

王
王
王
王
王
王
王
王
王
王

王
王
王
王
王
王
王
王
王
王

Zeman Zoltán

KRITIKAI DESIGN

KRITIKAI ATTITÚD A KORTÁRS TERVEZŐGRAFIKÁBAN

Doktori értekezés

Témavezető: **Balla Dóra DLA habil.**

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Doktori Iskola

Multimédia-művészet DLA

Eger, 2025

Tartalomjegyzék

Tézisek	7
Theses	9
Absztrakt	11
Abstract	13
I. Bevezetés	15
II. A kritikai elmélet hatása a design diskurzusra	16
III. A posztmodern tervezőgrafika kritikai hagyományai	18
IV. Kortárs kritikai paradigmák	19
V. Nemzetközi perspektívák és lokális sajátosságok	21
VI. Vizuális nyelv és retorikai eszközök	23
VII. Kritikai publikációk hatása a szakmai fejlődésre	26
VIII. Az igazságos design	30
IX. A disszidens design	31
X. A design mint aktivizmus	33
XI. Interaktív és participatív design	36
XII. A reflektív szakember	39
XIII. Kritikai praxis	41
XIV. Oktatási módszerek	43
XV. Etikai dilemmák	45
XVI. A digitális világ hatása a kritikai gondolkodásra	47
XVII. Befejezés	49
XVIII. Függelék	50
XIX. Mestermunka	55
Bibliográfia	71
Szakmai önéletrajz	77

A kritikai design olyan tervezői attitűdöt képvisel, amely szándékosan megkérdőjelezi a vizuális kommunikáció megszokott normáit, és alternatív nézőpontokat kínál a design társadalmi szerepének értelmezésében.

Az kortárs kritikai paradigmák lehetővé teszik a tervező számára, hogy reflektív módon viszonyuljon saját alkotói folyamataihoz, újradefiniálva a design határait és lehetséges funkcióit.

A kulturális kontextus hangsúlyozása előtérbe helyezi a design közösségben betöltött szerepét, ezáltal fokozva a társadalmi beágyazottságot és relevanciát.

A vizuális nyelv jelentésrétegeinek tudatos használata elősegíti, hogy a tervezőgrafikában új értelmezési lehetőségek és szakmai párbeszéd alakuljanak ki.

A kritikai attitűd érvényesítése a tervezői gyakorlatban elősegíti a hierarchikus viszonyrendszerek újragondolását, támogatva a demokratikus és befogadó folyamatokat a vizuális kommunikációban.

A kritikai tervezés folyamatában a design nem csupán grafikai elemeket, hanem új gondolkodási mintákat és értelmezési kereteket is létrehoz, amelyek hozzájárulnak a társadalom önismeretéhez és fejlődéséhez.

A tervezői döntéshozatalban érvényesülő etikai tudatosság növeli a design kollektív elfogadottságát, és segíti a bizalom kiépítését a befogadó közönséggel.

A design önreflexív megközelítése alkalmas eszközzé válik a globális változások előmozdítására, a fennálló struktúrák megkérdőjelezése és párbeszéd generálására.

Critical design represents a design attitude that deliberately challenges the established norms of visual communication and offers alternative perspectives for interpreting the social role of design.

Contemporary critical paradigms enable designers to reflect critically on their own creative processes, thus redefining the boundaries and potential functions of design.

Emphasizing cultural context places the social role of design within communities at the forefront, thereby increasing both its embeddedness and relevance within society.

The intentional use of the multiple layers of meaning within visual language facilitates the emergence of new interpretative possibilities and professional discourses in graphic design.

Implementing a critical attitude within design practice facilitates the reconsideration of hierarchical structures and supports democratic and inclusive processes within visual communication.

Throughout the process of critical design, design produces not only graphic elements but also new patterns of thinking and interpretive frameworks that contribute to greater societal self-awareness and development.

Ethical awareness in design decision-making enhances the collective acceptance of design and helps to build trust with the intended audiences.

A self-reflexive approach to design becomes an effective tool for promoting global change, challenging existing structures, and fostering dialogue.

A dolgozat a kritikai attitűd kortárs szerepét és társadalmi jelentőségét vizsgálja a tervezőgrafikában. Ez a szemlélet azért tekinthető unikálisnak, mert egyszerre ötvözi a gyakorlati, elméleti, társadalmi és etikai szempontokat, túllépve ezzel a hagyományos, formai, technikai és esztétikai kereteken. Ebben a kontextusban a tervező nem csupán szakember, hanem aktív résztvevője és alakítója a társadalmi diskurzusoknak, és felelősséggel tartozik döntései hatásaiért. Ebben a megközelítésben a vizuális nyelv politikai és ideológiai üzeneteket hordoz, a kritikai design pedig a művészet és design határterületére helyezi a tervezői önkifejezést, szimbolikus és kulturális jelentéstartalommal gazdagítva az alkotói folyamatot. A hagyományos problémamegoldásokon túlmutató szemlélet előtérbe helyezi a gondolkodásra és vitára ösztönzést, valamint egzisztenciális és társadalmi kérdések felvetését. Ezzel hangsúlyossá válik a társadalmi felelősségvállalás és az etikai részvétel. A kritikai tervezés során a tervezők autonómiát, reflektív szemléletet és aktív állásfoglalást vállalnak, ezáltal elősegítik a különböző globális problémák feltárását és megvitatását.

Abstract

The dissertation examines the contemporary role and social significance of a critical attitude in graphic design. This perspective is distinctive in that it integrates practical, theoretical, social, and ethical considerations, thereby moving beyond conventional formal, technical, and aesthetic frameworks. Within this context, the designer is not merely a professional specialist, but an active participant and shaper of social discourse, assuming responsibility for the broader impact of their decisions. In this approach, visual language becomes a carrier of political and ideological messages, and critical design situates creative expression at the intersection of art and design, enriching the design process with symbolic and cultural meaning. Rather than focusing solely on traditional problem-solving, this viewpoint prioritizes fostering reflection, debate, and the raising of existential and social questions. As a result, social responsibility and ethical engagement become central concerns. In the process of critical design, designers embrace autonomy, reflective thinking, and active advocacy, thereby facilitating the exploration and discussion of global issues.

A 20. század kritikai szemléletének felerősödése gyökeresen át-rajzolta a tervezőgrafika szakmai és elméleti hátterét. Napjaink társadalmi, politikai, ökológiai és gazdasági kihívásai egyre inkább arra ösztönzik a kreatív szakembereket, hogy az alkalmazkodó, megrendelés-orientált szerepkörből kilépve felelős, proaktív és reflexív alkotóként vegyenek részt a vizuális kultúra, és ezen keresztül a társadalom alakításában. A kutatás célja, hogy feltárja és értelmezze a kritikai grafika társadalmi, kulturális és szakmai dimenzióit, bemutatva, miként válik a kritikai attitűd és reflexió hosszú távon a design egyik legfőbb jövőformáló potenciáljává.

Hipotézisem szerint a kritikai grafika sajátos státusza éppen abból fakad, hogy egyszerre alkalmaz gyakorlati, elméleti, társadalmi és etikai szempontokat. Ez a szemlélet meghaladja a vizuális megoldások formai, technikai vagy esztétikai értékelésének hagyományait, és ráirányítja a figyelmet a design ökológiai, politikai, társadalmi következményeire. A design ezen újradefiniált értelmezése szerint a tervező már nem csupán egyfajta szolgáltatási szellemiségben dolgozó specialista, hanem részese, sőt alakítója a társadalmi diskurzusoknak, felelősséggel tartozik döntéseinek hatásaiért.

A dolgozat abból a szemléletből indul ki, hogy a kritikai hozzáállás napjainkban már nemcsak egy lehetőség, hanem egyre nagyobb jelentőséget kap a szakmai fejlődés és a kortárs vizuális kommunikáció területén. Ezt igazolja a szakmai publikációk, manifesztumok és nemzetközi design-mozgalmak körének látványos bővülése.

Fontos kérdése a dolgozatnak, hogy a kritikai design hogyan viszonyul a társadalmi részvételhez, igazságossághoz, együttműködéshez, illetve, hogy miként teremt lehetőséget alternatív narratívák, fogalmi rendszerek vagy szimbolikus ellenhatalmak kialakulásának. A tervező szerepének újragondolása nem csupán a szakma belső fejlődéstörténetét jelzi, hanem hozzájárul egy átfogóbb társadalmi tudatosság, felelősségvállalás és reflexió elterjedéséhez is. Ez a kutatás tehát nemcsak a kritikai grafika történeti, elméleti és társadalmi dimenzióit vizsgálja, hanem aktívan formálja a diskurzust arról, hogy miben rejlik a tervezőgrafikus valódi felelőssége a 21. században.

A kortárs tervezőgrafika fejlődése nem értelmezhető társadalmi, filozófiai és elméleti háttér megértése nélkül, hiszen mindennapi alkotói döntéseink mögött is ezek a mélyebb rétegek húzódnak meg. Emiatt elengedhetetlenül szükséges feltárni, hogy milyen elméleti hatások formálták a szakmai gondolkodást, és mik azok

az intellektuális irányzatok, amelyek túlmutatnak a gyakorlati problémamegoldáson. Ezért a dolgozat következő fejezete a kritikai elmélet valamint a különböző társadalomelméleti irányzatok designra gyakorolt hatásával foglalkozik, megmutatva azt a gondolati környezetet, amelyben a kritikai design diskurzusa kibontakozhatott és új utakat nyithatott a vizuális kommunikációban.

II. A kritikai elmélet hatása a design diskurzusra

A 20. század második felében kibontakozó kritikai elmélet (kritikai gondolkodás) alapvetően alakította át a vizuális kommunikáció, különösen a tervezőgrafika területét. Ez a társadalomkritikai és filozófiai irányzat nemcsak a társadalmi és politikai kérdések megértésére gyakorolt jelentős hatást, hanem a vizuális üzenetek, a design termékek és folyamatok értelmezését is új alapokra helyezte. Kiemeli, hogy a vizuális kultúra nem semleges, hanem ideológiailag és hatalmi viszonyok által meghatározott.

A kritikai elmélet eredetileg a frankfurti iskola (Horkheimer, Adorno, Marcuse) társadalomkritikai nézeteire¹ épült, mely szerint a tömegkultúra, így a design is, a kapitalista rendszer ideológiai reprodukciójának eszköze. Ez a nézőpont alapvetően megváltoztatta a design szerepéről alkotott képünket, miszerint a vizuális kommunikáció nem pusztán esztétikai vagy funkcionális kérdés, hanem a társadalmi hatalom, ideológia és a kulturális reprezentáció színtere. A kritikai design így a hatalmi struktúrák, a társadalmi normák és a kulturális kódok feltárására, dekódolására helyezte a hangsúlyt.

Stuart Hall dekódoláselmélete (kódolás–dekódolás modell)² tovább mélyítette ezt a perspektívát, hangsúlyozva, hogy a vizuális üzenetek befogadása aktív, értelmező folyamat, melyben a nézők különböző olvasatokat alakíthatnak ki. Ez a modell rámutat arra, hogy a vizuális kommunikáció nem passzív, hanem a társadalmi hatalmi viszonyok és ideológiai kódok folyamatos újraértelmezése révén működik.

A feminista és posztkoloniális kritika³ pedig a reprezentáció, identitás és kulturális hegemonia kérdéseit helyezte a középpontba, kimutatva, hogy a design nemcsak a társadalmi normák tükrözője, hanem azok reprodukálója is lehet. Ez a szemléletmód a vizuális nyelvet, a szimbólumokat és a formákat politikai és társadalmi eszközökké alakította, melyekkel a marginalizált csoportok, nemi és etnikai kisebbségek hangját lehetett erősíteni vagy éppen elnyomni.

A kritikai elmélet hatására a design nemcsak a társadalomkritika eszközévé vált, hanem a kritikai gyakorlat egyik fő irányává is.

Marshall McLuhan filozófus kutatásaiban a médiumok és a nyelv összefüggéseit vizsgálva rámutatott arra, hogy a vizuális kommunikáció nemcsak közvetítő eszköz, hanem aktív résztvevő a társadalmi változásokban. McLuhan „A médium az üzenet”⁴ elmélete szerint a médium maga formálja a társadalmi struktúrákat, így a grafika is a társadalmi ideológiák és hatalmi viszonyok alakításában játszik szerepet.

Ezt a gondolatkört erősíti a francia filozófus, Roland Barthes is, aki a szemiotika kérdéskörében írta le, hogy a vizuális nyelv nemcsak közvetít, hanem értelmez és ideológiai üzeneteket is közvetít. Barthes szerint a reklámgrafika, a politikai plakátok és a szimbólumok nemcsak a jelentést közvetítik, hanem a társadalmi hatalom és a kulturális identitás szimbólumaivá válnak.⁵ Ez a kritikai szemlélet alapozta meg a későbbi vizuális kultúra- és médiakutatásokat, amelyek a kritika design társadalmi és ideológiai dimenzióit vizsgálják.

