiemelkedő tervező cégek, gyártók és gondolkodók élvonalbeli munkáiból a tömeges testreszabás és a parametrikus tervezés területén (Kolarevic és Duarte 2019). A kötetben szerepel Philippe Starck egy ebben a disszertációban már hivatkozott esszéje is, bemutatkozásában pedig a demokratikus design „egyik úttörője és az egyik legjelentősebb alakja”-ként szerepel, aki most éppen új csatát vív a „demokratikus építészetről” és a „demokratikus ökológiáért” (Kolarevic és Duarte 2019, 270).

Ezen példák mindegyike azon a hiedelmen alapul és azt ünnepli, hogy a tömeggyártás által biztosított tömegfogyasztás társadalmi egyenlőséget teremt – vagy legalábbis fellazít néhány

---

<sup>60</sup> “If design's great project in the 20th century was the democratization of consumption – that was Henry Ford, Levittown, Coca-Cola, IKEA – I think design's great project in the 21st century is the democratization of production.”

korlátot: ha nem is teljesen egyenlővé, de egyenlőbbé tesz embereket. A technológia és a design tehát olyan új termékeket, fogyasztási cikkeket hoz létre és ad a társadalomnak, amely egy jobb, egyenlőbb – demokratikusabb – jövőt teremt. A „demokrácia” (és annak minden ragozott alakja) pedig egy olyan szó, amihez az emberek többsége pozitív értékeket köt, ahogy Amartya Sen Nobel-díjas közgazdász fogalmazott: „olyan egyetemes érték, amelyet az emberek bárhol okkal tekinthetnek értékesnek” (Sen 1999). Tehát ha „demokráciá”-val címkézünk fel egy jelenséget, az egészen biztosan inkább pozitív konnotációkat hív elő az emberekben, sőt magasztos szintre emeli azt, és hátráltatja, lassítja a kritikájának lehetőségét.

### 5.3. Demotikus fordulat

2010-ben Graeme Turner ausztrál kultúra- és médiakutató *Ordinary People and the media – The Demotic Turn* (A hétköznapi emberek és a média – A demotikus fordulat) c. könyvében a kortárs médiában tapasztalt hasonló jelenségek kritikáját fogalmazza meg. Külön fejezetekben elemzi a bulvármédia és celebritáskultúra, a valóság show-k, a blogok és személyes honlapok, a betelefonálós rádióműsorok és a Youtube-tartalmak (közösségi médiáról még egy szót sem szól) kortárs tendenciáit, amelyek kapcsán úgy tűnhet, hogy egy demokratizálódási folyamat zajlik: a korábban erősen elzárt, hierarchikus intézményrendszerek a médiában nemcsak közel engedik a „hétköznapi embereket” a tartalomkészítéshez, de kifejezetten meg is hívják őket (Fiáth 2022, 53).

Turner a „demokratikus fordulat” vagy „demokratizálódás” kifejezések használata helyett a „demotikus” (azaz népi) fordulat megnevezést javasolja. A két legfőbb érve pedig az, hogy bár a média kapui valóban kinyíltak, a változások továbbra is a mediaszolgáltatók profitorientált érdekei mentén zajlanak le, és nem a közérdeket szolgálják, nem a társadalmi vagy esélyegyenlőség felé vezetnek. Sőt az ily módon felemelkedést kínáló show-k a résztvevők önként aláírt kizsigerelésével, személyiségi jogaikról való lemondással és sokszor megalázásával generálnak nézettséget és profitot – gondoljunk csak a tehetségkutató versenyek nem olyan tehetséges, köznevetség tárgyává tett jelentkezőire! Valamint – másik érvként – felhívja a figyelmet arra, hogy a médiában való szerepléshez, a tartalmak gyártásához való szélesebb körű hozzáférés nem jelent szélesebb körű és tudatosabb részvételt a közügyekben, nem járul hozzá a demokratikus állami működés kiterjesztéséhez sem, sőt sokszor az ellenkező irányú manipuláció, azaz a közügyekben való nem részvétel elősegítője (Turner 2010) (Fiáth 2022, 53).

A fentiek természetesen akkor érvényesek, ha a „demokratizálódás” címkétől elvárjuk azt, hogy a közérdeket szolgálja, és a közügyekben való szélesebb körű részvétel és a társadalmi egyenlőség és igazságosság irányába mutasson. Turner nem fogalmazza meg, hogy ő mit ért „demokratizálódás” alatt, csupán vitába száll azzal az elképzeléssel, amely a széleskörű hozzáférést (a médiában szerepléshez és a tartalomelőállításához) automatikusan a demokratikus politikai működéshez köti (Turner 2010, 12). Az egyenlőség és az inkluzív bánásmód a társadalom különböző nemű, etnikumú, identitású szereplői felé – vagy legalábbis az ezekre való törekvés – fontosságának kiemelése visszatérő elem a könyvében. A „demotikus fordulat” kifejezés ajánlásával a „demokratizálódás” helyett pedig azt hangsúlyozza, hogy éppen ezek hiányoznak a folyamatból, és így a szóhasználat félrevezető (Fiáth 2022, 53).

## 5.4. Diffúzió

A „demokratizálódás” címke érthető, hiszen az idézett szerzők, kritikus gondolkodók – abból a korukba és kultúrájukba ágyazott nézőpontból, amiből az észlelt jelenséget látták – az emberiségbe és a jövőbe vetett optimista hittel egyenlősödési, azaz a korábbi hierarchikus struktúrák alapját adó korlátokat leépítő folyamatnak látták. Everett M. Rogers diffúziós elmélete és a divat terjedését vizsgáló megközelítések azonban adnak egy más perspektívát.

Everett M. Rogers amerikai szociológus *Diffusions of Innovations* (Az innovációk diffúziója) (E. M. Rogers 2003) (magyarul: Dessewffy és Galáczy 2003) c. könyve először 1962-ben jelent meg, utoljára pedig 2003-ban, az eredeti könyv ötödik kiadásaként – frissített tartalommal. Rogers nem demokratizálódásként, hanem újdonságok diffúziójaként, terjedéseként látta és címkézte az általa vizsgált folyamatokat, de kitér az egyenlőség kérdéseire is. Újdonságnak (innovációnak) nevez bármely gondolatot, gyakorlatot vagy eszközt/tárgyat, amelyet az egyén vagy más adaptációs egység újnak ítél (E. M. Rogers 2003, 12), így elmélete egyaránt alkalmazható a Karl Lagerfeld tervezte ruhákra, a tűzfegyverekre, a könyvnyomtatásra, a postára, a kólára, a személyi számítógépekre, az internetre, a valóságshowkra, a blogokra vagy a Youtube-videókra (Fiáth 2022, 54).

Rogers a terjedést meghatározó négy fő tényező az (1) innováció, a (2) kommunikációs csatorna, az (3) idő, és a (4) társadalmi rendszer; ezek vizsgálatával érthetjük és jósolhatjuk meg az egyes újdonságok terjedésének ütemét (E. M. Rogers 2003, 9). Továbbá öt ún. adaptációs kategóriát határoz meg aszerint, hogy az adott csoporthoz tartozó egyének milyen hamar adaptálják az újítást. Az öt csoport és a hozzájuk tartozó arányok és az érintettek teljes köréhez viszonyítva: újítók (2,5%), korai adaptálók (13,5%), korai többség (34%), kései többség (34%) és lemaradók (16%) (Dessewffy és Galáczy 2003, 19) (Fiáth 2022, 54).

Az újítások terjedése tehát az innovátorok körében kezdődik, az ő kockázatvállalásukra és rendszerek közötti mobilitásukra nagy szükség van a folyamat elején – Rogers kapuőröknek nevezi őket. Ugyanakkor az újítók sokszor kívülről: az adott rendszer egyedeinek tiszteletét, elismerését nem birtokolják, a többség utánzási vágy helyett idegenkedve tekint rájuk. Így az adott innováció további terjedéséhez a véleményvezéreként működő korai adaptálókra van szükség, akiket az adott csoport tagjai ismernek és megbíznak bennük (E. M. Rogers 2003, 282). A „korai adaptálók általában iskolázottabbak, magasabb társadalmi státusszal és jövedelemmel rendelkeznek, valamint társadalmilag mobilabbak, mint az őket később követő társaik. Továbbá a legtöbb esetben empatikusabbak, kevésbé ragaszkodnak a megszokott, hagyományos értékekhez, hitekhez és racionálisabban gondolkodnak. A vizsgálatok szerint ezenkívül általában pozitívabban viszonyulnak a változásokhoz és a tudományhoz, jobbak a kockázatkezelési képességeik, valamint ambiciózusabb személyiségek. Ha a kommunikációs kapcsolatokat és viselkedést figyeljük meg, a korai adaptálókra jellemző, hogy több interperszonális kapcsolattal, külső kapcsolattal, tömegkommunikációs eszközökhöz való hozzáféréssel rendelkeznek, mint a kései adaptálók.” (Dessewffy és Galáczy 2003, 20) (Fiáth 2022, 54)

A csoportok tagjainak leírása is mutatja, hogy a terjedést erősen befolyásolja a társadalmi rendszer felépítése, amibe az újdonság érkezik, de Rogers külön kitér az innovációk státusszal kapcsolatos aspektusaira (E. M. Rogers 2003, 230), illetve az innovációk következményeit

vizsgáló részben az újdonságok terjedésének egyenlőségre gyakorolt hatására is. A státusszal kapcsolatban Gabriel Tarde századfordulós megfigyeléseire hivatkozik, aki szerint az innováció adaptálásának (Tarde szóhasználatában imitálásának) legfőbb motivációja a státuszszerezés (Tarde 1963) (E. M. Rogers 2003, 41) (Fiáth 2022, 54-55).

Egyes innovációk esetében ugyanis, mint például az öltözékek divatjának terén, a társadalmi presztízs szinte az egyetlen megszerezhető előny. Amikor pedig a közösség sok más tagja is adaptálta már az adott divatot, az veszít a presztízsből a korai adaptálók számára. Ez a fokozatos státuszvesztés pedig előhívja egy következő új divatos elem kialakulását. Sok öltözködésbeli, illetve erősen a külsőségekhez, látványhoz köthető divat (mint a hajviselet vagy az autók) csak múló hóbort: az olyan innovációk ugyanis, amelyek a kultúra relatív komolytalan aspektusát reprezentálják, gyorsan terjednek – legfőképpen státuszszerezés céljából, és gyorsan el is múlnak. Az egyének pedig különböznek abban, hogy a státuszszerezés mennyire motiválja az újdonság elsajátítását számukra. Az alacsony jövedelműeket például egyáltalán nem érdekli az öltözködési trendek követése; a státuszszerezés jellemzően az újítók, a korai adaptálók, a korai többség csoportok tagjai számára fontos és kevésbé a kései többség és a lemaradók számára (E. M. Rogers 2003, 230–31) (Fiáth 2022, 55).