A kritikai design projektekben a tervező tudatosan vállal kérdéseket, provokál, alternatív jövőképeket vizualizál, és a fennálló viszonyok megkérdőjelezését célozza. Ezek a projektek nem a problémák megoldására, hanem azok felvetésére, a társadalmi diskurzus elindítására szolgálnak, így a design aktív politikai és ideológiai szereplővé válik.⁶

A módszertani és szemléleti változások is e hatás eredményeként történtek. A design egyre inkább interdiszciplináris lett, a szociológia, filozófia, kultúratudomány, szemiotika és diskurzuselemzés módszerei integrálódtak a vizuális kommunikáció vizsgálatába. Ez a megközelítés lehetővé tette, hogy a design ne csupán a formák és színek kérdését vizsgálja, hanem a társadalmi hatalmi viszonyokat, ideológiákat és reprezentációs stratégiákat is.⁷

A kritikai elmélet eszköztára lehetővé tette, hogy a design ne csupán alkalmazott művészeti területként, hanem társadalmi, kulturális és filozófiai jelentéshordozóként is értelmezhető legyen; ez az átértelmezés a vizuális kultúra mélyebb rétegeit is feltárja. Az ilyen elméleti alapozás hozzájárult ahhoz, hogy a tervező egyre inkább közéleti szereplőként definiálja magát, aki egyszerre reagál és reflektál korának kihívásaira. A fejezet gondolati ívének folytatásaként a posztmodern tervezőgrafika kritikai hagyományait vizsgálom, rámutatva, hogy a modernizmus után miként alakultak ki olyan új irányzatok, amelyek a vizuális nyelv, az autonómia és az értelmezés sokszínűségét helyezték előtérbe.

¹ Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung* (Fischer Taschenbuch, 1988).

² Stuart Hall, „Encoding/Decoding”, in *Culture, Media, Language*, szerk. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe és Paul Willis (London: Hutchinson, 1980.), 51-61.

³ Douglas Kellner, „New Media and New Literacies: Reconstructing Education for the New Millennium”, in *The Handbook of New Media*, szerk. L. Lievrouw, S. Livingstone (Thousand Oaks, 2002.), 90-104.

⁴ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (McGraw-Hill, 1964).

⁵ Roland Barthes, *Mythologies* (Hill and Wang, 1972), 143.

⁶ Anthony Dunne, Fiona Raby, *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming* (Cambridge: MIT Press, 2013), 34.

⁷ Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, 2. kiadás (London: Thames & Hudson, 2006).

III. A posztmodern tervezőgrafika kritikai hagyományai

A posztmodern irányzat olyan fordulópontot jelentett a tervezőgrafika történetében, amikor a modernizmus egyetemes, racionális és funkcionális elveit először vonták széles körben kétségbe. Ez a szemléletváltás nem egyszerűen új formavilágot hozott, hanem megteremtette annak elméleti alapját is, hogy a sokféleség, a stíluskeverések, a széttöredezésre építő kísérletek és az értelmezések nyitottsága a grafikai tervezés középpontjába kerülhessenek. Ez a sokszínűség és irónia nem csupán esztétikai kérdés, hanem a társadalmi és politikai kérdések tudatos tematizálásának eszköze is, amely a design autonómiáját és kritikai szerepét erősíti. A posztmodern grafika egyik kritikai eszköze a dekonstrukció, amely a megszokott arculati és tipográfiai elemek széttöredezésével, a szándékosan nehezen olvasható vagy értelmezhető vizuális rétegek alkalmazásával a jelentés viszonylagosságát és a befogadói aktivitás szükségességét hangsúlyozza.⁸

A posztmodern tervezőgrafikai megoldások nem csupán a formai játékoságban és az irónia alkalmazásában nyilvánulnak meg, hanem a személyesség és a szubjektivitás hangsúlyozásában is, mint a befogadó aktív szerepének elismerésében. A tervezőgrafika ebben a korszakban már nem egyértelmű üzenetet közvetít, hanem inkább nyitott, többféleképpen értelmezhető rendszert alkot, ahol a néző aktív közreműködése nélkül a jelentés nem születik meg. Ez a párbeszédre és közös gondolkodásra építő látásmód a posztmodern tervezés egyik legfontosabb eszköze, amely lehetővé teszi a megszokott szabályok és hatalmi viszonyok folyamatos újragondolását.

A magán- és közösségi szféra közötti határok elmosódása, a tömegkultúra és a magaskultúra közötti szakadék áthidalása szintén a posztmodern design hagyományának része. A punk, a DIY-mozgalmak, az ellenkultúrák és a kortárs aktivista irányzatok mind-mind a design autonómiáját és kritikai szerepét erősítik, miközben a vizuális nyelvet a társadalmi és politikai kérdések eszközeként teszik. A tömegkultúra beáramlása, a vállalat identitás kritikája és az alternatív, ellenkulturális vizuális stratégiák mind-mind a posztmodern design kritikai hagyományának részei, amelyek a design társadalmi szerepének újraértelmezését szolgálják.

A tipográfiában is új megoldások születtek, például a szabályalapú, semleges betűhasználat helyett a játékos, érzékeny és gyakran szándékosan hibás vagy szokatlan alkalmazások kerültek előtérbe. A betűk, logók és szimbólumok társadalmi és kulturális

jelentésrétegeinek kiszélesítése, a kontextusfüggő értelmezés, a fragmentált szerkezetek alkalmazása a vizuális nyelvezet sajátosságává váltak.⁹

Mindez új alapokra helyezte a tervezőgrafika társadalmi és kulturális szerepének értelmezését, így vált a posztmodern hagyomány a kortárs kritikai szemlélet egyik megkerülhetetlen forrásává. Az elmúlt évtizedekben újabb kritikai irányzatok és friss szemléletek jelentek meg. A mai grafikai gyakorlatban egyre inkább előtérbe kerülnek olyan törekvések, amelyek nem pusztán a megszokott esztétikai szabályokhoz vagy társadalmi kérdésekhez viszonyulnak, hanem aktívan keresik a kapcsolatot a nézővel, és érzékenyen reagálnak a technikai, környezeti vagy közösségi változásokra. A következő fejezetben ezeknek az újfajta, kritikus szemléletet képviselő irányoknak a sajátosságait veszem sorra, különös figyelmet fordítva arra, miként alakítják át a kortárs tervezőgrafika társadalmi szerepét és jelentőségét.

IV. Kortárs kritikai paradigmák

Azért tartom különösen fontosnak a kortárs kritikai irányzatok vizsgálatát, mert ezek alapjaiban alakítják át a tervezőgrafika elméleti és gyakorlati kereteit a 21. században. Úgy gondolom, hogy ezek az új, sokrétű megközelítések jelentősen bővítik a design társadalmi szerepkörét, hiszen a tervezői gondolkodást az esztétikai és technológiai szempontokon túl a társadalmi, gazdasági, ökológiai és etikai kérdések felé is nyitják. Ez teremti meg azt a szemléleti alapot, amelyben a tervező nem csupán alkotó, hanem tudatosan felelősséget vállal a világ formálásáért. Az ilyen átfogó szemlélet segít megérteni a grafika társadalmi beágyazottságát, és lehetőséget ad arra, hogy a tervezők saját munkájukat szélesebb kontextusban értelmezzék. Ez a hozzáállás lehetővé teszi, hogy ne csak szakmai, hanem társadalmi párbeszédet is kezdeményezzünk.

A kortárs kritikai design alapvető jellemzője a rendszerszemlélet, amely a tervezést nem elszigetelt, esztétikai vagy funkcionális tevékenységként, hanem összetett társadalmi, gazdasági, technológiai és környezeti rendszerek részeként értelmezi. Ez a holisztikus szemlélet elismeri, hogy minden tervezői döntés szerepet játszik a „világalkotásban”¹⁰; a tervezőt arra ösztönzi, hogy ne csak egy-egy problémát oldjon meg, hanem a tágabb összefüggéseket és hosszú távú hatásokat is figyelembe vegye. Így a design kritikai eszközzé válik, ami segíthet megkérdőjelezni a fennálló normákat és alternatívákat keresni.

⁸ Mr. Keedy, *Graphic Design in the Postmodern Era*, 1998, <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/Graphic-DesigninthePostmodernEra> hozzáférés: 2025.08.13.

⁹ Dong-Sik Hong, *The Status and the Prospects of Deconstruction in Graphic Design*, 2006, <https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=2626&context=drs-conference-papers> hozzáférés: 2025.08.13.

¹⁰ Bruno Latour, *Reassembling the Social* (New York: Oxford University Press, 2005), 24.

Anthony Dunne és Fiona Raby központi gondolata a spekulatív design¹¹ amely nem a jövő megjósolásra vagy a problémák közvetlen megoldására törekszik, hanem „Mi lenne, ha...?” típusú kérdésekkel próbál társadalmi párbeszédet generálni. Ez a megközelítés azt vallja, hogy a design mindig is fikciókkal dolgozott – képzeletbeli felhasználóknak képzeletbeli szükségleteket elégít ki –, de ezt a kreatív potenciált tudatosan ki kellene aknázni.

Az igazságos design (Design Justice)¹² a befogadás, az elnyomott csoportok erősítése és a közösségi döntések hangsúlyozása mellett teszi le a voksát. Ez az irányzat a társadalmi igazságosságot és a résztvevő tervezési folyamatokat helyezi középpontba, ezzel biztosítva, hogy a design ne maradjon semleges, hanem valódi politikai és etikai felelősséget vállaljon.

A dekolonizáló design¹³ célja a nyugati, uralkodó gondolkodásmódok lazítása, helyi értékek és bennszülött tudások tiszteltetben tartása, a kulturális sokszínűség megőrzése. Így a design a globalizáció kihívásaira is választ adhat, elősegítve a helyi identitás megőrzését és a kulturális önrendelkezést.

Az szemben álló design¹⁴ főként a politikai konfliktusokra, társadalmi vitákra reflektál. Célja, hogy a design eszközeivel indítson el kritikus, provokatív, esetenként ellenálló párbeszédet. Carl DiSalvo szerint a konfliktusok nem elkerülendők, hanem a társadalmi változás motorjai lehetnek.

A kutatásalapú design¹⁵ elmélet pedig a tudástermelés és a reflexió szerves részévé teszi a design folyamatát, ahol a prototípusok és a gyakorlat nemcsak eredmények, hanem kutatási módszerek is egyben. Ez az irányzat az interdiszciplinaritást, a társadalmi kérdésekbe való mélyebb bevonódást és a tudás folyamatos bővítését támogatja.

Összességében a kortárs kritikai irányzatok kiemelik a design társadalmi felelősségét, aktív szerepvállalását és azt a képességet, hogy kérdéseket tegyen fel, reflexív és változást ösztönző gyakorlatokat alakítson ki. A módszertani sokszínűség, valamint a közösségi és etikus szemlélet eredményeként a tervezés nem csupán egy eszköz marad, hanem maga is meghatározó, alakító tényezővé válik a társadalmi folyamatokban. Napjainkban a design valódi hatása abban rejlik, hogy aktívan részt vesz a társadalmi, környezeti és politikai problémák megközelítésében, elősegíti a kritikus gondolkodást, és számos tudományterület szemléletét ötvözi.

A fejezetben bemutatott elméletek nem egységesen jelennek meg minden társadalmi-kulturális kontextusban, hiszen a helyi hagyományok, tradíciók és vizuális örökségek olykor egészen különböző irányokat eredményeznek. Ezeknek az egyedi, sokszínű fejlődési utaknak a megértése hozzásegít ahhoz, hogy a nemzetközi design diskurzusban releváns és autentikus módon kapcsolódjunk

a globális közösséghez. Ezért szükségszerű a kritikai design nemzetközi és lokális variációinak vizsgálata, mely során feltárhatjuk, hogy a nemzeti hagyományok és a globális trendek miként találkoznak a kortárs tervezőgrafikai diskurzusban.

V. Nemzetközi perspektívák és lokális sajátosságok

A nemzetközi perspektívák és a helyi sajátosságok tükrében megállapítható, hogy a kritikai design világszerte rendkívül sokszínű és sokrétű hagyományokra épül, melyek regionális és történeti sajátosságokkal is bírnak. Az egyes országok, műhelyek és mozgalmak saját történelmi, kulturális vagy politikai kontextusban formálták meg kritikai diskurzusaikat, amelyek továbbra is meghatározók a nemzetközi tervezőgrafika térképén. Ezek az irányzatok nemcsak a vizuális esztétikát, hanem a társadalmi felelősségvállalás, részvétel és alkotói szabadság kérdéseit is újraértelmezik, és lehetővé teszik, hogy a design a társadalmi diskurzus aktív részese legyen.

A svájci iskola az 1960-as, 70-es években hozta létre a Swiss Style¹⁶ irányzatát, amely a funkcionalitásra, tiszta átláthatóságra, logikus kompozíciók és tipográfiai rendszerekre épült. E mozgalom központi értéke volt a rendszeralapú gondolkodás, a világos vizuális hierarchia és a strukturált tipográfia, amelyek ma is meghatározóak a nemzetközi grafikai tervezésben. Ugyanakkor a kritikai diskurzusban is megjelent, mint a társadalmi és politikai kérdések elkerülését hangsúlyozó, de a formanyelvet tudatosan használó irányzat. A svájci iskola kritikája gyakran a formalizmusa és a politikai passzivitása ellen irányult, viszont a kritikai diskurzusban a racionalitás és a funkcionalitás társadalmi felelősségvállalásával is foglalkoztak.

A francia Atelier Populaire¹⁷ a 1968-as párizsi diáklázadások idején alakult, mint a társadalmi változásokat és a politikai aktivizmust közvetítő műhely. Ez az irányzat a szocialista és kommunista ideológiák vizuális megjelenítését, a politikai plakátokat és a társadalmi aktivizmust helyezte a középpontba. A kritikai diskurzusban az Atelier Populaire a vizuális aktivizmus egyik legfontosabb példjaként vált ismertté, ahol a grafika nemcsak esztétikai, hanem politikai eszköz is volt a társadalmi változások érdekében.

A francia diákmozgalmak eredményeként jött létre a Grapus Stúdió¹⁸, amely a lengyel plakátstílusból inspirálódott, és a svájci grafikai stílus ellenkezőjét képviselték, élénk színek, kézzel írott szövegek, elmosott fényképek és foltok, és kollázstechnikák. Különösen

¹¹ Anthony Dunne, Fiona Raby, *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming* (Cambridge: MIT Press, 2013), 100.

¹² Sasha Costanza-Chock, *Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need* (Cambridge: MIT Press, 2020).

¹³ Elizabeth (Dori) Tunstall, *Decolonizing Design: A Cultural Justice Guidebook* (Cambridge: MIT Press, 2023).

¹⁴ Carl DiSalvo, *Adversarial Design* (Cambridge: MIT Press, 2015).

¹⁵ Peter Dalsgaard, *Research In and Through Design - An Interaction Design Research Approach*, 2010, <https://www.peterdalsgaard.com/documents/publications/Dalsgaard%20-%20Research%20in%20and%20through%20design.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

¹⁶ Callie Budrick, *Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers*, 2020, <https://www.printmag.com/featured/swiss-style-principles-typefaces-designers/> hozzáférés: 2025.08.13.

¹⁷ Liz McQuiston, *Protest! A History of Social and Political Protest Graphics* (New Jersey: Princeton University Press, 2019.), 90.,119.

¹⁸ Tiphaine Guillemeau, Graphéine, Pierre Bernard & Grapus, "Graphic design of public utility", 1942/2015, 2016, <https://www.graphéine.com/en/history-of-graphic-design/pierre-bernard-grapus-graphic-design-of-public-utility> hozzáférés: 2025.08.13.

jellemző volt rájuk a „détournement” technika. A „détournement” kifejezés az eltérítés, üzenet átírása, kizökkentés fogalommal helyettesíthető. A lényeg tehát az, hogy egy elemet – legyen az kép, üzenet vagy tárgy – kontextusából kiragadva új, többletjelentést adunk neki. Célja a megszokott kapcsolatokra való rákérdezés és azok kritikus vizsgálata. Ilyen szabotázsakciókkal a kommercializált média egyeduralmával szemben keresnek alternatív lehetőségeket.

Az 1970-as évek New Wave¹⁹ (vagy Swiss Punk) irányzatát elsősorban Svájcban és az Egyesült Államokban terjesztettek el olyan alkotók, mint Wolfgang Weingart vagy Dan Friedman, akik a svájci funkionalista szabályokat kezdték el felbontani és újraértelmezni. A New Wave létrehozta a szándékosan dinamikus, aszimmetrikus, vizuálisan zavarba ejtő tipográfiai rendszereket, amelyek az olvashatóság határait feszegették. Ez az irányzat friss lendületet és kísérletező szellemet vitt a kortárs plakát-, kiadvány- és arculattervezés világába.

Az 1976-ban Milánóban alapított Studio Alchimia²⁰ a radikális olasz design késői hullámának egyik legösszetettebb, legtöbb műfajt átfogó formációja volt, ahol az ipari és kézműves gyártás, a pop-kultúra, a posztmodern filozófia és a társadalomkritika találkozott. A Nuovo Design néven ismert esztétikai filozófiájukban az ipari funkcionálizmust a narratív, érzelmi, ironikus, díszített alkotások irányába tolta el.

A brit punk grafika²¹ a hetvenes évek végétől (Jamie Reid, Neville Brody) a kollázsszerű, provokatív, „csináld magad” (DIY) attitűdöt terjesztette el a tervezőgrafikában, szembeszállva minden tipográfiai vagy szerkesztési konvencióval. Ez a vizuális nyelvezet az alulról jövő, önszerveződő kezdeményezéseknek adott új lehetőségeket, az alternatív sajtótól a független zeneiparig, a politikai utcai plakátokig számos területen nyomot hagyott. A punk vizuális öröksége ma is élő, például az újrachasznosított, kollázsszerű arculati és márkastratégiákban.

Az 1990-es években jelent meg a grunge stílus, amelynek egyik legismertebb példája David Carson Ray Gun²² magazinja. A stílus aszimmetrikus, többrétegű, szabálytalan elrendezéseivel és szándékos torzításaival nagyobb mozgásteret biztosított a spontaneitásnak és az önkifejezésnek. A grunge vizualitás a tömegkultúra, zenei szubkultúrák és alternatív médiumok világát emelte be a tervezőgrafikába, széttörve a funkcionális tisztaság és a professzionális sztenderdek uralmát.

A kortárs tervezőgrafikában a generatív és adat-alapú vizualitás is egyre meghatározóbb. A generatív grafikák, adat-vizualizációk (például Giorgia Lupi munkássága)²³ és interaktív médiumok lehetővé teszik, hogy innovatív módon vizualizáljuk a társadalmi és környezeti problémákat.

A kritikai design történeti és nemzetközi stílusainak folyamatos fejlődése meghatározó jelentőségű a kutatásom és mestermunkám szempontjából. Kiemelten fontos, hogy ezeknek a stílusoknak a megújuló, egymásra épülő fejlődése máig inspirációként szolgál a kortárs tervezőgrafikában. Ez a sokszínű, egymást gazdagító fejlődés az alapja annak, hogy a tervezőgrafika mindig képes reflektálni a társadalmi változásokra, párbeszédet generálni és valós hatást gyakorolni környezetünkre. Kutatásom számára ezek a történeti és kortárs példák azért különösen inspirálóak, mert segítenek önálló, releváns szakmai állásfoglalást kialakítani, és támogatják a grafikai tervezés tudatos, felelősségteljes, megújuló szakmai szemléletét.

A nemzetközi és helyi kontextusok elemzése után elengedhetetlen megvizsgálni, hogy a vizuális kommunikáció milyen retorikai és formai eszközökön keresztül valósítja meg a kritikai attitűdöt, hiszen az elméleti keret csak a megfelelő, innovatív eszköztárral válik hatékony diskurzusá. A vizuális nyelv változásai tehát nemcsak esztétikai, de mély társadalmi jelentéshordozók is. Ennek részeként a következő fejezet a vizuális nyelv kísérletező, ironikus, dekonstruktív és aktivista stratégiáit állítja középpontba.

VI. Vizuális nyelv és retorikai eszközök

A vizuális nyelv és retorikai eszközök szerepe a kritikai design elméletében összetett és folyamatosan alakul, ahol a dekonstrukció, appropriáció, irónia, szatíra, valamint az letisztult funkcionális vagy a részletgazdag, kísérletező vizuális megoldások egymásra hatva formálják a grafikai kommunikáció diskurzusát. Jacques Derrida dekonstrukciós szemlélete²⁴ szerint a vizuális jelek nem maguktól értetődőek, hanem társadalmi kontextusban, folyamatos újraértelmezés révén bontakoznak ki. A dekonstrukció felélesztésével a tervezőgrafikusok tudatosan feszültséget, sokjelentésűséget és nyelvi játékosságot vezetnek be a vizuális kódok közé, ezzel kihívást intézve a nézők értelmezési kereteihez.

Simon Bowen „kritikai artefaktumok”²⁵ fogalma szerint a design objektumok képesek arra, hogy megkérdőjelezzék a beágyazott ideológiákat. A tervezőgrafika területén a kritikai artefaktumok lehetnek olyan tipográfiai rendszerek, amelyek felborítják az olvashatóság hagyományos szabályait. Továbbá olyan vizuális identitások, amelyek ironikusan reflektálnak a márkaépítés mechanizmusaira.

Kálmán Tibor magazinborítói (Colors Magazine)²⁶ bizonyítják ezt a megközelítést, provokatívak, társadalmi tabukat feszegetnek,

¹⁹ New Wave Typography, 2011, http://www.designhistory.org/PostModern_pages/NewWave.html hozzáférés: 2025.08.13.

²⁰ Irene Sofia Comi, *Studio Alchimia*, 2022, <https://www.domusweb.it/en/movements/studio-alchimia.html> hozzáférés: 2025.08.13.

²¹ Emily Gosling, *Neville Brody on Navigating Graphic Design's Shifting Identity*, 2021, <https://eyeondesign.aiga.org/neville-brody-on-navigating-the-shifting-identity-of-graphic-design/> hozzáférés: 2025.08.13.

²² Paul Miranda, *David Carson: Surfing the Unconventional Waves of Zapfs Dingbats*, 2020, <https://medium.com/@yopaulmiranda/david-carson-surfing-the-unconventional-waves-of-zapfs-dingbats-52a520186c64> hozzáférés: 2025.08.13.

²³ Giorgia Lupi, *The Room of Change*, 2019, <https://giorgialupi.com/the-room-of-change> hozzáférés: 2025.08.13.

²⁴ Jacques Derrida, *Of Grammatology*, Corrected edition (Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997), 77-78.

²⁵ Simon Bowen, *Critical Theory and Participatory Design*, 2010, <https://www.cl.cam.ac.uk/events/experiencingcriticaltheory/Bowen-ParticipatoryDesign.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

²⁶ Madeleine Morley, *A Review of COLORS, an Exceptional Book About a Magazine About the Rest of the World*, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-review-of-colors-a-book-about-a-magazine-about-the-rest-of-the-world/> hozzáférés: 2025.08.13.

27 Kalle Lasn, Bill Schmalz, *Adbusters*, 1989, <https://www.adbusters.org/> hozzáférés: 2025.08.13.

28 Benetton Group, *Oliviero Toscani (1942-2025)*, 2025, <https://world.benetton.com/l/oliviero-toscani-1942-2025.html> hozzáférés: 2025.08.13.

29 Giulia Riva, *Shepard Fairey: The Art and Story of OBEY*, 2024, <https://www.blocal-travel.com/artists/obey-shepard-fairey-art/> hozzáférés: 2025.08.13.

30 Jan S. Ramirez, *Remembering Milton Glaser, Designer for Windows on the World and Creator of "I Love NY" Logo*, 2020, <https://www.911memorial.org/connect/blog/remembering-milton-glaser-designer-windows-world-and-creator-i-ny-logo> hozzáférés: 2025.08.13.

31 Jesse Thorn, *Kathe Kollwitz, a founding member of feminist art collective The Guerilla Girls*, 2019, <https://www.npr.org/2019/05/30/728432406/kathe-kollwitz-a-founding-member-of-feminist-art-collective-the-guerilla-girls> hozzáférés: 2025.08.13.

32 Emma Latham Phillips, *The Tate is displaying rarely seen work by Jenny Holzer, and it's free to the public*, 2018, <https://www.itsnicethat.com/news/jenny-holzer-artist-rooms-tate-modern-exhibition-240718> hozzáférés: 2025.08.13.

33 Graphéine, *Paul Rand, everything is design!*, 2019, <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/paul-rand-everything-is-design> hozzáférés: 2025.08.13.

és erőteljes képi világgal keltik fel a figyelmet. Kálmán gyakran meglepetéskeltető vagy felforgató módon jelenített meg faji és kulturális átváltozásokat, például hírességeket ábrázolt más etnikai jegyekkel, ezzel hangsúlyozva a társadalmi előítéletek problematikáját. Hite, hogy a grafikai tervezés a társadalmi aktivizmus hatékony eszköze lehet; hangsúlyozta, hogy a tervezőknek kevésbé a részleteken, sokkal inkább az üzenet lényegén kellene dolgozniuk.

A culture jamming – vagyis a kulturális manipuláció – célja, hogy a megszokott médiakódokat és reklámyelvet szatirikusan, kritikusan vagy provokatívan átírja. Az *Adbusters*²⁷ kollektíva stratégiája az, hogy a reklámok vizuális eszközeit fordítja saját maga ellen, kiforgatva és parodizálva a kereskedelmi kommunikációt. A legismertebb globális példák közé tartozik a Benetton plakátsorozat²⁸, melyet Oliviero Toscani készített, ahol a társadalmi problémák – például AIDS, rasszizmus, háború – vizuálisan sokkoló hatásúak voltak.