Az innovációk következményeit vizsgáló részben az újdonságok terjedésének egyenlőségre gyakorolt hatására is kitér Rogers és kijelenti, valamint számításokkal alátámasztja, hogy az újdonságok általában az egyenlőtlenségek elmélyülését okozzák egy társadalmi rendszerben – ahelyett, hogy fellazítanák vagy lerombolnák őket. Külön fejezetet szentel ezért annak, hogy hogyan lehet beavatkozni azért, hogy a társadalom magasabb státuszt birtokló rétegeinek információ- és erőforrástöbbletből adódó előnyét kompenzáljuk az alacsonyabb státuszú rétegek javára (E. M. Rogers 2003, 456) (Fiáth 2022, 55).

## **5.5. Társadalmi státusz és divat**

Rogers felhívja a figyelmet arra, hogy a státuszszerezés mint motiváció az innováció adaptálására még nem egy megfelelően feltárt terület a diffúzióval kapcsolatos kutatások terén. A nehézséget pedig az jelenti, hogy az önbevalláson alapuló módszerek minden bizonnyal alulbecsülik a jelentőségét, ezért más mérési módszerekre van szükség (E. M. Rogers 2003, 231). Ugyanakkor kutatásai alapjaként nem ad széleskörű áttekintést a témában született eredményekről. A francia Gabriel Tarde és a német Georg Simmel szociológusok, illetve a brit és német-osztrák diffúzionisták (neveket nem említ) századforduló körüli munkáira alapoz, Simmelnek pedig csak az „idegenről” szóló gondolatait emeli be, más írásait – például a divattal foglalkozó írását – nem (E. M. Rogers 2003, 40–42) (Fiáth 2022, 55).

A diffúzió egyenlősödést vagy státuszszerezést okozó lehetséges kimenetelének vizsgálatát ezért kiegészítem Simmel 1911-ben megjelent *A divat* c. írására támaszkodva (Simmel 1973). A divat másoláson alapuló terjedési mechanizmusában ugyanis ő is látta a potenciált az egyenlősödésre: „a divatok mindig osztályok divatjai, a felső rétegek divatja különbözik az alsó rétegektől, s abban a pillanatban elhagyják, míhelyt az utóbbiak megkezdik elsajátítását. A divat ezért nem egyéb, mint az élet azon számos formájának egyike, amelyekben egységes cselekvéssé fogjuk össze a társadalmi egyenlősítés tendenciáját az egyéni különbözőségekre és változásra irányuló törekvéssel.” (Simmel 1973, 476) (Fiáth 2022, 55-56).

Ugyanakkor a folyamat végén az egyenlőség megszűnését látta: „A divat lényege az, hogy mindig csupán a csoport egyik része hódol neki, az összesség azonban csak útban van felé. Amint teljesen érvényre jutott, vagyis mihelyt valóban kivétel nélkül mindenki azt teszi, amit eredetileg csak egyesek tettek – ez történt az öltözködés és az illemszabályok egyes elemeinek esetében –, akkor már nem beszélünk divatról. Az elterjedés révén a divat saját megszűnése felé halad, miután éppen e terjedés szünteti meg a különbözőséget. A divat ezért a jelenségek azon típusához tartozik, amelyek egyre korlátlanabb elterjedésre, önmaguk egyre tökéletesebb megvalósítására törnek, de ennek az abszolút célnak az elérésével önmagukkal kerülnek ellentmondásba és megsemmisülnek.” (Simmel 1973, 483–84) (Fiáth 2022, 56)

Simmel tehát szintén megnevezi az utánzás státuszszerző motivációját, de felhívja a figyelmet arra, hogy ez egy sziszifuszi harc: a másolással az egyenlőséget akarjuk elérni, de amikor elérhető (lenne) a cél, akkor az adott dolog megszűnik státuszjelölőként működni, és a rendszer a folyamat közben új kódot, új státuszjelölőket hoz létre, a korábbi kód értelmét veszti, az új pedig ismét elérhetetlen – így az egyenlőség nem tud megvalósulni. Éppen úgy, ahogyan Rogers leírta: a könnyen, gyorsan másolható innovációk gyorsan terjednek, de gyorsan el is tűnnek (E. M. Rogers 2003, 230–31) (Fiáth 2022, 56).

Tarde, Spencer és Simmel írásai több mint százévesek, Rogers diffúziós elmélete immár hatvanéves. Régeinek, elavultnak tűnhetnek, feltételezhetnénk, hogy azóta sokat változtak ezek a folyamatok. Katherine Appleford 2021-ben megjelent *Classifying fashion, fashioning class* (A divat osztályozása, osztályok divatja) c. könyve empirikus kutatásra alapozva mutatja meg azonban, hogy érdemi változások nem történtek. A könyv zárómondata és így fő üzenete: „Úgy tűnik, hogy a divatban az osztálykülönbségek még nem tűntek el, és nem is valószínű, hogy egyhamar eltűnnek.”<sup>61</sup> (Appleford 2021, 204)

Appleford átfogó szakirodalmi kutatást végzett, valamint 53 18 és 70 év közötti angliai nővel vett fel félig strukturált interjúkat (Appleford 2021, 7). Könyve áttekinti a kortárs divat „pluralista, policentrikus és perszonális” (pluralist, polycentric and personal) rendszerét (Appleford 2021, 52), amelyben az elérhető árú *fast fashion* termékek és a divat sokféle jelenlétének (internetet, divatmagazinokban, blogokon, vlogokban, podcastekben, közösségi médiában, stb.) hatására a divat ma már ugyanannyira „felpezseg”, és „keresztbe szivárog” mint amennyire az elit felől leszivárog (Appleford 2021, 60). Kutatása alapján azonban arra jut, hogy Simmelnek az a tézise, hogy a divatot az összetartozás és az elkülönülés kifejezése motiválja, még mindig működik (Appleford 2021, 61). „Továbbá a divat demokratizálódása ellenére a brit nők az öltözködést még mindig az erkölcsi jellem mércéjeként használják. A mindennapi életük során látott és megismert idegeneket a viseletük alapján értékelik és helyezik el, és az öltözködésük alapján feltételezésekkel élnek mások cselekedeteit, értékrendjét és hozzáállását illetően. Az öltözködés olyan finom jellemzőit, mint a szín, a szabás, a részletek és a minőség, a nők továbbra is az osztályhelyzet és a tiszteletre méltóság jelölőjeként használják, miközben saját öltözködésüket ugyanezen szempontok alapján értékelik és ez alapján helyezik el magukat.”<sup>62</sup> (Appleford 2021, 86)

---

<sup>61</sup> “Class distinctions in fashion do not appear to have disappeared yet, and it is unlikely that they will wane any time soon.”

<sup>62</sup> “Moreover, despite fashion’s democratisation, British women still use clothing as a measure of moral character. They evaluate and place strangers who they see and meet in the course of their daily lives on the basis of what they are wearing, and they assume actions, values and attitudes of others on the basis of their attire. Subtle

A mechanizmus tehát már nem annyira egyszerű mint Simmel leírásában, azaz hogy mindenki a társadalomban felette lévőket másolja. Appleford meglátása szerint, míg a középosztálybeli nők számára a divat követése egyértelműen a munkásosztálybeli státuszt jelzi, addig a munkásosztálybeli nők azt, hogy részt vehetnek a divatban és a divat elérhető számukra is, úgy értelmezik, hogy az már nem az osztálykülönbség jelzésére szolgál. Ugyanakkor ugyanezen munkásosztálybeli nők számára a divatmárkák és -címkék nagyfokú ismertsége, valamint a divattal kapcsolatos ismeretek, például hogy hol árulják a divatcikkeket és mennyibe kerülnek, azt jelenti, hogy a divat továbbra is a gazdagság és a státusz jelzője. A demokratizálódás így ahelyett, hogy elmosná az osztálykülönbségeket, inkább nyilvánvalóvá teszi mások gazdagságát. Míg a divat perpcionálisan egyre sokfélebbé és befogadóbbá válik, ezen a befogadáson belül új megosztottságok jelennek meg (Appleford 2021, 160–61). Appleford kiemeli, hogy nem arról van szó tehát, hogy egyedül az osztálybeli helyzet vagy az osztályidentitás határozná meg az egyes nők divatgyakorlatait és ízlését a divatban (ahogyan azt Simmel leírja), hanem arról, hogy az osztályhelyzet nagyon erős befolyással bír a rendszerre (Appleford 2021, 61).

## 5.6. Máté-effektus

Appleford empirikus kutatása csupán 53 angol nővel készített interjúra szorítkozik, így felveti a kérdést, hogy földrajzilag, kulturálisan, nemek szempontjából mennyire kiterjeszhető, mégis arra mutat példát, amit Pierre Bourdieu francia szociológus magyar nyelven megjelent tanulmánykötete címekeként is kiemelték a szerkesztők: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése* (Bourdieu 1978). Appleford kutatása illusztrálja, hogy a divat terén a demokratizálódásnak vélt jelenségek, változások megbolygatták ugyan a társadalmi szerveződést, de végső soron társadalmi mobilitást nem eredményeznek, csak a mobilitás lehetőségét, ígéretét nyújtják. Kitérték az ajtókat, kiszélesítették a játékkeret, amiben alsóbb társadalmi osztályok is részt vehetnek, de a vagyoni különbségből fakadó különbségek továbbra is jelen vannak, csak más formát öltenek és még komplexebb rétegződést eredményeznek.

Bár kritikusan kezeli és aktualizálja, Appleford munkája nagyban hagyatkozik Bourdieu munkáira. Bourdieu tőkeelmélete pedig Rogers téziseit is alátámasztja. Bourdieu tőkeelmélete szerint a tőke az, amivel magasabb pozícióhoz lehet jutni a társadalomban és háromféle formát ölthet: gazdasági, kulturális, társadalmi. A gazdasági tőke pénzként manifesztálódik, a hagyományos tőke fogalomnak feleltethető meg. A kulturális tőke inkorporált (az egyén által elsajátított tudás, készségek formájában), tárgyasult (az egyén által birtokolt kulturális javak formájában, pl. könyvek) és intézményesült formában (a szakavatott bizottságok által szentesített megszerzett tudás, pl. diploma) létezhet. A társadalmi tőke az ismeretségeket, kapcsolatokat, csoportokhoz tartozás által keletkező tőke, ami által az egyén más emberek tőkéjéből is részesül (Angelusz, Éber, és Gecser 2010, 156–63).