Az appropriáció, azaz a jelentések kisajátításának és átformálásának technikája szintén alapvető a kritikai grafikai gyakorlatban. Shepard Fairey OBEY²⁹ kampánya André the Giant birkózó képének átdolgozásával indult 1989-ben, majd globális vizuális mozgalommá nőtte ki magát. Fairey 2008-as Obama Hope plakátja a politikai propaganda vizuális nyelvét használva közvetített új jelentést, progresszív társadalmi üzenetet.

Az ironia és satíra alkalmazása a kritikai designban gyakran túlzás, ellentét vagy paradoxon révén teremt többrétegű, kritikus értelmezést. Erre jó példa Milton Glaser híres I Love New York logója, amely a 9/11 után átalakított, sérült szívű változatával³⁰ új jelentést és társadalmi érzékenységet kapott. Ugyanígy említhető a Guerrilla Girls plakátkampánya³¹, amely humorral és satirikus grafikákkal hívja fel a figyelmet a művészeti világ nemi egyenlőtlenségeire, vagy Jenny Holzer LED-es tipográfiai installációi³², amelyek ironikus, provokatív üzenetekkel reflektálnak társadalmi tabukra és hatalmi viszonyokra.

A minimalista, funkcionális vizuális nyelvezet a letisztult, egyértelmű formákat és a könnyen értelmezhető tipográfiát helyezi előtérbe, amelyekben minden forma és betű választása világos funkcióval bír. Paul Rand munkássága³³ a svájci tipográfia hatását hozta Amerikába, hangsúlyozva az egyszerűség és funkcionalitás elveit. Legendás logói és grafikái a minimalista megközelítés példái, tiszta formák, kevés elem, de erős kommunikációs hatás. Ugyanebben a vizuális szemléletben alkotott Armin Hofmann³⁴ és Emil Ruder³⁵, akik a svájci stílus meghatározó alakjaiként váltak ismertté, valamint Wim Crouwel³⁶ holland tervező, akinek tipográfiai rendszerei és rácsszerkezetei a minden részletre kiterjedő funkcionalitást érvényesítették.

Ezzel ellentétben a részletgazdag, kollázsszerű, kísérletező tipográfiájú megoldások a gazdag formai játékot, variálható szerkezeteket, narratív és vizuális sokrétegűséget hangsúlyozzák. Neville Brody munkássága a punk kultúra és a konstruktivizmus ötvözésével forradalmasította a magazintervezés világát. A *The Face*³⁷ magazin kreatív igazgatójaként radikálisan kísérletezett a tipográfiával, megszegve a hagyományos szabályokat. April Greiman³⁸ a digitális grafika úttörőjeként kollázsszerű, színes, asszociatív kompozíciókat alkotott, amelyekben a tipográfia és a képi elemek szervesen összefonódnak. Stefan Sagmeister³⁹ munkáit a folyamatos kísérletezés, új anyagok és technikák kreatív alkalmazása jellemzi, amely során a tipográfiát gyakran szokatlan környezetbe vagy installációba helyezi.

Összefoglalva, a vizuális nyelv és a képi kifejezőeszközök tudatos használata alapvetően meghatározza, hogyan értelmezhető és milyen hatást vált ki a kritikai szemléletű tervezés. Kutatásom szempontjából kiemelten fontos, hogy a vizuális kommunikáció soha nem semleges, hanem mindig társadalmi, kulturális és politikai jelentéseket közvetít. Ez vizuális nyelvi kísérletezés mélyen társadalomformáló, kritikai jelentőségű is – ez pedig elengedhetetlen ahhoz, hogy a kortárs tervezőgrafika gyakorlatát és kutatásomat új, releváns távlatok felé nyissa meg.

Mindezek a formai és retorikai eszközök nem kizárólag a vizuális nyelvben jelennek meg, hanem a szakmai párbeszédben, publikációkban és kiáltványokban is; a kritikai design tehát nemcsak képi, hanem szöveges kifejezőmódokban is formálja a szakmai identitást. Az alábbi fejezet ezt a teoretikus háttérrel vizsgálja, kiemelve, hogyan alakítják a kritikai publikációk a szakmai fejlődést.

34 Angelina Lippert, *Armin Hofmann: 1920–2020*, 2020, <https://posterhouse.org/blog/armin-hofmann-1920-2020/> hozzáférés: 2025.08.13.

35 Typeroom, *In grid we trust: Emil Ruder aka the iconic pioneer of Swiss Style*, 2020, <https://www.typeroom.eu/in-grid-we-trust-emil-ruder-aka-the-iconic-pioneer-of-swiss-style> hozzáférés: 2025.08.13.

36 Typeroom, *In Memoriam: Wim Crouwel 1928–2019*, 2019, <https://www.typeroom.eu/in-memoriam-wim-crouwel-1928-2019> hozzáférés: 2025.08.13.

37 Aimée McLaughlin, *The Story of The Face: how the cult magazine changed British culture*, 2017, <https://www.designweek.co.uk/issues/13-19-november-2017/story-face-cult-magazine-changed-british-culture/> hozzáférés: 2025.08.13.

38 Hue&Eye Magazine, *April Greiman | The Designer Who Redefined Visual Communication*, 2025, <https://www.hue-andeye.org/april-greiman/> hozzáférés: 2025.08.13.

39 Ingrid Constant, *Stefan Sagmeister: 7 Key Works on Graphic Design*, 2020, <https://www.domestika.org/en/blog/3292-stefan-sagmeister-7-key-works-on-graphic-design> hozzáférés: 2025.08.13.

VII. Kritikai publikációk hatása a szakmai fejlődésre

Ebben a fejezetben azt vizsgálom, hogy a kritikai publikációk milyen szerepet játszottak a tervezőgrafika szakmai fejlődésében. Úgy vélem, hogy a különféle kiáltványok, elméleti tanulmányok és folyóiratok jelentős mértékben hozzájárultak a design gondolkodásának átalakulásához, a szakma öntudatának és önreflexiójának erősödéséhez. Arra keresem a választ, hogyan segítették ezek az írások a szakmai diskurzus bővülését, milyen új irányokat jelöltek ki, illetve hogyan hatottak személyesen a saját látásmódomra és kutatói attitűdömré.

A kritikai publikációk szerepe a kritikai design és a designkritikai diskurzus kialakulásában alapvető jelentőségű, mivel ezek a szövegek nem csupán deklaratív nyilatkozatok, hanem a szakmai identitás és elméleti irányvonalak meghatározó dokumentumai. A 20. század közepén, különösen az 1960-as években a manifesztumok olyan programnyilatkozatokká váltak, amelyek a design társadalmi felelősségét, etikai kérdéseit és politikai szerepét hangsúlyozták, ezzel megalapozva a kritikai attitűd elméleti és gyakorlati kereteit. Az egyik legismertebb ilyen dokumentum a First Things First manifesztum (1964)⁴⁰, amely Ken Garland nevéhez köthető, és a tervezőgrafika társadalmi szerepének újraértékelését sürgette. Garland főként a fogyasztói kultúra kritikáját helyezte középpontba, és arra buzdította a tervezőket, hogy idejüket ne jelentéktelen, reklámcélú, kereskedelmi munkákra pazarolják, hanem társadalmilag hasznosabb, emberközpontú feladatokra fordítsák. A hangsúlyt a közösségi értékekre és célokra helyezte szembeállítva a rövid távú profitorientált reklámokkal. Ez a manifesztum nemcsak a szakmai önreflexió kezdetét jelentette, hanem egy új, társadalmi felelősségvállalásra ösztönző diskurzus kialakulását is elősegítette.

A First Things First mellett más jelentős kiadványok is születtek, mint például a „Design for the Real World”⁴¹ (Victor Papanek, 1971), amely a fenntartható és társadalmilag felelős design elveit fogalmazta meg. Victor Papanek elmélete nagyban hatott a kortárs kritikai design gondolkodására, hangsúlyozva, hogy a designnak a valódi emberi szükségleteket kell szolgálnia, nem pusztán fogyasztói igényeket.

A International Council of Design⁴² (ICoD, korábban IcoGrada) több évtizeden keresztül kulcsszerepet töltött be a globális tervezőgrafikai diskurzus alakításában. 1963-as alapítása óta a szervezet célja az volt, hogy különböző országok tervezőit, szakmai szövetségeit, egyetemeit összekapcsolja, közös szakmai és etikai

normákat hozzon létre, előmozdítsa a szakmai párbeszédet, valamint a design társadalmi és kulturális jelentőségét hangsúlyozza. A szervezet hozzájárult a minőségi és etikai sztenderdek nemzetközi elfogadásához – legyen szó szakmai kódexekről, oktatási reformról, társadalmi szerepvállalásról vagy a design szerepének újradefiniálásáról a 21. században. Az ICoD iránymutatásai nélkülözhetetlen alapot és eszmei hátteret adtak a kritikai, társadalmi és ökológiai szemléletmód globális elterjedésének a tervezőgrafika területén is.

A 20. század második felében megjelent folyóiratok jelentős hatással voltak a tervezőgrafika szakmai fejlődésére. Ilyen volt például a brit Design⁴³ vagy az amerikai Industrial Design⁴⁴ magazin, amelyek már a 1950-es években megjelentek, és alapvető szerepet játszottak a szakma szemléletének formálásában. A folyóiratok nemcsak a szakmai trendeket követték, hanem aktívan formáltak is azokat. Az Adbusters magazin az 1990-es években jelent meg, amely főként a fogyasztói társadalom ellen irányuló vizuális aktivizmust folytatott, például a Buy Nothing Day⁴⁵ kampányukkal, mely a reklám- és marketingipar kritikáját fogalmazta meg. A Colors Magazine⁴⁶ pedig a kulturális sokszínűség, a társadalmi igazságosság és a globalizáció kérdéseit tematizálta, olyan művészek bevonásával, mint a magyar származású Kálmán Tibor vagy az olasz fotóművész Oliviero Toscani. Az Eye⁴⁷ magazin 1990-ben indult Londonban, alapítója Rick Poyner, a kortárs tervezőgrafika egyik legismertebb kritikus és gondolkodója. A lap máig az egyik legjelentősebb szakmai fóruma a nemzetközi grafikai tervezésnek, amely nemcsak kiemelkedő munkákat mutat be, hanem mélyebb összefüggéseket feltáró elemzéseket, interjúkat és esettanulmányokat is közöl. A tervezőgrafika társadalmi, kulturális és politikai vonatkozásait egyaránt vizsgálja, így hiteles platformot nyújt a szakmai párbeszédhez. Fontosságát az adja, hogy hidat képez a tervezői gyakorlat és a kritikai gondolkodás között, rendszeresen ráirányítva a figyelmet a tervezés felelősségére, etikai dilemmáira és mai kihívásaira.

A 2015-ben létrehozott Eye on Design az AIGA⁴⁸ nemzetközi szervezet által működtetett online folyóirat és hírportál, amely a kortárs grafikai tervezés egyik legfrissebb, leginspirálóbb és legkritikusabb platformja. Naprakészen, szemléletesen foglalkozik a tervezőgrafika világának aktuális kérdéseivel, amely nemzetközi projekteket, interjúkat, elemzéseket, esettanulmányokat és mélyebb társadalmi, kulturális vagy etikai problémákat is felsoroltat. A portál közösség- és szemléletformáló szerepe miatt mára meghatározó iránytű a nemzetközi tervezőgrafikai diskurzusban.

A First Things First manifesztumot nemzetközileg elismert tervezők közreműködésével 2000-ben újra kiadták.⁴⁹ Már nem csak a fogyasztói társadalom és a reklámpiar kritikáját fogalmazta

⁴³ A Design magazin archívuma: <https://designreviewed.com/magazines/design-council-of-industrial-design/>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴⁴ Az Industrial Design magazin archívuma: <https://designreviewed.com/industrial-design/>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴⁵ Adbusters, *Buy Nothing Day*, 2023, <https://www.adbusters.org/buy-nothing-day>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴⁶ A Colors Magazine archívuma: <https://www.colors-magazine.com/en/archive>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴⁷ Az Eye magazin weboldala: <https://www.eyemagazine.com/>, hozzáférés: 2025.08.13.,

⁴⁸ Az Eye on Design weboldala: <https://eyeondesign.aiga.org/>, hozzáférés: 2025.08.13.,

Az AIGA (korábban American Institute of Graphic Arts) az Egyesült Államok és a világ egyik legrégebbi és legjelentősebb tervezőgrafikai szakmai szervezete, 1914-es alapítása óta a szakma meghatározó közössége. Az AIGA fő célja, hogy fejlessze és öntudatosabbá tegye a szakmát, etikát, szakmai minőséget és együttműködést ösztönöz, miközben közösséget épít tervezők, oktatók, hallgatók és design iránt érdeklődők számára. Rendszeresen szervez konferenciákat, szakmai továbbképzéseket, workshopokat, valamint olyan közösségi programokat, melyek segítik a szakmai kapcsolatokat és az inspirálódást.

⁴⁹ *First Things First Manifesto 2000*, <https://designmanifestos.org/first-things-first-2000-a-design-manifesto/>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴⁰ Ken Garland, *First Things First*, 1964, <http://www.designhistory.com/1960/first-things-first/>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁴¹ Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, 2. kiadás (London: Thames & Hudson, 2006).

⁴² Az International Council of Design weboldala: <https://www.theicod.org/en>, hozzáférés: 2025.08.13.

meg, hanem szélesítette a fókusz, és a marketing, a márkaépítés és az értékközvetítés etikai felelősségét is hangsúlyozta. Erősebb nyelvezetet használt a tervezőgrafikusok felelősségéről abban, hogy milyen társadalmi és kulturális hatásokat közvetítenek, illetve szakmai vitát indított el a design értékrendszeréről és szerepéről.

A „Design of Dissent: Socially and Politically Driven Graphics”⁵⁰ Milton Glaser és Mirko Ilić közös könyve, amely nemzetközi változásban mutatja be, miként állnak a grafikusok a társadalmi és politikai tiltakozás szolgálatába. A bővített, 2017-es kiadás több mint 550 plakátot, magazinborítót és egyéb vizuális eszközt mutat be, a vietnámi háború elleni mozgalmaktól a jugoszláv konfliktuson át a globális fogyasztói kultúra kritikáig.

A First Things First manifesztum 2020-ban is megjelent⁵¹, amely a korábbi kiáltványok szellemiségét viszi tovább, de sokkal radikálisabban és a jelen kihívásaihoz igazítva. Míg a korábbi változatok a tervezés társadalmilag hasznosabb irányba terelésére összpontosítottak, ez a szöveg már a globális ökológiai és társadalmi válság teljes összefüggésrendszerét tárgyalja. Kiemeli, hogy a klímaváltozás, a környezet pusztulása és az ökológiai egyensúly felborulása szorosan összefügg a társadalmi igazságtalanságokkal és a hatalmi viszonyokkal. Nemcsak a fenntarthatóságot követeli meg, hanem a természet és a társadalom számára okozott károk jóvátételét, a regenerációt, valamint az inkluzív, empatikus és együttműködésen alapuló tervezést. A design egész rendszerének ideológiai és oktatási átalakítását sürgeti annak érdekében, hogy a szakma aktívan hozzájáruljon egy igazságosabb, nem kizsákmányoló és ökológiailag kiegyensúlyozott jövő megteremtéséhez.

Milton Glaser „Road to Hell in 12 Steps”⁵² című listája gondolatébresztő összeállítás, amely azokat az etikai dilemmákat vizsgálja, amelyekkel a tervezők pályájuk során szembesülhetnek. Rámutat olyan helyzetekre, amikor a design a megtévesztés, a manipuláció vagy káros termékek, illetve eszmék népszerűsítésének eszköze. Ezek a lépések figyelmeztetik a tervezőket arra, hogy tudatosan mérlegeljék munkájuk lehetséges hatását, és mindig vegyék számításba döntéseik etikai következményeit. Ezek a pontok nem feltétlenül szó szerint értendők, hanem inkább metaforikus példái azoknak az etikai kompromisszumoknak, amelyekkel a tervezők kénytelenek szembesülni. Glaser célja az volt, hogy arra ösztönözze a grafikusokat, hogy gondolkodjanak el a munkájukon, és tudatos döntéseket hozzanak arról, milyen hatást akarnak gyakorolni a világra.

Naomi Klein „No Logo”⁵³ című könyve a globális márkázás és a fogyasztói kultúra kritikáját fogalmazza meg, hangsúlyozva, hogy a vállalati erőszak és a környezeti károk mellett a vizuális kultúra is a hatalom és a kontroll eszköze. Klein szerint a vizuális nyelv nemcsak kommunikációs eszköz, hanem a társadalmi

igazságtalanságok és a hatalmi struktúrák reprodukciójának egyik legfontosabb formája. Ez a kritikai írás nemcsak a társadalmi problémák feltárására, hanem a vizuális aktivizmus és a kritikai design eszközeinek fejlesztésére is ösztönöz.

Rick Poynor a Design Observer⁵⁴ online folyóirat egyik alapítója és szerkesztője, valamint a kritikai írások egyik legelismertebb alakja. Poynor hangsúlyozza, hogy a kritikai munkák segítenek a tervezőknek és a közönségnek megérteni, hogy a vizuális nyelv nem semleges, hanem politikai és ideológiai üzenetek hordozója. Megfogalmazásában a kritikai design elmosódó határterületet jelent a design és a képzőművészet között. Poynor kiemeli, hogy amikor a designerek reflektálnak az alkotói szerzőségükre, valamilyen önkifejezési jogot követelnek, ahogy azt a művészek is teszik. Poynor különösen Dunne és Raby munkáit emeli ki, akik meghaladják funkcionális szerepüket, kihívást intézve a hagyományos formák elvárásaihoz és a terméktervezés lehetőségeihez. Ebben a felfogásban a design célja már nem pusztán a gyakorlati használhatóság, hanem a gondolkodásra, vitára ösztönzés, szimbolikus, kulturális és egzisztenciális jelentések megfogalmazása is.⁵⁵

Boris Groys, a berlini művészeti és filozófiai gondolkodó, az ön-dizájn elmélet egyik kulcsfigurája, aki szerint a művészet és a design nemcsak a társadalom tükrözése, hanem aktív résztvevője is a társadalmi változásnak. Az ön-dizájn, mint önreflexív gyakorlat, lehetőséget ad arra, hogy a művész vagy a tervező saját szerepét és felelősségét tudatosan alakítsa. Ez az elmélet hangsúlyozza, hogy a kritikai írások és a teoretikus munkák nemcsak a társadalmi problémák feltárására, hanem a saját szerep tudatosítására és a felelősségvállalásra is ösztönöznek.⁵⁶

Összegzésként világossá vált számomra, hogy a kritikai publikációk nem csupán információforrások, hanem valódi ösztönzői és irányítói a szakmai fejlődésnek. Ezek az elemzések új szempontokat adnak, gondolkodásra késztetnek és utat mutatnak, elősegítve a nemzetközi kritikai párbeszédhez való kapcsolódásomat. Mindez nemcsak a szakmai gondolkodásomat formálja, hanem közvetlen inspirációt is ad a mestermunkámhoz, segítve annak tartalmi és attitűdbeli fejlődését.

Mivel a design intézményei és publikációi egyre inkább reflektálnak az etikai és társadalmi felelősség kérdéseire, így logikus lépés bemutatni az igazságosság-orientált tervezés paradigmáját. A következő fejezetben azt vizsgálom, hogyan válhat a design a társadalmi egyenlőség és méltányosság eszközévé.

⁵⁰ Milton Glaser, Mirko Ilić, *The Design of Dissent, Expanded Edition: Greed, Nationalism, Alternative Facts, and the Resistance* (Quarto Publishing Group USA, 2017).

⁵¹ *First Things First Manifesto 2020*, <https://www.firstthings-first2020.org/hungarian>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁵² Milton Glaser, *Ambiguity & Truth*, 2005, <https://www.miltonglaser.com/files/Essays-Ambiguity-8192.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

⁵³ Naomi Klein, *No Logo: 10th Anniversary Edition* (Harper Collins, 2009).

⁵⁴ A Design Observer weboldala: <https://designobserver.com/>, hozzáférés: 2025.08.13.

⁵⁵ Rick Poynor, *Art's Little Brother, Icon, May 23, 2005*, 2007, <https://www.iconeye.com/back-issues/arts-little-brother-icon-023-may-2005> hozzáférés: 2025.08.13.

⁵⁶ Boris Groys, *The Obligation to Self-Design*, 2008, <https://www.e-flux.com/journal/00/68457/the-obligation-to-self-design> hozzáférés: 2025.08.13.

VIII. Az igazságos design

A Design Justice (igazság-központú tervezés) gondolat mára alapvető fontosságúvá vált a társadalmi igazságosságot, egyenlőséget és befogadást előtérbe helyező designelméleti és tervezői diskurzusokban. 2015-ben megalakult a Design Justice hálózat, amely közös értékeket valló tervezőket, közösségi szervezeteket és intézményeket kapcsol össze. E kezdeményezéshez szorosan kötődik Costanza-Chock „Design Justice”⁵⁷ című könyve, amely összefoglalja az irányzat alapelveit, szemléleti kereteit és vállalt céljait. A Design Justice újragondolja a tervezés folyamatait, és kollaboratív, kreatív módszerekkel kívánja a közösségi kihívásokat kezelni.

Ez a meghatározás tíz kollektív elvben bontakozik ki:

1. *A designt arra használjuk, hogy közösségeinket fenntartsuk, győgyítsuk, erősítsük és segítsünk felszabadulni a kizsákmányoló, elnyomó rendszerek alól.*
2. *Azokat helyezzük előtérbe, akikre a tervezési folyamat következményei közvetlenül hatnak.*
3. *A design közösségre gyakorolt hatását fontosabbnak tartjuk, mint a tervező szándékát.*
4. *A változást elsősorban felelős, hozzáférhető és együttműködésen alapuló folyamat eredményének tekintjük – nem egyszeri eseményként.*
5. *A tervezőt nem szakértőnek, hanem katalizátornak, segítőnek látjuk.*
6. *Hisszük, hogy mindenki szakértő a saját tapasztalatai alapján, és mindenki egyedi, értékes hozzájárulásokat adhat a tervezési folyamatban.*
7. *Megosztjuk tervezői tapasztalatainkat és eszközeinket közösségeinkkel.*
8. *Fenntartható, közösségi irányítású eredményekre törekszünk.*
9. *Olyan megoldásokat keresünk, amelyek nem kizsákmányolóak, hanem közelebb hoznak egymáshoz és a Földhöz.*
10. *Mielőtt új designmegoldásokat keresnénk, feltérképezzük, mi működik már a közösségi gyakorlat szintjén. Tiszteljük és támogatjuk a tradicionális és helyi tudásformákat.*⁵⁸

A Design Justice alapelveiben végigvonul az a törekvés, hogy a tervezést kifejezetten igazság-orientált szempontok mentén gondoljuk újra. Világos párhuzamok mutathatók ki Costanza-Chock saját partícipatív kutatói háttérére⁵⁹, illetve a skandináv CoDesign⁶⁰ hagyománnyal – mindkettő hangsúlyozza, hogy a tervezés közös gondolkodáson és cselekvésen alapuló közösségekben valósuljon meg.

A Design Justice nem kínál kész módszertani receptet vagy végleges megoldást. Costanza-Chock kiemeli, hogy ez egy folyamat, amely kérdéseket vet fel, irányokat jelöl ki, és nem ad kézzelfogható

sablont a helyes tervezéshez. Minden design megközelítésnek megvannak a maga korlátai – például hierarchikus rendszerek ellen sem lehet pusztán design gyakorlással győzni. Felhívja a figyelmet arra is, hogy az igazságosság fogalma a tervezésben könnyen üres márkajelzéssé válhat.

A társadalmi igazságosság számomra nem csupán elméleti cél, hanem olyan irányelv, amelynek a mindennapokban, a tervezői gyakorlatban is konkrétan érvényesülnie kell. Meggyőződésem, hogy e témakör megismerése minden kutatói és alkotói törekvés alapvető feltétele, hiszen az igazságosság, esélyegyenlőség és befogadás értékeinek tudatos képviselése nélkül a design elveszítené kritikai potenciálját és társadalmi jelentőségét.

Az igazságosság középpontba állítása szükségszerűen előhívja a design ellenálló és alternatívákat kereső törekvéseit is, hiszen önmagában az igazságos szemlélet nem elegendő – elengedhetetlen a fennálló rendszerek aktív, kritikus felülvizsgálata is. Ebben az összefüggésben a design nem pusztán etikai normák hordozója, hanem az ellenkultúra, a kritikai reflexió és a társadalmi feszültségek tudatos megjelenítője is lehet. Ennek részletesebb bemutatásához a disszidens design gyakorlatát vizsgálom, amely a megszokott attitűdök megkérdőjelezésén túl új, radikális lehetőségeket tár fel a design szerepének újragondolásában.

IX. A disszidens design

Kevin Yuen Kit Lo „Design Against Design”⁶¹ című könyvének központi gondolata a „design mint disszidens gyakorlat” fogalma, amely gyökeresen újraértelmezi a grafikai tervezés szerepét és céljait a neoliberális kapitalizmus kritikájának kontextusában. Lo szerint a disszidens tervezői gyakorlat lényege nem a hagyományos tervezői paradigmán belüli fejlesztés vagy túllépés, hanem ezek tudatos elutasítása. A „design against design” kifejezés arra utal, hogy a tervezés sohasem lehet semleges tevékenység, hanem mindig politikai cselekvés. Ez szembemegy azzal az elképzeléssel, hogy a design célja csupán a jelenlegi helyzetek javítása; Lo szerint elengedhetetlen figyelembe venni azt is, kinek előnyös mindez. Tagadja a konszenzuson alapuló megközelítést, és hangsúlyozza, hogy a társadalmi változás nem harmonikusan, hanem konfliktusok és politikai küzdelmek mentén zajlik.