A tőke minden fajtája alapvetően munkával, azaz befektetett, dedikált idővel és energiával keletkezik. A gazdasági tőke örökölhető, átruházható, ellopható, így akár gyorsan és munka nélkül is megszerezhető, de a társadalomban való működésünket a kulturális és a gazdasági

---

features of dress such as colour, cut, detailing and quality continue to be employed by women as indicators of class position and as a measure of respectability, while these same aspects of their own dress also work to evaluate and place them.”

tőke is erősen meghatározza és ezek kultiválása időbe telik (Angelusz, Éber, és Gecser 2010, 163–65).

A design által kínált javak, és általában a fogyasztási cikkek képezhetik az egyén gazdasági tőkénének alapját, de ahogy Bourdieu is rámutat, az emberek közösségeit, a társadalom különböző csoportjait a hasonló ízlés köti össze, amelyet munkával, befektetett idővel és energiával integrálnak és tükröznek vissza. Appleford elemzései megmutatják, hogy a divat demokratizálódásnak hívott folyamataiban eltűntek bizonyos korlátok, a stílushoz, a jólöltözöttséghez ma már bárki hozzáférhet, de míg a magasabb státuszúak „készen” és magas áron megveszik az ezt tükröző ruhadarabokat, az alacsonyabb státuszúaknak „ügyeskedni” kell, azaz elveszik a jólöltözöttség formai attribútumait és megpróbálnak olcsóbban előállítani valami nagyon hasonlót. Tehát munkával kompenzálják a gazdasági tőke (és az azzal járó státusz) hiányát, közben pedig egyrészt tudást halmoznak fel az árakról, márkákról, lelőhelyekről, anyagokról, fazonokról, stb., másrészt erősen tudatosul bennük az árbeli és így státuszbeli különbségük, mert az így felhalmozott tudásukat is „csak” a saját rétegükben tudják értékesíteni, a vágyott, utánzott magasabb rétegekben nem. Időnként akadnak olyan esetek, amikor ezt a tőkét értékesnek találja az elit és „beengedi” az egyént – ezek a történetek általában nagy sajtónyilvánosságot is kapnak, a széleskörű társadalmi mobilitás lehetőségéhez képest ezek a történetek csak a ritka kivételek.

Demokratizálódás helyett tehát sokkal inkább jellemző a megfigyelt jelenségekre a Máté-effektus vagy Máté-hatás. Máté Evangéliumában írja ugyanis, hogy: „Mert akinek van, annak adatik, és bővelkedik, akinek pedig nincs, attól az is elvétetik, amije van.” (Mt 13,12;25,29) Everett M. Rogers kimutatta, hogy az újdonságok – ellenirányú beavatkozás nélkül – csak mélyítik a meglévő társadalmi, státuszbeli egyenlőtlenségeket, Pierre Bourdieu empirikus és elméleti munkássága is rámutatott a társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődésére; Katherine Appleford élt a feltételezéssel, hogy a kortárs brit divatban talán már nem meghatározó ezek a hierarchikus rétegződés, de az empirikus kutatásai megcáfolták ebben. Annak megoldása tehát, hogy a kultúránkban megjelenő innovációk – legyenek azok könnyen, gyorsan másolható felületi elemek vagy paradigmaváltó új technológiák – tényleges demokratizáló hatással bírjanak, még egy előttünk álló feladat.

## 5.7. Összefoglalás

Elsősorban tehát a címkézéssel van a probléma. Érthető, hogy a tapasztalt jelenségekben megláttuk, meglátjuk a hierarchikus struktúrák átrendeződését, a belépési korlátok leépülését, a szélesebb körű hozzáférést, az egyenlősödés lehetőségét. Tocqueville ilyen hatást tulajdonított a tűzfegyvereknek, a postának, a könyvnyomtatásnak, Steve Jobs az ezredfordulón a számítógépeknek és az internetnek, Chris Anderson a digitális gyártásnak, a H&M kampánya a Karl Lagerfeld kollekciónak. Mégsem érdemes összekötnünk ezt a jelenséget a demokráciával, mert sem politikai, sem társadalmi szempontból nem teljesíti be a demokrácia szó ígéretét.

Az innovációknak – a státusz, így a társadalmi egyenlőség szempontjából – azonban kétféle csoportja van: az egyik a könnyen, gyorsan másolható, így csak a felszínen, a külsőségek szintjén újító típusa (ezt nevezzük általában divatnak), és a valódi hozzáadott értéket képviselő, tényleges emberi problémákat megoldó, az életet megkönnyítő újítások köre.

Könnyű meglátni a design szerepét mindkét csoportban: Gui Bonsiepe a „csomagolás” típusú és az „intelligens problémamegoldás” típusú designt állította szembe (Bonsiepe 2006), a *First Things First* manifestók pedig egyensúlyra vágytak a design mint frivol fogyasztási cikkek tervezésére és mint a társadalom és a kultúra számára hasznos elemek előállítására szolgáló tevékenység között.

A kétféle csoport terjedése különbözőképpen zajlik. A könnyen, gyorsan másolható, felszíni innovációk felbukkannak a társadalom egy pontján (általában a magasabb rétegekben, de a kortárs társadalmunk és a kultúránk ennél komplexebb és gazdagabb, így gyakorlatilag bárhol felbukkanhatnak) és gyors terjedés után gyorsan el is halnak. A mélyreható innovációk terjedése lehet gyorsabb vagy lassabb ütemű, de idővel a társadalom minden rétegéhez, az adaptálók minden csoportjához elérnek és új sztenderdeket állítanak fel, az egyenlőtlenségek lebontása helyett a társadalmat együttesen viszik előbbre: a mosógép, az internet először előnyöket biztosított a birtoklóinak és használóinak, a folyamat végén azonban a hétköznapi élet alapfeltételeiként léteznek.

A könnyen, gyorsan másolható innovációk a külsőségek szintjén, a felszínen hozhatnak látszólagos egyenlőséget, ez azonban az egyenlőségnek is csak a felszíne. Az, hogy az amerikai elnök ugyanazt a kólát issza, mint bárki vagy a H&M-ben olcsóbban is lehet Karl Lagerfeld által tervezett ruhát vásárolni az egyenlősődésnek csak az illúziója, ígérete – egy rövid ideig tartó jó érzés, amit a márkakommunikációt, a brandinget kiszolgáló design hitet el a vásárlókkal.

A valódi innovációk terjedésének pedig van egy kritikus szakasza, amikor az újdonságok már nemcsak a Rogers elmélete szerinti „újítók” vagy „innovátorok”, a társadalmi rétegződésben pedig az elit körében elérhetőek, hanem elérték a „korai adaptálók”, sőt a „korai többség” körét, vagy a társadalmi középosztályt, esetleg a munkásosztályt. Ez az a szakasz, amikor ezt a terjedést „demokratizálódásnak” látjuk: úgy érzékeljük, hogy az eddig zárva tartott kapuk kinyílnak, esély van a hierarchikus struktúrák lebontására. Ez az a kritikus szakasza a terjedésnek, amikor a közvéleményt domináló középső része a társadalomnak hozzájut valamihez, amihez korábban nem – és ezt ünnepli. Nem szabad azonban elfelejteni, hogy a folyamat halad tovább és bár úgy tűnik, hogy a társadalom egy széles rétege utolérheti a státuszban felettük állókat, és hozzájut a kiváltságaikhoz, ez csak nagyon kevés esetben történik meg ténylegesen, helyette az innovációk terjedése halad tovább a „kései többség” és a „lemaradók”, illetve a társadalom marginalizált rétegei felé.

Nem lehetetlen azonban „meghackelni” a rendszert: a társadalmi mobilitás, az egyenlősődés kulcsa az, hogy az innovációk ahhoz járuljanak hozzá, hogy a birtoklók, elsajátítók olyan kimenetet tudjanak előállítani, ami közvetlenül gazdasági tőkéhez juttatja őket vagy érték a felsőbb rétegek, körök számára és így bebocsátást nyer általa az egyén. Az előbbire lehet példa az Uber és Airbnb platformok, az utóbbira pedig Justin Bieber popsztár esete, akit a Youtube-ra feltöltött dalainak köszönhetően fedeztek fel, Margaret Zhang, aki divatbloggerből lett a Vogue China főszerkesztője, vagy Khaby Lame, aki a Tiktokra feltöltött videóival szerzett magának világhírnevet és tetemes vagyont. A design és innovációk biztosítottak olyan platformot számukra, amivel tőkét tudtak felhalmozni. Ezek és az ehhez hasonló történetek azonban a különleges kivételeket képezik, nem az általános tendenciákat. A design azonban partner lehet

abban, hogy több ilyen történet legyen – és ha erre képes, akkor bátran nevezhetjük demokratizáló erejűnek.

Egy-egy termék, design végtermék tervezése, piacra dobása esetében a fenntarthatósági megfontolásból beszélünk „bölcsőtől bölcsőig”, teljes életciklusra való tervezésről, a demokrácia vonatkozásában a tervezés során érdemes végiggondolni és így hagyni, hogy a terv alakítására hatással legyen az is, hogy az adott termék milyen életpályát tud befutni a terjedése kapcsán és annak milyen hatásai lehetnek hosszú távon.

## 6. Konklúzió

A design és a demokrácia diskurzusa a designkultúra tudományban tehát mind a design, mind a demokrácia fogalmának tág és sokelemű értelmezési köre miatt igen széttartó, sokféle irányt, interpretációt befogadó terület.

A design ipari forradalom óta tartó, a tömeggyártás és tömegfogyasztás megjelenéséhez és elterjedéséhez köthető története során azonban – kis mértékben ugyan – de végig jelen volt. Az elmúlt öt-tíz évben nagyobb számban szerepel a téma tanulmányokban, előadásokon, konferenciákon, de még mindig marginalizált területnek tekinthető: a designkultúra tudomány összes tudományos termékéhez viszonyított aránya nem nőtt.

A design demokratikus potenciálját legtöbbször a tömeggyártott termékek hatásában látják, amelyek a fogyasztáson keresztül a társadalmi egyenlőség illúzióját kínálják, de az értelmezések köre széles a design államtervezéshez és választások lebonyolításához való hozzájárulásától, a participatív tervezés demokratikus jellegén át a hierarchikus struktúrák innovációk általi átrendeződéséig.

### 6.1. A design sötét és világos oldala

A design demokráciához kötődő diskurzusa (nem kizárólagosan, de) erősen kötődik a design etikai aspektusaihoz. A szerzők újra és újra megismétlik, hogy a design két oldal jellemzi. Az oldalak pontos karaktereiben vannak változások, de a demokráciára törekvő, demokratikus igényű tervezés mindig a „jó” oldalhoz köthető tevékenység: az emberek valódi problémáit oldja meg, nem csak a vágyaikat korbácsolja fel vagy a vélt igényeiket elégíti ki; nem felszínesen, hanem mélyreható, hosszú távú megoldásokat kínál, nemcsak az egyén, hanem a közösség, a társadalom számára is, tehát ténylegesen jobbat tesz a világot.

A szakirodalmi áttekintésből csak néhány példát kiemelve: Az első és a második *First Things First* kiáltvány is szembe állította a designt mint hasznos kommunikációt és a designt mint manipulatív, fogyasztásra ösztönző eszközt (Poynor 2009), és egy élhetőbb, vállalhatóbb egyensúly vágyát fogalmazták meg a design szakmában és a társadalomban. Gui Bonsiepe is szembe állította a „csomagolás” jellegű, manipulatív, a termékek szimbolikus jellegére és értékére fókuszáló designt a James Dyson-tól kölcsönzött „intelligens problémamegoldásra” fókuszáló, funkcionális tervezéssel és a design humanizmussal, ami képes felismerni társadalmi csoportok igényeit és azokra életképes megoldásokat tud kínálni (Bonsiepe 2006). Carl DiSalvo pedig *design otherwise* (design másképpen) koncepcióként látja a demokratikus kísérleteit a designban (DiSalvo 2022).

Philippe Starck és az IKEA is a „jó” oldalra helyezi magát azzal, hogy demokratikus tervezésre törekszik, ami a világ többi gyarló designtevékenységéhez képest morális felsőbbrendűséget biztosít számukra. Nem az elitnek, a gazdagoknak terveznek, hanem a népnek, az igazi embereknek, igazi problémákkal.

A nem demokratizáló demokratizálódási folyamatok elemzése pedig szintén kimutatta ezt a kettősséget a könnyen, gyorsan másolható, felszínes és így könnyen és gyorsan terjedő és múló

„divathóbortok” és a mélyreható, valódi innovációt képviselő, de lassabban, viszont biztosabban terjedő újítások között.

## 6.2. Democracy washing

Még ha vannak is árnyoldalai, visszásságai a demokraciának és nemcsak maga a demokracia, de a demokraciához kapcsolódó design is kap kritikákat, a demokracia fogalmára való hivatkozás – az eddig vizsgált példák alapján és a jelen történelmi pillanatban és földrajzi helyen – morálitást, etikus célokat, szándékokat jelez a közönségnek, vásárlóknak, felhasználóknak. Függetlenül attól, hogy a címke mögötti tevékenység ténylegesen demokratikus és etikus-e.

Bár Philippe Starck és az IKEA esetében is érvelhetünk amellett, hogy a kommunikáció, a címkézés mögött van teljesítmény is, alaposabb elemzés után kirajzolódik a narratíva és a tartalom közötti távolság – ahogyan Karl Lagerfeld és a H&M reklámkampányában, és a divat és az innovációk terjedésének „demokratizálódásként” való értelmezésében is.

Tehát a „democracy washing” – a demokraciaként való felcímkézése olyan termékeknek, jelenségeknek, amik demokratikussága vitatható, de így mégis elnyerik az emberek szimpátiáját, bizalmát – a design területén jelenleg nagyon is működik. A megnevezés megtévesztő jellege azonban a demokraciával felcímkézett dolgot „visszataszítja” a design „sötét” oldalára. Érdemesebb ezért inkább nem – vagy csak nagyon indokolt esetben – használni. A demokraciának ugyanis nincs szüksége reklámra, nem lehet azzal érvelni, hogy az ilyen típusú alkalmazások legalább cirkulálják a fogalmat és a közgondolkodásban tartják. Helyette – a *green washing* jelenségéből is látszik, hogy – a manipulatív használat kiábrándító hatással bír, amikor lelepleződik és devalválja az eredeti fogalom magasztosságát is.

## 6.3. Ágencia

A 20. századból megörökölt designelméleti írások jelentős része – érthető módon – a tervező nézőpontjából szemléli és vizsgálja a világot és a tervezőnek teljeskörű ágenciát és ezzel járó felelősséget is tulajdonít. A design és demokracia kérdéskörében azonban erősen kirajzolódik, hogy a tervező hatásköre limitált.

Egyrésztől egy megbízás során a megrendelőnek, megbízónak, befektetőnek egyértelműen nagyobb döntési jogköre van és így befolyása egy termék piacra kerülésére. Ez elsősorban a design mint szakma kialakulásából fakad az ipari forradalomhoz köthetően: a korábbi a megrendelő és a kézműves viszonyán alapuló folyamat felett a „tőkés”, a gépek tulajdonosa vette át az irányítást, aki a termékek eladhatóságának, vonzóságának növelésével bízta meg a tervezőt. Ebben a folyamatban a tervezőnek fontos, de nem döntéshozó szerepe van.

Másrésztől a tervező nem tud hatással lenni a termékek használatának módjára. A legjobb tervezői szándék sem akadályozhat meg egy ellentétes szándékú felhasználást, viszont fel is menti a tervezőt a felelősség alól.

A demokracia relációjában ezekhez a szerepekhez még hozzáadódnak a politikai szereplők is: a közösség, a szervezet, a város, az állam. A tervező szándéka fontos, de egy sokelemű

rendszerben elenyésző. Amikor azonban a döntéshozó(k) szándéka demokratikus, az a tervezésre és a használatra is erősebben hat, mint a tervező szándéka.

Kivételek, vagy ellenpéldák természetesen vannak: a mai napig van közvetlen megrendelő – tervező viszony, amiben a létrejövő alkotás kettejük kiegyenlített párbeszédén alapul, a tervező kezdeményezhet projekteket, amelyben ő a döntéshozó, a tervező dolgozhat együtt közvetlenül a közösséggel, stb. – és ezek a demokrácia újabb és újabb terepeit, lehetőségeit nyitják meg lokális, kis hatókörű, bottom-up kezdeményezések, de akár petíciók, tüntetések formáiban is.

A design és a demokrácia diskurzusában pedig dominál a design tömeggyártáshoz, tömegfogyasztáshoz kötött szerepe. A design és demokráciának lehetnek – és ahogy láttuk, vannak is – alternatív összefonódásai. A tömeggyártott termékek esetében azonban ugyanazt az ágenciatérképet látjuk, mint amikor az ipari forradalom szükségessé tette a designer szakmát: a gyártástechnológia birtokosa a döntéshozó, a tervező az ő megbízását teljesíti, a fogyasztók pedig a piacon jelenlévő termékek közül választhatnak.

A demokratikus szándékot tehát elsősorban a döntéshozók szintjén kell biztosítani, ha ott nincs meg, a tervező szándéka kicsi eséllyel fogja „áttörni a gátat”, nagyobb eséllyel a döntéshozó egy másik tervezőt bíz meg. Amikor viszont a döntéshozó elkötelezett a demokrácia iránt, az az egész tervezési folyamatot és így a végterméket is befolyásolja. Ezt mutatta meg az IKEA és a Helsink-i Központi Könyvtár, az Oodi esete is.

Ezt az ágencia-problémát ragadja meg röviden és frappánsan Matt Kiem könyvrecenziójának címe Carl DiSalvo *Adversarial Design* (Adverzariális design) c. könyvéről: „Ha a politikai design bármit is képes lenne megváltoztatni, illegálisnak nyilvánítanák”<sup>63</sup> (Kiem 2013, 31). Ha ugyanis egy tervező szándéka vagy munkája felül tudná írni a politikusok szándékát, már betiltották volna.

#### 6.4. Reálpolitika és reáldesign

Mind a design morális kérdései, mind a *democracy washing*, mind a rosszul értelmezett ágencia kérdése visszavezethető azonban a tervezők és a közönség idealizmusára is. Busch és Palmås felhívják a figyelmet, hogy ha a tervezők a politika „hazai pályáján” szeretnének érvényesülni, akkor alkalmazkodniuk kell az ott uralkodó nem túl idealista játékszabályokhoz (Busch és Palmås 2016, 18). „Az uralkodó idealista szemellenzős participatív és social design módszerek javasolt ellenszere az általunk „reáldesign”-nak nevezett perspektíva, a reálpolitika tervezői megközelítése. Ezzel a megközelítéssel azt javasoljuk, hogy vegyük észre az árulást, a korrupciót és a képmutatást, amely a „nép” nevében zajló tervezési gyakorlat nagy részét beszennyezi.”<sup>64</sup> (Busch és Palmås 2023b)

---

<sup>63</sup> “If Political Design Changed Anything They’d Make it Illegal”

<sup>64</sup> “The suggested remedy to the dominant idealist blinders in participatory and social modes of design is a perspective we call ‘Realdesign’, a designerly take on Realpolitik. With this take, we suggest taking notice of the betrayal, corruption, and hypocrisy that taints much design practice taking place in the name of ‘the people.’”

## 6.5. Forprofit vs. nonprofit

Az ágencia kérdésköre kapcsán tehát kirajzolódott, hogy a tervező hatásköre limitált. A demokrácia relációjában azonban az sem mindegy, hogy a döntéshozó forprofit vagy közhasznú kontextusban kívánja igénybe venni a tervező szolgáltatásait.

Mivel a design történetileg a forprofit szektorban professzionalizálódott és a kortárs tervezésben is dominánsan ott alkalmazzák, képes hozzáadott értéket nyújtani a közsférában, a módszereit és céljait azonban auditálni kell. Az Oodi tervezési folyamatáról minden résztvevő úgy számolt be a forrásként szolgáló szakirodalmakban, hogy mindenki maximálisan arra törekedett, hogy az alkalmazott módszerek (és a rájuk költött közpénz) maximális eredményeket hozzon, illetve mivel Helsinki működtetésének szerves része a design módszereinek alkalmazása legalább 2012 óta, így nagy gyakorlatot is szereztek már ezen a téren. Ugyanakkor az építészeti pályázat kapcsán Tuula Haavisto is kiemelte, hogy a tervek megmutatása a lakosságnak és a megszavaztatásuk inkább a bevonás érzésének keltését és a projekt megszerettetését szolgálta, mint a tényleges lakossági participációt (Haavisto 2019, 209). Ez pedig pontosan megfelel annak, amire Busch és Palmás felhívta a figyelmet: a vállalati környezetből hozott felhasználói visszajelzés (user feedback) generálás és gyors prototipizálás módszerek a konszenzus megkonstruálásának bevett – manipulatív – metódusai (Busch és Palmás 2016).

## 6.6. Merre tovább?

Levonva a tanulságot, itt összegzem a kutatásból kirajzolódott teendőket a designkultúra tudomány számára.