Lo a LOKI stúdió⁶² tapasztalatai alapján öt fő dimenzióban határozza meg a disszidens tervezői gyakorlatot. Az első a politikai pozicionálás, ahol a stúdió magát nyíltan feminista, antirasszista és

⁵⁷ Sasha Costanza-Chock, *Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need* (Cambridge: MIT Press, 2020).

⁵⁸ *Design Justice Network Principles*, 2018, <https://designjustice.org/read-the-principles> hozzáférés: 2025.08.13.

⁵⁹ Henry Jenkins, *On Transmedia and Transformative Politics: An Interview with MIT's Sasha Costanza-Chock (Part One)*, 2015, <https://henryjenkins.org/blog/2015/05/on-transmedia-and-transformative-politics-an-interview-with-mits-sasha-costanza-chock-part-one.html> hozzáférés: 2025.08.13.

⁶⁰ Elizabeth B.-N. Sanders, Pieter Jan Stappers, *Co-creation and the new landscapes of design* (Taylor & Francis, 2008).

⁶¹ Kevin Yuen Kit Lo, *LOKI, Design Against Design* (Eindhoven: Set Margins, 2023).

⁶² A LOKI stúdió weboldala: <https://www.lokidesign.net/> hozzáférés: 2025.08.13.

antifasiszta szemléletüként határozza meg, antikapalista és anarchista értékek mentén, ami minden döntésük alapját adja. Második az ellenállás és megtagadás felvállalása, amely szerint a design lemondott ellenállási, disszidens és megtagadási felelősségéről. A disszidens gyakorlat ezzel szemben elismeri a tiltakozás, sztrájk, bloká, megszállás és zavargás hatalmát és szépségét. A vizuális kommunikációt társadalmi konfliktus eszközeként, nem pedig megbékélés médiumaként értelmezi. A harmadik a marginalitás (peremhelyzet) mint erő, amelyben Bell Hooks „Choosing the Margin as a Space of Radical Openness”⁶³ esszéjére támaszkodva Lo azt vallja, hogy a marginalitás nem hátrány, hanem előny, hiszen alternatívák, új lehetőségek éppen ebből a nézőpontból válnak láthatóvá. A negyedik az anyagi és szimbolikus ellenhatalom, ahol a disszidens design szimbolikus ellenpontot kínál a tőke uralma ellen, alternatív tereket, rendszereket teremtve a kapitalizmus logikáján túl. Kérdőre vonja a mainstream (főáramlat) design természetesnek vett narratíváit és láthatóvá teszi azok gazdasági beágyazottságát. Az ötödik pedig a kapcsolati és érzelmi dimenzió, amelyet a könyv *Autonomy* fejezete hangsúlyoz. Ezen dimenzió szerint a disszidens gyakorlat érzelmi munka is, amely magában foglalja a gondoskodást a közösség, a megrendelő és önmagunk felé.

Lo hangsúlyozza, hogy a disszidens gyakorlat nem azonos a társadalmilag felelős tervezéssel. Az utóbbi ugyanis fenntartja a tervezés semleges, problémamegoldó természetének illúzióját, nem kérdőjelezi meg a kapitalizmus alapstruktúráit. „Design megmentő” narratívát követnek, ahol a tervező megmenti a társadalmat. Ezzel szemben a disszidens gyakorlat pont az ellenkezője, amely keresi a rendszer repedéseit és tágítja azokat.

Kevin Yuen Kit Lo „design mint disszidens gyakorlat” fogalma radikális alternatívát kínál a hagyományos tervezői paradigmákkal szemben. Nem az a cél, hogy a tervezés jobb vagy etikusabb legyen, hanem az, hogy tudatosan szembeszálljon a kapitalista logikával, és vállalja az ellenállás, a konfliktus és a társadalmi változás aktív szerepét. A disszidens tervező nem semleges, hanem politikai szereplő, aki a marginalitásból erőt merítve dolgozik az alternatív világok létrehozásán.

A disszidens design relevanciája a kutatásom szempontjából abban rejlik, hogy megkérdőjelezi és felülírja a grafikai tervezés hagyományos, piaci és hatalmi struktúrákhoz kötődő szerepeit. Ez a megközelítés nem csupán esztétikai és formai újításokat hoz, hanem elsősorban a társadalmi felelősség, az igazságosság, a részvétel és a kritikai attitűd erősítésére helyezi a hangsúlyt. A disszidens design alternatív narratívái hozzájárulnak ahhoz, hogy a tervezők újraértelmezzék saját felelősségüket a 21. század társadalmi kontextusában. Így a kutatásom nem csak történeti és

elméleti keretet ad a kritikai attitűd feltárásához, hanem azt is bemutatja, hogy a disszidens design miként ösztönözheti a szakmai és társadalmi változást.

Az ellenállás, a kritika és a társadalmi változás igénye napjainkban szorosan összefonódik az aktivizmussal, ami a design szerepét új szintre emeli; a disszidens design nem feltétlenül társadalmi megmentőként lép fel, hanem rendszerszintű újítóként és alternatíva-teremtőként. Az aktivizmus lehetőséget ad arra, hogy a tervező nemcsak szakmai, hanem közéleti, sőt politikai pozíciót vállaljon fel. A következő fejezet ennek elméleti és gyakorlati kereteit mutatja be, miként válhat a design a társadalmi mozgalmak egyik központi médiumává.

X. A design mint aktivizmus

A design mint aktivizmus a 20. század második felében kezdett jelentősen fejlődni, amikor a grafikusok és művészek felismerték, hogy a vizuális nyelvet társadalmi kérdések tudatosítására és problémák felvetésére is lehet, sőt, kell alkalmazni. Az aktivizmus célja, hogy cselekvéssel elősegítse a társadalmi, kulturális vagy politikai változásokat – miközben magát az aktivistát is formálja. Ez a fajta tevékenység tehát rendszer- és egyéni szinten egyaránt átalakulásokat eredményezhet.

Taylor és Van Dyke megfogalmazása szerint az ellenállás és a tiltakozás az aktivizmus speciális formái, amikor szokatlan politikai részvételi módokat alkalmaznak a hatalmi struktúrák megváltoztatására. Ezek a taktikai repertoárok a tüntetésektől, rituális eseményektől és kampányoktól kezdve egészen a művészeti performanszokig vagy hétköznapi gesztusokig terjednek.⁶⁴

Thorpe gyakran említi azt az érvet, hogy mivel a design minden formája jobb életet igyekszik teremteni, elvileg minden design aktivizmusnak minősülhetne – ő azonban ezt vitatja. Szerinte a design többsége csupán általános életminőség javításra fókuszál (használhatóság, profittermelés, esztétikai érték, jelentés), de nem foglalkozik konkrétan kirekesztett csoportok problémáival. Emiatt az ilyen típusú design nem tekinthető aktivizmusnak, különösen akkor, ha kizárólag fizetőképes fogyasztók számára készül.⁶⁵ A design tehát az aktivizmusban nemcsak tiltakozó eszközöket (például zászlókat, plakátokat) jelent, hanem saját, kreatív beavatkozási mechanizmusokat is teremthet.

Paola Antonelli és Jamer Hunt szerint a design egyszerre szolgálhatja a jó ügyet, de lehet az erőszak vagy kizsákmányolás eszköze

⁶³ Bell Hooks, *Choosing the Margin as a Space of Radical Openness*, 1989, https://www.ias.edu/sites/default/files/sss/pdfs/Crisis-and-Critique-2018-19/hooks_choosing_the_margins.pdf hozzáférés: 2025.08.13.

⁶⁴ Verta Taylor and Nella Van Dyke, „Get up, stand up: Tactical repertoires of social movement”, in *The Blackwell Companion to Social Movements*, szerk. David A. Snow, Sarah A. Soule, and Hanspeter Kriesi (Blackwell Publishing, 2004), 265.

⁶⁵ Ann Thorpe, *Defining design as activism*, 2011, <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

is – képes egyszerre szervezni társadalmat, miközben szenvedést is okozhat. Éppen ezért különösen összetett kérdés, amikor a design valódi aktivista potenciáljáról beszélünk. A design alkalmas arra, hogy összekapcsoljon vagy elválasszon dolgokat, új megoldásokat kínáljon, erkölcsi dilemmákat vessen fel és osszon meg illetve ellentétes narratívákat alkosson.⁶⁶

Markussen szerint a design aktivizmus sajátossága, hogy nem egyszerűen javítani próbál, hanem olyan kritikai esztétikai gyakorlatokat valósít meg, amelyek képesek vitatni, felzaklatni és kibillenteni a megszokott hatalmi rendszereket. A legfontosabb, hogy a design aktivizmus nem csak részt vesz társadalmi és politikai vitákban, hanem aktívan felforgatja, megkérdőjelezi és valódi alternatívát kínál a jelenlegi hatalmi viszonyokkal szemben.⁶⁷

Tartalmát összefoglalva a design aktivizmus hat alapelve Francesca Zampollo „Principles of Design Activism”⁶⁸ kutatása alapján:

1. A design aktivizmus feltáró

A design aktivizmus lényege, hogy láthatóvá teszi mindazt, ami a társadalomban nincs rendben. Felszínre hozza a rejtett igazságtalanságokat, egyenlőtlenségeket és fenntarthatatlan gyakorlatokat – leleplezi azokat a jelenségeket, amelyeket a rendszer normálisnak tüntet fel. Ez az alapelv segíti a társadalmi problémák tudatosítását és a háttérben meghúzódó viszonyok megmutatását.

2. A design aktivizmus politikai

A design minden formája értékközvetítő, akár akarjuk, akár nem, szerepmintákat és politikai tartalmakat közvetít. A design aktivizmus ezt tudatosan vállalja, a design a politikai vita eszköze, hogy a társadalmi normákat, hatalmi viszonyokat megkérdőjelezze, áttörje, új logikákat hozzon létre. Ebben a megközelítésben nem a meglévő rendszerek továbbfejlesztése a cél, hanem új „feszültségi zónák” és ellenállási terek kialakítása.

3. A design aktivizmus vitázó, szembesegülő

A design aktivizmus nem elégedik meg azzal, hogy kisebb változtatásokat hajtson végre a meglévő rendszeren, hanem szándékosan szembehelyezkedik a hatalmi struktúrákkal. Tudatosan vállalja a konfliktusokat, és rámutat az egyetértés és konszenzus hiányára. Nem feltétlenül akarja teljesen átalakítani az intézményeket, inkább arra törekszik, hogy új gondolkodásmódokat és alternatív megoldásokat hozzon létre a megszokott rendszeren kívül. Alapja az emancipáció, vagyis felismeri a rendszer hibáit, és esélyt teremt a felszabadulásra, változásra.

4. A design aktivizmus felforgató

A változás előfeltétele, hogy felrúzzuk vagy megszakítsuk a jelenlegi értékeket, normákat, struktúrákat és elvárásokat – vagyis felbolygassuk, lebontsuk őket, és új irányokat nyissunk. Ez a folyamat lehet látványos, de akár finoman is történhet; a lényeg mindig az, hogy megzavarja a megszokott rendet, és új kérdéseket tegyen fel.

5. A design aktivizmus tudatosan tervezett

A design aktivizmus nem pusztán politikai gesztus, hanem a design eszköztárával dolgozik: kutatás, iteráció, prototípus, reflexió és megvalósítás a kulcsa. Bár minden designterület (termék, grafika, építészet stb.) alkalmas lehet aktivizmusra, itt a kritikai szemlélet ismétlődően, rendszerszinten és tudatosan jelenik meg a tervezési folyamatban.

6. A design aktivizmus valós

A design aktivizmus nem csupán elméleti vagy absztrakt fogalom marad, hanem valódi, kézzelfogható hatást gyakorol a mindennapi életre: formálja a városképet, megváltoztatja a felhasználói szokásokat, és átalakítja a társadalmi kapcsolatokat. Akkor tekinthető igazán sikeresnek, ha maga az „aktivizmus” státusza megszűnik – vagyis amikor a létrejött változás mindennapivá, normává válik. Ennek megfelelően az aktivizmus addig van jelen, amíg ellenállás tapasztalható; ha már nem ütközik akadályba, elveszíti korábbi szerepét.

A design aktivizmus komplex, átalakító társadalmi erő. Célja, hogy szembeszálljon a fennálló renddel, vitát generáljon, megkérdőjelezze a rögzült hatalmi viszonyokat, és újraértelmezze a társadalmi struktúrákat azáltal, hogy felforgatja a megszokott normákat, és kiáll azok mellett, akik eddig kevésbé érvényesültek vagy háttérbe szorultak. Nemcsak megoldásokat kínál, hanem arra is rákérdez, mi legyen maga a megoldás – megkérdőjelezi a keretrendszert is. Így végső soron a design aktivizmus a kérdésfeltevés, a rendszerszintű kihívás és a társadalmi átalakulás eszköze.