Egy közösség, egy társadalom demokratikus működésének kulcsa tehát nem feltétlenül a tervezők kezében van, sokkal inkább a döntéshozókéban, illetve a nem döntéshozókéban, akik elszámoltatják a döntéshozókat. Természetesen a tervezők is ennek a rendszernek a részei és kerülhetnek mindkét szerepbe. Így azonban elsősorban a demokratikus meggyőződések, képességük fejlesztése meghatározó, amely aztán hatással lesz a döntéseikre, hogy milyen feladatokat vállalnak el és hogyan tervezik meg azokat.

A design és a demokrácia viszonyairól való diskurzus nem haszontalan, de a legfontosabb feladat a tervezők demokratikus alaptudással való felvértezése, nem feltétlenül a demokrácia és a design specifikus kérdéseiről való közös gondolkodás. Hasonlóan, a design eszközeivel, lehetőségeivel is érdemes felvértezni minden állampolgárt, amelyet aztán ő majd felelősen összeköthet a céljaival. Nem arra érdemes azonban fókuszálni, hogy a tervezés demokratikusabb működésre nevel, hanem fel kell ébreszteni bennük a minden emberben ott lévő világot formálni képes tulajdonságot.

Ugyanakkor a tervezőket a naivitásuk és idealizmusuk alól is fel kell szabadítani, és szembesíteni őket azzal, hogy a terveik megvalósulásához milyen hatalmi dzsungelen kell átverekedniük magukat.

A demokratikus design kérdéseivel kapcsolatban mindenképpen érdemes arra törekedni, hogy a design politikai, társadalmi innovációs (social innovation) irányaitól elválasszuk, illetve, hogy a közérdekű és profitorientált célokat szintén tisztán elkülönítsük, tudatosítsuk.

Ahogy az 5. fejezetben kirajzolódott, minden innováció, tehát minden design végtermék terjed valahogyan a társadalomban és egy felelős tervezőnek és döntéshozónak ennek a folyamatnak a lefolyását, potenciális kimeneteit is érdemes elemeznie és értékelnie egy új termék bevezetése során – de leginkább a nagy impaktú és emiatt nagy beruházást is igénylő termékek kapcsán érdekes ez, amelyek akár állami beavatkozást is igényelnek, mint a posta, az internetszolgáltatás infrastruktúrájának kiépítése. Ugyanakkor természetesen ennek a módszertana még kidolgozásra vár.

## **6.7. A kutatás korlátai és továbbfejlesztési lehetőségek**

Nem készült még a design és demokrácia viszonyainak vizsgálatát célzó tanulmány a designkultúra tudományban – ez az első ilyen kísérlet. Ha öt évvel ezelőtt próbáltam volna megírni ezt az értekezést, a hivatkozott irodalmak jelentős része nem állt volna rendelkezésemre, mert még nem létezett vagy nehezen beszerezhető volt. Ez is jelzi, hogy a terület fejlődik, gazdagodik. Konszenzus a vizsgálati körében valószínűleg a jövőben sem várható, de ha sikerül leválasztani néhány nagyobb területről, az segítheti, hogy a kutatások mélyebbre tudjanak ásni, illetve katalizálhatja az elmélet és a gyakorlat közelítését. Ez a kutatás és elemzés sokat időzött a történeti előzmények és alapok megértésével, ami ugyan kirajzolt néhány összefüggést, de következő lépésként mindenképpen a jelen történéseit érdemes ütköztetni az eredményeivel.

Az irodalmak feldolgozása során meglepő és szomorú tapasztalat volt, hogy a vártnál többször találkoztam Magyarországot és Orbán Viktor említésével a demokráciáról szóló kortárs írásokban. Csak három példa: Busch és Palmás tanulmányának bevezető gondolataiban jelenik meg Orbán Viktor és Vladimir Putyin neve egy mondatban (Busch és Palmás 2016, 11), John Keane könyvében a nagyon kevés fotó egyikén Putyin és Orbán szerepel azzal a képaláírással, hogy „kis despota, nagy despota” (Keane 2022, 143), Erlhoff autoriter struktúrájának nevezi a magyar helyzetet (Erlhoff és Rezaei 2021a, 87). Bár törekedtem az objektivitásra, minden bizonnyal befolyásolta az elemzésemet a saját viszonyulásom a demokráciához, valamint a magyar demokrácia helyzete. A jelen kutatás eredményeit így jó lenne a hazai és regionális helyzettel, a hazai és a regionális tervezők tapasztalataival is összevetni.

Ez a kutatás nem helyezte akkor a hangsúlyt a design participatív gyakorlataira, mint amilyen gyakran és erősen felmerül a téma a design demokratikus viszonylatában. Ennek egyrészt személyes érdeklődés az oka és az, hogy soha nem kapcsolódtam be aktívan ilyen tevékenységekbe, csak megfigyelő maradtam – így a téma kutatását sem éreztem volna validnak. Másrészt – ahogy kifejtettem – a design tömeggyártáshoz kapcsolódó jellegének demokratikus karakterét priorizáltam a participatív gyakorlatokkal szemben, de ennek megalapozottságát a design története is igazolja. Harmadrészt a participatív gyakorlatok azon érvelésével, hogy miközben (felőtt) emberek közösen terveznek valamit, fejlesztjük a demokratikus képességeiket, érzékenységüket, tehát a design *melléktermékeként* demokratikusabbá tesszük az embereket és a világot – etikai aggályaim vannak. Amennyiben nem világos a résztvevők számára, amikor a folyamatra jelentkezik, hogy a folyamatnak, amiben részt vesznek ilyen célja (is) van, akkor ez egy nem transzparens, manipulatív tevékenység, ami nem összeegyeztethető a demokrácia alapértékeivel és a design etikus gyakorlatával. Ez egy orvosolható aggály, sőt minden bizonnyal több kortárs gyakorlatban már

orvosolták is. Így egy következő irány lehet a kutatás fejlesztésében, hogy az eredményeit megvitassuk a participatív gyakorlatok szakértőivel.

A szakirodalmak áttekintése során jeleztem, hogy az egyes designerek és design akadémikusok életművében a design demokratikus aspektusára való reflektálásával kapcsolatban egy mintázat rajzolódott ki: ennek a nem túl idős szakmának és kutatási területnek a „nagyjai” a nyugdíjas éveikben fordultak efelé a kérdés felé. Emögött a mintázat mögött sokféle tényező állhat, akár a véletlenszerűség is. Mindenesetre legalább egy megválaszolásra váró kutatási kérdést felvet (Az életműükben mikor és miért akkor foglalkoznak tervezők és akadémikusok a design demokratikus aspektusaival?) és akár azt is, hogy a kérdés kiterjeszthető-e más témákra, van-e (vagy volt-e a design korábbi időszakában) egy tipikus életpálya, fejlődési ív az egyes tervezők (és designteoretikusok) munkásságában.

Én nem a nyugdíjas éveimben fordultam a design demokratikus aspektusai felé. 28 évesen a budapesti FabLab egyik alapítójaként belecsöppentem az itthon szárnyait bontogató *maker* mozgalomba és magával ragadott a gyártás demokratizálása és a gyártástechnológiákhoz való hozzáférés felszabadító ereje – vagy legalábbis ez az ideológia. Aztán a tervezői idealizmusom és naivitásom viszonylag gyorsan találkozott a réalpolitikával és a működést nehezítő erővel. Ahogyan Gropius is fogalmazott a Bauhausra visszatekintve, akkoriban én is láttam ezeket az erőket, de töretlen küldetéstudattal küzdöttem velük – utólag visszatekintve rájuk viszont látom, hogy esély sem volt a győzelemre, máshogy kellett volna csinálni. A „demokrácia” szó és téma magasztossága rám gyakorolt hatása hívta életre később ezt a kutatást, amelynek tanulságait levonva a jövőben – a kutatás folytatásaként – ezt a két gondolatot szeretném átadni minden demokrácia iránt érdeklődő és nem érdeklődő tervezőnek és nem tervezőnek.

- (1) Minden téma magasztossága „gyanús”, ember alkotta fogalmak, gyakorlatok mindig kritizálhatóak, még ha a branding és marketing erői nagyon magas piedesztálra is emelik őket.
- (2) A design (és más terület sem) egy légüres térben létezik, hanem a társadalmi és emberi játszmák szövevényes hálójában kell megtalálnia az útját és az ehhez szükséges képességekkel is fel kell vértelnünk egymást és a felelősségünk alá tartozókat.

## 7. Tézisek

- (1) A design és a demokrácia kapcsolatáról való diskurzus, a design ipari forradalom óta tartó, a tömeggyártás és tömegfogyasztás megjelenéséhez és elterjedéséhez köthető története során – kis mértékben ugyan – de végig jelen volt.
- (2) A design és a demokrácia diskurzusában dominál a design tömeggyártáshoz, tömegfogyasztáshoz kötődő szerepe, és így tömeges közönségre gyakorolt hatása, de a mind a design, mind a demokrácia értelmezési körének pluralitása miatt a design és a demokrácia kapcsolata számos különböző területen kimutatható, így a források fogalomértelmezése, kiindulópontja és célja széttartó.
- (3) A design demokráciához kötődő diskurzusa (nem kizárólagosan, de) erősen kötődik a design etikai aspektusaihoz. A szerzők újra és újra megismétlik, hogy a design két oldal jellemzi. Az oldalak pontos karaktereiben vannak változások, de a demokráciára törekvő, demokratikus igényű tervezés mindig a „jó” oldalhoz köthető tevékenység: az emberek valódi problémáit oldja meg, nem csak a vágyaikat korbácsolja fel vagy a vélt igényeiket elégíti ki; nem felszínes, hanem mélyreható, hosszú távú megoldásokat kínál, nemcsak az egyén, hanem a közösség, a társadalom számára is, tehát ténylegesen jobbat tesz a világot.
- (4) A demokrácia fogalmára való hivatkozás – az eddig vizsgált példák alapján és a jelen történelmi pillanatban és földrajzi helyen – moralitást, etikus célokat, szándékokat jelez a közönségnek, vásárlóknak, felhasználóknak – függetlenül attól, hogy a címke mögötti tevékenység ténylegesen demokratikus és etikus-e. Így a design területén megfigyelhető a „democracy washing” jelensége: a demokráciaként való felcímkézése olyan termékeknek, jelenségeknek, amik demokratikussága vitatható, de így mégis elnyerik az emberek szimpátiáját, bizalmát. Ez nem összeegyeztethető sem a demokratikus értékekkel, sem a design etikus gyakorlatával.
- (5) A design és demokrácia diskurzusát a designkultúra tudományban dominálja a világ és a jelenség tervezői nézőpontból való szemlélése és a tervezőnek teljeskörű ágencia és ezzel járó felelősség tulajdonítása. A design és demokrácia kérdéskörében azonban erősen kirajzolódik, hogy a tervező hatásköre limitált.
- (6) Mind a design morális kérdései, mind a democracy washing, mind a rosszul értelmezett ágencia kérdése visszavezethető a tervezők és a közönség idealizmusára is. A politikai környezetbe ágyazódva különösen fontos, de minden területen hasznos ezt az idealizmust a valósággal ütköztetni, a tervezők és nem tervezők emberi és társadalmi játszmák hálózatában való navigálásának képességét fejleszteni.
- (7) Mivel a design történetileg a forprofit szektorban professzionizálódott és a kortárs tervezésben is dominánsan ott alkalmazzák, képes hozzáadott értéket nyújtani a közférában, a módszereit és céljait azonban auditálni kell és összehangolni a demokratikus értékekkel, eljárásokkal, célokkal.

## 8. Theses

- (1) The discourse on the relationship between design and democracy has been present – albeit to a lesser extent – throughout the history of design since the industrial revolution, linked to the emergence and spread of mass production and mass consumption.
- (2) The discourse of design and democracy is dominated by the role of design in relation to mass production and mass consumption, and thus its impact on mass audiences, but the plurality of interpretations of both design and democracy means that the relationship between design and democracy can be found in many different areas, and thus the conceptualisation, starting point and purpose of the sources are fragmented.
- (3) The discourse of design in relation to democracy is (not exclusively, but) strongly linked to the ethical aspects of design. The authors reiterate again and again that design is characterised by two sides. The precise characters of the sides vary, but design for democracy, with democratic aspirations, is always an activity associated with the “good” side: it solves people's real problems, not just whips up their desires or satisfies their perceived needs; it offers not superficial but profound, long-term solutions, not only for the individual but also for the community, for society, and thus actually makes the world a better place.
- (4) The reference to the notion of democracy – based on the examples studied so far and in the present historical moment and geographical location – indicates morality, ethical aims and intentions to the public, customers, users – regardless of whether the activity behind the label is actually democratic and ethical. Thus, in the field of design, we can observe the phenomenon of “democracy washing”: the labelling as democracy of products and phenomena whose democratisation is debatable, but which nevertheless win people's sympathy and trust. This is neither compatible with democratic values nor with the ethical practice of design.
- (5) The discourse of design and democracy in Design Culture Studies is dominated by the view of the world and the phenomenon from the designer's point of view and the attribution of full agency and responsibility to the designer. However, in the field of design and democracy, it is very clear that the designer's agency is limited.
- (6) Both the moral issues of design, democracy washing and misconceived agency can be traced back to the idealism of both designers and the public. Embedded in the political context, it is particularly important, but useful in all fields, to bring this idealism into contact with reality, to develop the ability to navigate the network of human and social games played by designers and non-designers.
- (7) As design has historically been professionalised in the for-profit sector and is predominantly used there in contemporary design, it can add value in the public sector, but its methods and objectives need to be audited and aligned with democratic values, procedures and goals.

## Köszönetnyilvánítás

Hosszú és ingoványos volt ez az út mind időben, mind szellemileg: a designerek örök optimista, idealista és szervilis, általam is legalább egy évtizeden át integrált nézőpontjából kilépni és a társadalomtudományok örökké kritikus, mindent megkérdőjelező attitűdjével ránézni a kérdésre eltartott egy darabig. Engem is arra képeztek az egyetemen és aztán ebben megerősítettek a munkatapasztalataim is, hogy a „jó designer” dolga, hogy megérti a megrendelője kéréseit és teljesíti azokat. Nem kérdez rá a célokra és miértekre, nem kekeckedik etikai és „woke” kérdésekkel, mert ha igen, akkor keresnek helyette egy másik tervezőt, akivel könnyebb a közös munka. Ahhoz, hogy mindezt a működést egy tágabb kontextusban elhelyezzem és megkérdőjelezzem, egyrésztől szükségem volt a doktori kutatásra mint keretrendszerre, másrésztől arra, hogy eltávolodtam a tervezés gyakorlatától, harmadrészt a tanszékekre (a BME Szociológia és Kommunikáció Tanszék), mint szakmailag magas színvonalú és erősen kritikus, de legalább annyira humánus közegre.

Így tehát köszönöm konzulensemnek, Szentpéteri Mártonnak, hogy türelmesen végig kísért ezen az úton és idejekorán felhívta a figyelmemet a társadalomismereti hiányosságaimra. Igyekeztem fejlődni. Köszönöm a MOME Doktori Iskolájának, mindenekelőtt Gáspár Julinak, hogy az intézményi keretet biztosítottak ehhez a nagyon egyéni és személyes fejlődéstörténethez.

Elmondhatatlanul hálás vagyok a kollégáimnak a BME-n (Barna Róza Emília, Blaskó Ágnes, Csigó Péter, Dúll Andrea, Gács Anna, Héder-Nádasi Eszter, Janky Béla, Kocsis János Balázs, Lakatos Zoltán, Mészáros József, Orbán Annamária, Orbán Krisztina, Patakfalvi-Czirják Ágnes, Rajkó Andrea Fénya, Szabó Levente, Számadó Szabolcs, Szakadát István, Szőke-Zsarkó Zsuzsa, Tófalvy Tamás), hogy az elmúlt években mind emberileg, mind szakmailag utat mutattak és segítettek fejlődni minden apró hétköznapi interakció és magasröptű szakmai vita során. Külön köszönöm Hamp Gábornak a közös munkát, az örök támogatást és hogy az íráskészségem sokat fejlődött mellette és általa. Gábornak és Bárány Tibornak együtt pedig, hogy türelemmel és támogatóan kezelték az első bukácsolásaimat a workshopok, konferenciák és publikációk világában.

Köszönet minden hallgatónak, akivel a szakdolgozatán, diplomáján, diplomatervén dolgoztunk szemesztereken át: általatok én is mindig több és jobb lettem.

Meg kellett találnom ehhez a disszertációhoz a szellemi partnereimet és szerepmódeleim is, akik nélkül ez a disszertáció nem születhetett volna meg. Ma ők lennének a posztereimen a szobám falán, ha egyszer találkozunk, autogrammot kérek: Graeme Turner, Sara Kristoffersson, Katherine Appleford, John Keane, Otto von Busch és Karl Palmás. Írásaik láttatták az elsőre láthatatlan struktúrákat és bizakodom, hogy egyszer hasonlóan nagy erejű kutatás alá írhatom a nevem.

Köszönöm a családomnak (Anyu, Apu, Miki, Ági, Zsuzsi, Gyuri, Berci, Domi, Zsiga), a barátaimnak (Ágnes, Erika, Reni, Anna, Patrícia, Bea, Dóri, Szandra) és minden bajtársamnak, hogy velem nevettek és örültek, amikor volt min és minek és ott voltak, amikor fel akartam adni és amikor gipszben feküdtem otthon. Nekem nehéz volt. Remélem, nektek nem annyira.

And there are no proper words for saying thank you to Bahzad, because without him this would not have happened. Thank you for being you. It means the world to me.

## Bibliográfia

- Abel, Bas van, Lucas Evers, Roel Klaassen, és Peter Troxler, szerk. 2011. *Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive*. BIS Publishers.
- AIGA. 2009. „First Things First 2000”. In , szerkesztette Hazel Clark és David Brody, 174–75. Oxford, New York: Berg.
- . é. n. „Design for Democracy”.  
<https://www.aiga.org/membership-community/design-for-democracy>.
- Anderson, Chris. 2006. *Hosszú farok – A végtelen választék átírja az üzlet szabályait*. Budapest: HVG Könyvek.
- . 2013. *Kreátorok – Az új ipari forradalom mesterei*. Budapest: HVG Könyvek.
- Angelusz, Róbert, Márk Áron Éber, és Ottó Gecser, szerk. 2010. *Társadalmi rétegződés olvasókönyv – TÁMOP 2010-201*. Digitális Tankönyvtár.  
[https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7378/0010\\_2A\\_19\\_Tarsadalmi\\_retegzodes\\_olvasokonyv\\_szerk\\_Gecser\\_Otto.pdf](https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7378/0010_2A_19_Tarsadalmi_retegzodes_olvasokonyv_szerk_Gecser_Otto.pdf).
- Appleford, Katherine. 2021. *Classifying Fashion, Fashioning Class – Making Sense of Women’s Practices, Perceptions and Tastes*. Routledge Advances in Sociology. London, New York: Routledge.
- Barber, Bernard, és Lyle S. Lobel. 1952. „»Fashion« in Womes’s Clothes and the American Social System”. *Social Forces* 31 (2): 124–31.
- be-DESIGN. é. n. „Bizarres von Mulis, Menschen und Morden”.  
<https://www.be-design.info/bizarres-von-mulis-menschen-und-morden>.
- Berry, Anne H., Kareem Collie, Penina Acayo Laker, Lesley-Ann Noel, Jennifer Rittner, és Kelly Walters, szerk. 2022. *The Black Experience in Design: Identity, Expression & Reflection*. Allworth.
- Bieling, Tom. 2021. „Design and the Politics of the Everyday”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezai, 073–084. Basel: Birkhäuser.
- Bonsiepe, Gui. 2006. „Design and Democracy”. *Design Issues* 22 (2): 27–34.  
<https://doi.org/10.1162/desi.2006.22.2.27>.
- . 2009. „Design and Democracy”. In *Design Studies – A Reader*, szerkesztette Hazel Clark és David Brody, 211–18. Berg.
- . 2013. *Design and Democracy*. Civic City Cahier 2. Bedford Press.
- . 2022. *The Disobedience of Design*. Szerkesztette Lara Penin. Designing in Dark Times. Bloomsbury Visual Arts.
- Bourdieu, Pierre. 1978. *A társadalmi egyenlőtlenségek újatermelődése - Tanulmányok*. Fordította Péter Ádám, Zsuzsa Ferge, és Léderer Pál. Budapest: Gondolat.
- Brown, Tim. 2009. *Change by Design*. Harper Business.
- Brown, Tim, Roger L. Martin, és Shoshana Berger. 2014. „Capitalism Needs Design”. *Harvard Business Review*, december. <https://hbr.org/2014/12/democratic-capitalism-needs-design-thinking>.
- Bueno de Mesquita, Bruce, és Alastair Smith. 2014. *Diktátorok kézikönyve – Miért jó politika a rossz viselkedés?* GABO.
- Busch, Otto von, és Karl Palmås. 2016. „Designing Consent: Can Design Thinking Manufacture Capitalism?” *Organizational Aesthetics* 5 (2): 10–24.
- . 2023a. *The Corruption of Co-Design – Political and Social Conflicts in Participatory Design Thinking*. Routledge.
- . 2023b. „Design is... corrupting”. *The Design Journal* 26 (3): 376–79.  
<https://doi.org/10.1080/14606925.2023.2200295>.
- Cities of Design Network. é. n. „Cities of Design Network”. <https://www.designcities.net/>.
- Clay, Robert. 2009. „On Taste”. In *Beautiful Thing – An Introduction to Design*, 11–42. Oxford, New York: Berg.
- Cooley, Christopher GJ. 2016. „Bad bicycle design / Pibal: The Resurrection”. Drinking it all in...  
<https://drinkingitallin.com/2016/12/09/bad-bicycle-design-pibal-bordeaux/>.
- Costanza-Chock, Sasha. 2020. *Design Justice – Community-led Practices to Build the Worlds We Need*. The MIT Press.
- Criado Perez, Caroline. 2019. *Láthatatlan nők - Így vesszük semmibe a népesség felét az adatokra épülő világban*. GABO.
- Crick, Bernard. 2002. *Democracy – A Very Short Introduction*. Oxford, New York: Oxford University Press.