A Tolerance Poster Show⁶⁹ egy nemzetközi, utazó plakátkiállítás, amelyet Mirko Ilić boszniai származású, New Yorkban élő grafikus és designaktivista indított el 2017-ben. A kiállítást főként köztereken, egyetemeken, bevásárlóközpontokban és más, a nagyközönség számára hozzáférhető, nem hagyományos művészeti terekben rendezik meg. A projekt megerősíti a design mint aktivizmus fogalmát, és megmutatja, miként ösztönözheti a grafikai tervezés a közös gondolkodást, a párbeszédet, a társadalmi érzékenységet valamint a kritikai önreflexiót – mindezt közvetlenül a befogadókat megszólítva, nem pusztán az elit számára, hanem a mindennapi élet színterein.

⁶⁶ Paola Antonelli, Jamer Hunt, Michelle Fisher, *Design and Violence* (New York: The Museum of Modern Art, 2015), 8-11.

⁶⁷ Thomas Markussen, „The disruptive aesthetics of design activism: Enacting design between art and politics”, *Design Issues*, 29/1. sz. (2013): 38-50.

⁶⁸ Francesca Zampollo, *Principles of Design Activism*, 2024, <https://www.researchgate.net/publication/387300043> hozzáférés: 2025.08.13.

⁶⁹ A Tolerance Project weboldala: tolerance-project.org, hozzáférés: 2025.08.13.

A design mint aktivizmus vizsgálata azért is meghatározó, mert új potenciálokat és szemléletmódokat tár fel a tervezőgrafika társadalmi alkalmazásában. Az ilyen irányú kutatás lehetővé teszi annak feltérképezését, hogy a design miként válhat a kollektív cselekvés, a társadalmi dialógus és a közéleti tudatformálás egyik kreatív katalizátorává. Az aktivista törekvések értelmezése ugyanakkor segít megérteni, hogy a design folyamatosan változó közege hogyan reagál napjaink társadalmi kihívásaira, és miképpen hív életre olyan inspiratív példákat, amelyek túlmutatnak a hagyományos vizuális kommunikáción.

Az aktivista irányok mindinkább hangsúlyozzák a részvétel, az interakció és a közös alkotás jelentőségét, hiszen a valódi változashoz nem elég a kritika, hanem szükséges a közösség bevonása is. Az ilyen megközelítés átlépi a hagyományos alkotói hierarchiákat és megújítja a tervező és közönség közötti kapcsolatot. Ennek fényében kiemelt szerepet kap az interaktív és részvételi tervezés, amely a következő fejezetben kerül részletes bemutatásra.

XI. Interaktív és participatív design

Az interaktív és participatív (részvételi) tervezés a 21. század egyik legdinamikusabban fejlődő irányzata, amely alapvetően megváltoztatta a vizuális kommunikáció és a design szerepét. Míg korábban a design egyirányú, a tervező által irányított folyamat volt, ma a felhasználók, közösségek aktív részvételére, közös alkotására és értelmezésére épül. Ez a paradigmaváltás nemcsak technológiai, hanem elméleti szinten is jelentős, hiszen a kritikai design és a társadalmi felelősségvállalás összefonódik az interaktív és participatív módszerekkel.

Az interaktivitás a vizuális nyelv és a felhasználói élmény közötti dinamikus kapcsolatot jelenti, ahol a néző nem passzív befogadó, hanem aktív résztvevő. A participatív tervezés fogalma a skandináv országokban, különösen Dániában és Svédországban alakult ki az 1970-es években, mint a munkahelyi és közösségi döntéshozatal demokratizálásának eszköze. Egy kutatás szerint⁷⁰ a participatív design célja, hogy a felhasználók ne csupán végrehajtók, hanem aktív közreműködők legyenek a tervezési folyamatban, így növelve a végső produktum relevanciáját és elfogadottságát.

A kortárs tervezői gyakorlatokban számos példát találunk arra, hogy a közösségek, felhasználók aktívan részt vesznek a vizuális tartalom kialakításában, értelmezésében vagy a közösségi térben való megjelenítésében. A CoDesign⁷¹ módszertana szerint a közösség

nemcsak végfelhasználó, hanem a tervezési folyamat aktív partnere. Ez a módszer a társadalmi részvétel és a vizuális narratívák demokratizálásának egyik legjobb példája. Itt a közösségek nemcsak a végeredményben, hanem már a tervezési folyamat során is meghatározó szerepet vállalnak.

Az interaktív és participatív design nem mentes a kihívásoktól. A túlzott részvétel vagy a kiszolgáltatott helyzetek kialakulása vagy a tudatalatti manipuláció veszélye is fennáll. Lehetőséget ad ugyan a társadalmi változásra, de a manipuláció és a kontroll eszköze is lehet. Ezért a kritikai gondolkodás és az etikai keretek kialakítása elengedhetetlen a felelős participatív tervezéshez.

Simon Bowen „Critical Theory and Participatory Design”⁷² című tanulmánya úttörő módon vizsgálja, hogyan kapcsolható össze a kritikai design szemlélete és eszköztára a felhasználóközpontú, részvételi tervezéssel. Bowen alapvető megállapítása, hogy a kritikai designban használt provokatív, gondolkodásra ösztönző tárgyak – az úgynevezett kritikai artefaktumok – olyan módszertani eszközzé válhatnak, amelyek nagymértékben bővítik a felhasználókkal közösen alakítható innovációs lehetőségeket.

A tanulmány egyik legfontosabb hozzájárulása a „kritikai artefaktumok” módszerének bevezetése. Bowen saját kutatási példáin keresztül mutatja be, hogyan ösztönözhetik ezek az alternatív, gyakran provokatív tárgyak a közösségi igények feltárását és radikálisan új megoldások közös megalkotását. Részletesen bemutatja, hogy a kritikai design szorosan épít a kritikai elmélet hagyományaira, mindkettő célja, hogy láthatóvá tegye és megkérdőjelezze a rejtett társadalmi, gazdasági vagy technológiai kényszereket, s ezzel felszabadítsa az egyént a passzív fogyasztói vagy kiszolgáltatott szerepből. Ahogy azt Dunne és Raby is hangsúlyozzák, a kritikai design elsősorban nem új termékeket vagy szolgáltatásokat ad, hanem társadalmi kérdéseket tematizál, vitát generál és a megszokott szerepeket, normákat kérdőjelezi meg.

A tanulmány felhívja a figyelmet arra, hogy a kritikai design gyakran válhat elitista gyakorlattá, mivel a jobb világ fogalmát a tervezők vagy elméletírók fogalmazzák meg helyettünk. Kritikusan kezeli a kritikai társadalomelméletet is, hiszen nem mindig világos, ki dönt arról, mi szolgálja a felhasználók vagy a társadalom érdekeit. A participatív tervezés demokratikus alapgondolata éppen ezzel szemben a közös, alulról jövő meghatározásra helyezné a hangsúlyt.

Bowen saját kritikája szerint, ha a kritikai design vagy a kritikai artefaktumokon alapuló módszerek előre eldöntött ideákat sugallnak, azzal szűkítik a valódi felhasználói részvétel érvényesülését. Ezért az általa ajánlott módszertan célja nem egy idealizált „jobb világ” kijelölése, hanem a közösen kialakított, releváns igények és elképzelések felszínre segítése.

⁷⁰ Susanne Bødker, Christian Dindle, Ole S. Iversen, Rachel C. Smith, *Participatory Design* (Springer, 2022).

⁷¹ Elizabeth B.-N. Sanders, Pieter Jan Stappers, *Co-creation and the new landscapes of design* (Taylor & Francis, 2008).

⁷² Simon Bowen, *Critical Theory and Participatory Design*, 2010, <https://www.cl.cam.ac.uk/events/experiencingcriticaltheory/Bowen-ParticipatoryDesign.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

XII. A reflektív szakember

A Bowen-féle kritikai artefaktum módszer lényege, hogy a partícipatív tervezésben provokatív tárgyak vagy koncepciók kapnak helyet, amelyek képesek felülírni a megszokott jelentéseket és funkciókat. Az így kiváltott viták feltárják, hogy mit lát reálisnak, fontosnak vagy kockázatosnak a közösség, és így új inspirációkat hívnak elő a közös tervezés során. Végül soron a produktumok már ténylegesen a felhasználók által azonosított igényekből, közösen elfogadott elképzelésekből épülnek fel.

Bowen tanulmánya friss szemléletmóddal közelít a kritikai design és a partícipatív design összehangolásához. Amellett érvel, hogy a meghökkentő, provokatív artefaktumok nem felforgatják, hanem gazdagítják a részvételi design demokratikus alap gondolatát, azaz a designerek és a közösségek együtt, aktívan és reflektíven dolgoznak a lehetséges jövő kidolgozásán. Ez a módszertan különösen fontos mind a designelmélet, mind a gyakorlat szempontjából, hiszen a kritikai reflexió és a demokratikus részvétel párbeszédéből valóban innovatív és a közösségek számára releváns megoldások szülehetnek.

Az interaktív és partícipatív design relevanciája a kutatásban abban bontakozik ki, hogy új megközelítésekre ösztönöz a tervező és a közönség közötti viszonyrendszer vizsgálatában. Ez a terület megmutatja, hogy a grafikai tervezés nem csupán üzenetközvetítés, hanem olyan nyitott folyamat, amelyben a felhasználók aktív alakítóként jelennek meg, és a jelentések a közös cselekvés révén formálódnak. Az interaktív és partícipatív megoldások elemzése hozzájárul ahhoz, hogy a design valóban élő, dinamikus és folyamatosan megújuló társadalmi gyakorlatként értelmezhető legyen.

Az interaktív és partícipatív design folyamatokban a szakmai szerep is átalakul, ahol a tervező nem kizárólag alkotó, hanem kutató és „reflektív szakember”, aki nemcsak technikai, hanem új gondolkodási mintákat kínál. Egy ilyen átalakulás a szakmai identitás újragondolását is szükségessé teszi, ahol az önreflexió, a folyamatos tanulás és a társadalmi hatásvállalás elsődleges szemponttá válik. Következő fejezetemben azt vizsgálom, hogyan alakul át a tervező identitása reflektív és kritikai szempontok mentén.

A Donald Schön által kidolgozott „reflektív szakember” (reflective practitioner)⁷³ modell alapján a gyakorlati szakember-kutató (practice-based researcher) szerepe és módszertana szorosan összefonódik a kritikai gondolkodás fejlesztésével, valamint a design gyakorlati és elméleti dimenzióinak integrációjával. Ez a modell a kortárs design-gondolkodás és a reflexív gyakorlat alapkövének tekinthető, mivel lehetővé teszi, hogy a tervezők tudatosan vizsgálják saját alkotói folyamataikat, miközben szakmai fejlődésük mellett a társadalmi hatásokat is mérlegetik. Schön elméletének lényege, hogy a szakember nem csupán végrehajtó, hanem aktív értékelő és tudatosító szerepben van, folyamatosan visszacsatolja saját munkafolyamatait, így a gyakorlatot a tudás és a reflexió dinamikus összjátékaként alakítja. Schön szerint a „reflection-in-action” (reflexió a cselekvés közben) és a „reflection-on-action” (reflexió a cselekvés után) két alapvető módszer a szakmai tudás és a gyakorlat fejlesztésében. Ez lehetővé teszi, hogy a tervező azonnal értékelje saját tapasztalatait, majd később mélyebben is feldolgozhassa azokat.

A „reflection-in-action” folyamat a munkavégzés közben zajlik: ilyenkor a tervező azonnal reagál a felmerülő problémákra, döntéseit tudatosan, reflexív módon alakítja. Például, ha egy grafikus egy kampány tervezése közben felismeri, hogy a vizuális üzenet félreérthető vagy sértő, azonnal módosítja az elemeket – ezzel a folyamat közben tanul és alkalmazkodik. Ez a reflexió a hibák javításán túl a folyamatos tanulást és a kreatív problémamegoldást is támogatja.

A „reflection-on-action” folyamat pedig a munka befejezése után történik, amikor a tervező visszatekint a saját döntéseire, és értékeli az eredményt. Ez lehetőséget ad arra, hogy a tapasztalatokat elmélyítse, és a jövőbeli gyakorlatban alkalmazza. Például egy tervezőgrafikus, aki egy projekt után elemzi, hogy milyen társadalmi hatásokat váltott ki az üzenet, és hogyan lehetne ezeket a tapasztalatokat a következő munkákban még tudatosabban beépíteni.