- Democracy and Design Platform. 2017a. „About Democracy and Design Platform”.  
<https://democracy-design.designpolicy.eu/about/>.
- . 2017b. „Democracy and Design Platform”. <https://democracy-design.designpolicy.eu/>.
- . 2017c. „Fields of action”.  
<https://democracy-design.designpolicy.eu/statement/victor-margolin/>.
- . 2017d. „Open Letter to the Design Community: Stand Up for Democracy”.  
<https://democracy-design.designpolicy.eu/open-letter-stand-up-democracy/>.
- Design Addict. é. n. „Philippe Starck: Design is Dead (Forum)”.  
<https://designaddict.com/community/main-forum/Philippe-Starck-Design-Dead10276/>.
- Design Commission. 2015. *Designing Democracy: How designers are changing democratic spaces and processes*. London: Design Commission. [www.policyconnect.org.uk/apdig](http://www.policyconnect.org.uk/apdig).
- Design Helsinki. é. n.-a. „Helsinki Central Library Oodi”.  
<https://design.hel.fi/en/design-stories/central-library-oodi/>.
- . é. n.-b. „Helsinki designs good life”. <https://design.hel.fi/en/>.
- . é. n.-c. „Helsinki’s design journey”.  
<https://design.hel.fi/en/helsinki-city-of-design/helsinkis-design-journey/>.
- DESIS Network. 2024. „Vision & Goals”. [https://desisnetwork.org/?page\\_id=51](https://desisnetwork.org/?page_id=51).
- Dessewffy, Tibor, és Anna Galács. 2003. „»A dolgok új rendje« – Technológiai diffúzió és társadalmi változás”. *Internet.hu* 1, Aula.  
<https://web.archive.org/web/20150502113506/http://www.diffuzio.hu/index.php>.
- DiSalvo, Carl. 2010. „Design, Democracy and Agonistic Pluralism”. In *Design and Complexity - DRS International Conference 2010*, szerkesztette D. Durling, R. Bousbaci, L. Chen, P. Gauthier, T. Poldma, S. Roworth-Stokes, és E. Stolterman. Montreal, Canada. .  
<https://dl.designresearchsociety.org/drsconference-papers/drs2010/researchpapers/31>.
- . 2012. *Adversarial Design*. Design Thinking, Design Theory. London, England: The MIT Press.
- . 2022. *Design as Democratic Inquiry – Putting Experimental Civics into Practice*. Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press.
- DualSun. 2013. „Designer Philippe Starck installs DualSun panels for his house – Montfort l’Amaury (FR)”. <https://dualsun.com/en/installations/montfort-lamaury-fr-2013-36pvt-22pv-en/>.
- Engstrom, Eric J., és Jason M. Roberts. 2020. *The Politics of Ballot Design: How States Shape American Democracy*. Cambridge University Press.
- Erlhoff, Michael. 2021. „Desocracy – Contradictions and Possibilities within and between Democracy and Design”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezaei, 085–094. Basel: Birkhäuser.
- Erlhoff, Michael, és Maziar Rezaei, szerk. 2021a. *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*. Basel: Birkhäuser.
- . 2021b. „Introduction Underneath the Pavement”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezaei, 009–010. Basel: Birkhäuser.
- Escobar, Arturo. 2018. *Designs for the Pluriverse*. Duke University Press.
- EUIPO. 2023. „4.1 Compliance with the definition of a design”. European Union Intellectual Property Office.  
<https://guidelines.euipo.europa.eu/2058424/1789318/designs-guidelines/4-1-compliance-with-the-definition-of-a-design>.
- Fiáth, Heni. 2019. „»Csak aki alszik, az nem hibázik« – Ingvar Kamprad és a 2019-es IKEA-katalógus”. *Észak* 2 (2): 7–25.
- . 2022. „A demokratizálódás nem teremt egyenlőséget”. In *Tudástermelők, kapuőrök és véleményvezérek*, szerkesztette Veronika Hermann, Anna Gács, Gábor Hamp, és Tibor Bárány, 49–59. Typotex.
- Flusser, Vilém. 1995. „A design szóról”. *Iskolakultúra* 5 (20–21): 119–21.
- . 2009. „About the Word Design”. In *The Design Culture Reader*, szerkesztette Ben Highmore. London, New York: Routledge.
- Forty, Adrian. 1986. *Objects of Desire*. New York: Pantheon Books.
- Frearson, Amy. 2014. „Philippe Starck’s new home is the prototype for a new prefab housing collection”. *Dezeen*.  
<https://www.dezeen.com/2014/10/17/philippe-starck-path-prefabricated-low-energy-home-prototype/>.

- Friedman, Thomas L. 1999. *The Lexus and the Olive Tree – Understanding Globalization*. Farrar, Straus and Giroux.
- FSZEK. 2023. „A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár szakmai beszámolója, 2022”. [https://fszek.hu/uploads/SnrOeXBXsll5dDZLUNAU\\_tCmfQ98u7rW.pdf](https://fszek.hu/uploads/SnrOeXBXsll5dDZLUNAU_tCmfQ98u7rW.pdf).
- Garland, Ken. 1964. „First Things First Manifesto”. *Design is History*. <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>.
- Garzia, Diego, és Stefan Marschall. 2019. „Voting Advice Applications”. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.620>.
- Gat, A. 2007. „The Return of Authoritarian Great Powers”. *Foreign Affairs* 86 (4): 59–69.
- Glaser, Milton, és Mirko Ilić. 2006. *The Design of Dissent – Socially and Politically Driven Graphics*. Rockport Publishers.
- Gropius, Walter. 1968. *Apollo in the Democracy: The Cultural Obligation of the Architect*. USA: McGraw-Hill.
- . 1981. *Apolló a demokráciában*. Budapest: Corvina.
- Guibonsiepe.com. é. n. „Gui Bonsiepe”. <http://www.guibonsiepe.com/>.
- Haavisto, Tuula. 2019. „A Dream Come True of Citizens – the New Helsinki Central Library”. In *Library Design for the 21st Century*, szerkesztette Diane Koen és Traci Engel Lesneski, 203–13. IFLA Publications. De Gruyter.
- Hall, Jane. 2021. *Woman Made: Great Women Designers*. Phaidon.
- Helsinki. é. n. „Design Helsinki”. Helsinki. <https://design.hel.fi/en/>.
- Hyysalo, Sampsa, Virve Hyysalo, és Virve Hakkarainen. 2019. „The Work of Democratized Design in Setting-up a Hosted Citizen-Designer Community”. *International Journal of Design* 13 (1): 69–82.
- IKEA. é. n. „Az IKEA jövőképe és értékei”. <https://www.ikea.com/hu/hu/this-is-ikea/about-us/az-ikea-joevokepe-es-ertekei-pub9aa779d0>.
- IKEA Democratic Design*. 2018. Inter IKEA Systems B.V.
- Jonas, Wolfgang. 2021. „Designing Democracy or Muddling Through? – A Cautious Plea for Reflection and Moral Disarmament in Social/Transformative Design”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezaei, 058–072. Basel: Birkhäuser.
- Julier, Guy. 2017. *Economies of Design*. SAGE.
- Kaila, Anna-Mikaela, és Pekka Heikkinen. 2020. „Designing for Durability: Helsinki Central Library’s Wood Facade”. *Technology/Architecture + Design* 4 (1): 24–34. <https://doi.org/10.1080/24751448.2020.1705713>.
- Kataja, Elina Kiiski. 2017. *From the Trials of Democracy Towards Future Participation*. Sitra Memorandum. Sitra. [www.sitra.fi](http://www.sitra.fi).
- Keane, John. 2009. *The Life and Death of Democracy*. W. W. Norton & Company.
- . 2022. *The Shortest History of Democracy: 4,000 Years of Self-Government A Retelling for Our Times*. The Experiment, LLC.
- Kekeh, Nicole. 2011. „Steve Jobs’ Democratic Legacy”. *Forbes.com*. <https://www.forbes.com/sites/worldviews/2011/10/06/steve-jobs-democratic-legacy/>.
- Kenna, Armored. 2010. „H&M Looks to Lanvin to Bring Back Lagerfeld Effect”. *Bloomberg Businessweek*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2010-11-19/h-m-seeks-return-of-lagerfeld-effect-with-lanvin-collection-in-las-vegas>.
- Kiem, Matt. 2013. „If Political Design Changed Anything They’d Make it Illegal”. *Design Philosophy Papers* 11 (1): 31–38. <http://dx.doi.org/10.2752/089279313X13968799816038>.
- Kimbell, Lucy. 2022. „Book Review: Designing and Democracy”. *Design Studies* 82 (C). <https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101122>.
- Koehn, Nancy F. 2011. „How Steve Jobs saw the future”. *CNN.com*. <https://edition.cnn.com/2011/10/06/opinion/koehn-steve-jobs-vision/index.html>.
- Kolarevic, Branko, és José Pinto Duarte, szerk. 2019. *Mass Customization and Design Democratization*. London, New York: Routledge.
- Kozel, Nina. 2013. *Design – The Groundbreaking Moments*. Munich, London, New York: Prestel.
- Kristofferson, IKEA. 2014. *Design by IKEA – A cultural History*. Bloomsbury Academic.
- Lausen, Marcia. 2007. *Design for Democracy: Ballot and Election Design*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lupton, Ellen, Farah Kafei, Jennifer Tobias, Josh A. Halstead, Kaleena Sales, Leslie Xia, és Valentina Vergara. 2021. *Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-racist, Nonbinary Field Guide for Graphic*

- Designers*. Princeton Architectural Press.
- MacCarthy, Fiona. 2019. *Gropius: The Man Who Built the Bauhaus*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Mancini, Pia, ig. 2014. *Hogyan korszerűsítsük a demokráciát az internet-korszakban?* TEDGlobal. [https://www.ted.com/talks/pia\\_mancini\\_how\\_to\\_upgrade\\_democracy\\_for\\_the\\_internet\\_era?language=hu](https://www.ted.com/talks/pia_mancini_how_to_upgrade_democracy_for_the_internet_era?language=hu).
- Manzini, Ezio. 2017. „Design and Democracy”. Előadás REDO Cumulus Conference, Kolding, május 31. <https://www.youtube.com/watch?v=7z9U3wSd5zo>.
- . 2019. *Politics of the Everyday*. Designing in Dark Times. Bloomsbury Visual Arts.
- Margolin, Victor. 2012. „Design and Democracy in a Troubled World”. School of Design, Carnegie Mellon University. <https://democracy-design.designpolicy.eu/resource/design-and-democracy-troubled-world/>.
- . 2015. *World History of Design*. Köt. 1. Bloomsbury Academic.
- Mathis, Charles-François. 2016. „Ruskin’s heirs: art, nature and socialism”. *E-rea (Online)* 13 (2). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.4000/erea.5106>.
- Mazé, Ramia. 2021. „Design (Govern)mentalities: Implications of Design and/as Governance in Cape Town”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezai, 013–027. Basel: Birkhäuser.
- McHugh, Molly. 2011. „Steve Jobs: The godfather of fonts as we know them”. *Yahoo! News*. <https://www.yahoo.com/news/steve-jobs-godfather-fonts-know-them-224548248.html>.
- Meggs, Philip B., és Alston W. Purvis. 2012. *Meggs’ History of Graphic Design*. 5. kiad. John Wiley & Sons.
- Metcalf, Gabriel. 2015. *Democratic by Design: How Carsharing, Co-ops, and Community Land Trusts Are Reinventing America*. St. Martin’s Press.
- Miessen, Markus, szerk. 2011. *The Nightmare of Participation (Crossbench Praxis as a Mode of Criticality)*. The MIT Press.
- Molina, Joanne. 2019. „Democratic design in Finland”. *identity*. <https://identity.ae/democratic-design-in-finland/>.
- Nancy, Jean-Luc. 2010. *The Truth of Democracy*. New York: Fordham University Press.
- Norman, Donald A. 2023. *Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered*. The MIT Press.
- Oodi. 2019. „Helsinki Central Library Oodi chosen as the best new public library in the world”. <https://oodihelsinki.fi/en/helsinki-central-library-oodi-chosen-as-the-best-new-public-library-in-the-world/>.
- . 2020. „Central Library Oodi receives international cultural heritage award”. <https://oodihelsinki.fi/en/central-library-oodi-receives-international-cultural-heritage-award/>.
- . 2021. „Oodi is the winner of the main DETAIL Prize 2020”. <https://oodihelsinki.fi/en/oodi-is-the-winner-of-the-main-detail-prize-2020/>.
- . 2023. „Beloved Oodi turns five years old”. <https://oodihelsinki.fi/en/beloved-oodi-turns-five-years-old/>.
- OrionAir. é. n. „Pramac WT1KW Vertical Axis Wind Turbine 240V”. <https://www.orionairsales.co.uk/pramac-wt1kw-vertical-axis-wind-turbine-240v-2173-p.asp>.
- Pandelle, Laura, Julien Defait, és Stéphane Vincent. 2021. „Design for Policy: Looking for the Next Step, Design for Policy: The Time of Maturity”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezai, 028–034. Basel: Birkhäuser.
- Papanek, Victor. 1971. *Design for the Real World*. Toronto, New York, London: Bantam.
- Parvin, Alastair, ig. 2013. *Architecture for the people by the people*. TED2013.
- Pena, David de la, Diane Jones Allen, Randolph T. Hester Jr., Jeffrey Hou, Laura J. Lawson, és Marcia J. McNally, szerk. 2017. *Design as Democracy: Techniques for Collective Creativity*. Island Press.
- Pereyra Decara, Agustin. 2021. „Democracy by Design”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezai, 035–043. Basel: Birkhäuser.
- Platón. é. n. *Az Állam*. Köt. VII.
- Political Studies Association. é. n. „Mackenzie Book Prize”. <https://www.psa.ac.uk/political-studies-association-wjm-mackenzie-book-prize>.
- Popplow, Laura. 2021. „Democracy by making – A Failed Rendezvous of Design and Pragmatism?” In

- Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezaei, 044–057. Basel: Birkhäuser.
- Poynor, Rick. 2009. „Design is About Democracy”. In *Design Studies – A Reader*, szerkesztette Hazel Clark és David Brody, 176–79. Oxford, New York: Berg.
- Prüfer, Tillmann. 2008. „Ich schäme mich dafür”. *ZEITmagazin LEBEN*, sz. 14.  
<https://www.zeit.de/2008/14/Designer-Starck-14>.
- Rawsthorn, Alice. 2008a. „And Now, to Try and Catch the Wind”. *The New York Times*.
- . 2008b. „Philippe Starck makes a tilt toward windmills”. *International Herald Tribune*.  
<https://www.starck.com/00DATA/cms/press/attachments/1bb853567716dd7719bef74a2a5bcddb.pdf>.
- Renck, Johan, ig. 2004. *H&M „Karl Lagerfeld”*. [https://www.johanrenck.com/?mgs\\_31=lagerfeld](https://www.johanrenck.com/?mgs_31=lagerfeld).
- Rezaei, Maziar. 2021. „Design Activism, Democracy and the Crisis of Social Networks”. In *Design and Democracy – Activist Thoughts and Practical Examples for Sociopolitical Empowerment*, szerkesztette Michael Erlhoff és Maziar Rezaei, 119–34. Basel: Birkhäuser.
- Rifkin, Jeremy. 2014. *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*. St. Martin’s Press.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations*. 5. kiad. New York: Free Press.
- Rogers, Thomas. 2018. „Helsinki’s New Library Has 3-D Printers and Power Tools. (And Some Books, Too.)”. *The New York Times*.  
<https://www.nytimes.com/2018/12/06/arts/design/helsinki-library-oodi.html>.
- Saward, Michael. 2021. *Democratic Design*. Oxford University Press.
- Sen, Amartya. 1999. „Democracy as a Universal Value”. *Journal of Democracy* 10 (3): 3–17.
- Sgueo, Gianluca. 2023. *The Design of Digital Democracy*. Springer.
- Simmel, Georg. 1973. „A divát”. In *Georg Simmel: Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*, szerkesztette T. Iván Berend, Tibor Huszár, és Kálmán Kulcsár, 473–507. Budapest: Gondolat.
- Simon, Julie, Theo Bass, Victoria Boelman, és Geoff Mulgan. 2017. *Digital Democracy – The tools transforming political engagement*. Nesta.
- Slee, Tom. 2017. *What’s Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*. OR Books.
- Spencer, Herbert. 1982. „A divát”. In *Divatszociológia*, szerkesztette Gábor Klaniczay, 33–37. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Starck, Philippe. 2019. „Democratic Design and Daily Objects”. In *Mass Customization and Design Democratization*, szerkesztette Branko Kolarevic és José Pinto Duarte, 83–86. London, New York: Routledge.
- Starck.com. 2008. „Venetian Taxi, Solar Powered Boat (Project)”.  
<https://www.starck.com/bateau-a-energie-solaire-p3093>.
- . 2013. „Presentation of »The Pibal«, a bicycle-scooter for the citizens of Bordeaux”.  
<https://www.starck.com/presentation-of-quot-the-pibal-quot-a-bicycle-scooter-for-the-citizens-of-bordeaux-p2443>.
- . 2021. „Dream of Winter Gondola for Venice”. <https://www.starck.com/winter-gondola-p4395>.
- Szentpéteri, Márton. 2010. *Design és kultúra – Befogadó designkultúra*. Építészfórum.
- Tarde, Gabriel. 1963. *The Laws of Imitation*. Chicago: University of Chicago Press.
- The Democratic Society. é. n. „Theory of Change 2022-2025”.  
<https://www.demsoc.org/theory-of-change>.
- Tilly, Charles. 2007. *Democracy*. Cambridge University Press.
- Timaffy-Touko, Lilla. 2019. „Óda a könyvtárról”. *Metszet* 10 (4): 22–27.  
<https://doi.org/10.33268/Met.2019.4.3>.
- Tocqueville, Alexis de. 1983. *A demokrácia Amerikában – Válogatás*. Budapest: Gondolat.
- TOG. é. n. „TOG”. [https://www.facebook.com/TOGofficial/about\\_details](https://www.facebook.com/TOGofficial/about_details).
- Torekull, Bertil. 1999. *Az IKEA titka – Ingvar Kamprad emlékeit közreadja Bertil Torekull*. Móra Kiadó.
- Tunsall, Elizabeth (Dori). 2023. *Decolonizing Design – A Cultural Justice Guidebook*. The MIT Press.
- Turner, Graeme. 2010. *Ordinary People and the Media – The Demotic Turn*. SAGE.
- Walker, Stuart. 2023. „Design is... Lost”. *The Design Journal* 26 (1): 4–6.  
<https://doi.org/10.1080/14606925.2022.2154962>.
- Warhol, Andy. 2004. *Andy Warhol filozófiája A-tól B-ig és vissza*. Budapest: Konkrét Könyvek Kiadó.
- WDO. 2015. „Definition of Industrial Design”. World Design Organization.  
<https://wdo.org/about/definition/>.
- . é. n. „World Design Capital”. <https://wdo.org/programmes/wdc/>.

- Wikipedia. é. n. „List of countries with IKEA stores”.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_with\\_IKEA\\_stores](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_with_IKEA_stores).
- Wingfield, Jonathan. 2021. „Philippe Starck Biography 2021 by Jonathan Wingfield”. Starck.com.  
<https://www.starck.com/00DATA/themes/biographie/bios-longues/2021-long-bio-by-jonathan-wingfield-def.pdf>.
- Wolf, Gary. 1996. „Steve Jobs: The Next Insanely Great Thing”. *Wired*.  
<https://www.wired.com/1996/02/jobs-2/>.
- World Justice Program. é. n. „DemocracyOS”.  
<https://worldjusticeproject.org/our-work/programs/democracyos>.
- Yin Cheng, Alicia. 2020. *This is What Democracy Looked Like: A Visual History of the Printed Ballot*. Princeton Architectural Press.
- Zhang, Li. 2023. „The Ethical Turn of Emerging Design Practices”. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation* 9 (3): 311–29. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2023.09.002>.
- Zukowsky, John. 2024. „Philippe Starck”. Britannica.  
<https://www.britannica.com/biography/Philippe-Starck>.