A gyakorlati szakember-kutató modell lehetővé teszi, hogy ne csupán a végtermékre koncentráljunk, hanem az alkotói folyamat tudatos vizsgálatára is hangsúlyt fektessünk. Ez különösen fontos a kritikai design és a reflexív gyakorlatok esetében, például egy társadalmi aktivista grafikus folyamatosan értékeli, mennyire hatékonyan szólítja meg a célközönséget, és hogyan teheti az üzenetét befogadhatóbbá. A reflektív szakember nemcsak saját munkáját értékeli, hanem a társadalmi hatásokat is elemzi, és ezeket a tapasztalatokat megosztja a szakmai közösséggel. Ez a folyamat a „community of

⁷³ Donald A. Schön, *The Reflective Practitioner: How Professionals Think In Action* (Routledge, 1984).

practice” (gyakorlatok közössége) elvére épül, ahol a tudás nemcsak egyénileg, hanem kollektívan is fejlődik.

A modell egyik legfontosabb eredménye, hogy a tudás nem csak technikák elsajátításából, hanem a reflektív gyakorlatból származik, amikor a tervező folyamatosan kérdéseket fogalmaz meg saját munkájával, társadalmi szerepével és hatásaival kapcsolatban. Ez a megközelítés összhangban van Schön elméletével, mely szerint a tudás nem csak megtanult ismeretek összessége, hanem a cselekvés során szerzett tapasztalat is. A reflektív tudás lehetővé teszi, hogy a tervező folyamatosan fejlessze gyakorlatát, és figyelemmel kísérje annak társadalmi hatásait.

A Schön-féle modell hangsúlyozza a szakember-kutató jelentőségét, aki a „reflection-in-action” és „reflection-on-action” módszereit alkalmazva folyamatosan elemzi és fejleszti saját gyakorlatát. Ennek a szemléletnek köszönhetően a design nem csupán a végeredményről, hanem magáról a folyamatról is szól, amely során a társadalmi, etikai és közösségi szempontok szervesen beépülnek a munkába. Ez a modell a kritikai gondolkodás, a társadalmi felelősségvállalás és a tudatosság alapvető eszközévé teszi a grafikai tervezés gyakorlatát.

A „reflektív szakember” vizsgálata lényeges eleme a kutatásnak, mert lehetőséget ad annak feltérképezésére, hogy a tervező hogyan válik önálló gondolkodóvá, aki tudatosan értékeli saját döntéseit, folyamatait és azok hatásait. A téma feltárása segít megérteni, hogy a szakmai reflexió nem csupán a hibák vagy sikerek utólagos elemzése, hanem a mindennapi munka részévé válnak, elősegítve a folyamatos fejlődést és tanulást. Ez a megközelítés rámutat arra is, hogyan válhat a design értékalapú, adaptív szakmai gyakorlatává, amely képes reagálni az új kihívásokra, változó perspektívákra, és támogatja a személyes, valamint a kollektív szakmai identitás formálódását.

A kritikai szemlélet nem pusztán elméleti keretet jelent, hanem gyakorlati szinten is meghatározza a tervezői tevékenységet. Napjainkban egyre fontosabb, hogy az alkotók tudatosan reflektáljanak saját munkájukra, folyamatos értékeléssel vizsgálják döntéseik társadalmi és etikai vonatkozásait. Ez a reflexív attitűd teszi lehetővé, hogy a design ne csak a szakmai fejlődést szolgálja, hanem aktívan és érthető módon kapcsolódjon a tágabb társadalmi diskurzushoz. A következő fejezet azt vizsgálja, miként válik a kritikai praxis a mindennapi tervezői gyakorlat részévé.

A kortárs grafikai tervezés világában kevés mű váltott ki olyan erős vitákat és reflexiókat, mint Afonso Matos „Who Can Afford To Be Critical?”⁷⁴ című könyve. Ez a 2022-ben megjelent munka – amely a Design Academy Eindhoven hallgatójaként írt diplomamunkáján alapul – azon ritka kritikai írások egyike, amelyek alapjaiban kérdőjelezik meg a tervezőgrafika jelenlegi irányát és a kritikai attitűd gazdasági-társadalmi hátterét. Matos központi tézise, hogy a kritikai design gyakorlatát napjainkra egy privilegizált kisebbség sajátította ki, így a tervezők többsége kívül reked ennek lehetőségén. A könyv három alapvető kérdést vizsgál: ki engedheti meg magának, hogy kritikus legyen; mit lehet elérni a kritikai szemlélettel; illetve minden tervező számára valóban elérhető-e ez a gyakorlat.

Matos Ramia Mazé designkutató háromszintű kritikai modelljére épít munkájában.⁷⁵ Az első szint a tervező saját tevékenységéhez való kritikus viszonyulás – ekkor a tervező tudatosan reflektál saját munkájára és motivációira. Mazé ezt belső kérdésfeltevésként értelmezi, amikor a tervező saját szakmai gyakorlatán belül pozicionálja önmagát. A második szint a tudományágon vagy szakmai közösségen belüli diskurzus, amelynek során a tervezők megkérdőjelezik és újragondolják a kialakult hagyományokat, paradigmákat. Itt nemcsak kritikusan szemlélik saját diszciplínájukat, hanem tudatosan törekednek annak fejlesztésére és megújítására. A harmadik szint a társadalmi szférára irányul. Ekkor a kritikai design nem csak a szakma vagy annak gyakorlata felé, hanem tágabb társadalmi és politikai problémákra reflektál. A kritika így túllép a szakmai kereteken, és a társadalmi viszonyrendszerek kérdéseire irányul.

Mazé kategóriái nem új keletűek. Közvetlenül kapcsolhatók Jan van Toorn holland tervező nézeteihez, aki design oktatóként hangsúlyozta a magán- és közérdek közötti feszültségek tudatosítását. A User-centred Graphic Design (1997) című művében azt írja, hogy „a hallgatónak meg kell tanulnia döntést hozni és cselekedni anélkül, hogy elkerülné az egyéni szabadság, szakmai diskurzus és közérdek közötti feszültséget.”⁷⁶ Ez a szakma személyes, diszciplináris és közösségi szintjeinek együttes mérlegelése Mazé háromszintű felosztását is előrevetíti.

Matos egyik legeredetibb hozzájárulása a „tervezési nihilizmus” (design nihilism) fogalmának bevezetése. Ez főként azoknál a fiatal, bizonytalan helyzetben dolgozó tervezőknél figyelhető meg, akik csalódottak a design társadalmi hatásainak túlzott elvárásaiban. A tervezési nihilizmus egyik megnyilvánulási formája a „szemiotikai összeomlás” (semiotic collapse) érzése, amely azzal a felismeréssel jár, hogy bármilyen radikális esztétikai megoldás könnyen

⁷⁴ Afonso Matos, *Who Can Afford To Be Critical, What Can Criticality Afford* (Eindhoven: Set Margins, 2022).

⁷⁵ Francisco Laranjo, *Critical Graphic Design: Critical of What?*, 2014, <https://modesofcriticism.org/critical-graphic-design/> hozzáférés: 2025.08.13.

⁷⁶ Jorge Frascara, Bernd Meurer, Jan van Toorn, Dietmar Winkler, *User-Centred Graphic Design: Mass Communication And Social Change* (Taylor & Francis, 1997), 127.

bekebelezhető a kapitalizmus által. Matos szerint a kritikai gyakorlat lényege nem a tartalomban, hanem a módszerben rejlik, ami lehetővé teszi a tervezők számára, hogy kliensorientált projektekben is kritikus szemlélettel dolgozzanak. Egy olyan reflexív, társadalmi stratégia körvonalazódik, amely aktívan és kritikus módon vonja be a nézőket a kommunikációba. Matos a hagyományos „tervező mint szerző” narratívával szemben inkább a „tervező mint munkás” szemléletet helyezi előtérbe, ami osztálytudatosságot és kollektív cselekvést sürget az individualizált felelősségvállalással szemben. Matos élesen kritizálja a neoliberális tervezőoktatást, amely az egyéni felelősséget hangsúlyozza a strukturális problémák helyett – így arra ösztönzi a hallgatókat, hogy világmegváltó projekteket tervezzenek, miközben figyelmen kívül maradnak a bizonytalan munkafeltételek és gazdasági kényszerek.

A könyv végső üzenete optimista; a kritikai szemlélet demokratizálható, de ehhez paradigmaváltásra van szükség mind az oktatásban, mind a szakmai gyakorlatban. A „ki engedheti meg magának, hogy kritikus legyen?” kérdés helyett inkább arra kell törekednünk, hogy „hogyan tehetjük lehetővé mindenkinek, hogy kritikus legyen?”

A kritikai praxis elemzése azért releváns kutatásom szempontjából, mert lehetőséget teremt az innováció módszertani megértésére és fejlesztésére a design területén. Matos elméletei szerint a kritikai praxis nem csupán a meglévő szakmai normák és rutinok megkérdőjelezése, hanem annak vizsgálata, miként válhat a tervezőgrafika társadalmi problémákra reagáló, kísérletező és újszerű megoldásokat kereső tevékenységgé. Ez a megközelítés új perspektívákat nyit az alkotásban, feltárva azokat az alternatív utakat, módszereket és gondolkodásmódokat, amelyek a hagyományos tervezői szerep határait feszegetik. A kritikai praxis alkalmazása egyúttal megmutatja, hogy a design képes folyamatosan újradefiniálni önmagát, teret adva az innovatív, társadalmilag érzékeny és reflexív szakmai gyakorlatok kialakulásának, melyek Matos meglátásai szerint kulcsszerepet kapnak a jelen és a jövő tervezői praxisában.

A kritikai design nem maradhat kizárólag kutatási vagy alkotói terület, hanem szükségszerűen át kell alakulnia az oktatási struktúrákban is, hiszen a hosszú távú szakmai fejlődés alapvetően az oktatáson múlik. Az oktatási gyakorlat megújulása hozzájárul ahhoz, hogy a következő generációk kritikus, reflektív és társadalmilag érzékeny tervezőkké váljanak. Ezért a következő fejezetben a kortárs tervezőgrafika képzés módszertani és szemléleti megújulását vizsgálom egy közelmúltban megjelent kiáltvány alapján.

A vizuális kommunikáció és a tervezőgrafika felsőfokú oktatásának elméleti és gyakorlati keretei évről évre egyre nagyobb jelentőséggel bírnak a kortárs társadalmi folyamatok alakításában. Doktori dolgozatom középpontjában az áll, miként válhat a grafikus tudatos, kritikus gondolkodóvá, aki etikus, társadalmilag érzékeny és reflexív módon viszonyul saját szakmai, valamint társadalmi környezetéhez. Ebben a folyamatban kulcsszerepet játszanak azok a nemzetközi irányelvek, amelyek újraértelmezik a design szerepét és oktatását, valamint kijelölik azokat az alapelveket – mint a társadalmi felelősség, a kritikai attitűd, az autonóm gondolkodás, az etika és a fenntarthatóság –, amelyeket a korszerű grafikusképzésnek képviselnie kell. Az „Icograda Design Education Manifesto 2011”⁷⁷ különösen fontos hivatkozási alap, hiszen átfogóan fogalmazza meg azokat a szemléleti, módszertani és értékrendi elemeket, amelyek nélkülözhetetlenek doktori kutatásom kritikai, részvételi és társadalmi fókuszához. A kiáltvány nemcsak a design szakma jövőképét rajzolja át, hanem közvetlenül hozzájárul ahhoz is, hogy a kortárs tervezőgrafika, a társadalmi reflexió és az értékalapú innováció egyik meghatározó műhelyévé váljon. Ezen oktatási háttér jelentősége pedig a szakma hosszú távú megújulásának egyik legfőbb záloga.

Az Icograda (International Council of Design) által 2011-ben kiadott Education Manifesto egy olyan átfogó alapidokumentum, amely a vizuális kommunikáció felsőfokú oktatásának radikális átalakítására ösztönöz. Lényege az a felismerés, hogy a globális gazdasági és társadalmi átalakulások, az összetett ökológiai válság és a technológiai innovációk új elvárásokat támasztanak a tervezőgrafikával szemben, amelyekre az oktatási módszereknek is választ kell adniuk. A kiáltvány alapfelvetése, hogy a design, vagyis a tervezői munka, nem csupán eszköz- és technikai tudást, hanem társadalmi, kulturális, gazdasági és környezetvédelmi felelősséget is igényel. A hagyományos szemlélet, amely a hallgatókat főként szakmai fogásokra és technikai készségekre tanította, ma már nem elegendő. Olyan szakemberekre van szükség, akik önállóan gondolkodnak, kritikusan szemlélik a világot, és képesek újraértelmezni saját szakmájuk feladatát és felelősségét. A kiáltvány kiemeli a helyi kultúra megőrzésének fontosságát, miközben nyitottságot vár el a nemzetközi hatásokra, valamint a közösségi értékek és vizuális nyelv megőrzésére, erősítésére is.

Az Icograda kiáltvány egyik kulcsfogalma a kritikai gondolkodás, amely követeli, hogy a tervező tisztában legyen munkája etikai, társadalmi és környezeti következményeivel. Ehhez elemző készségekre, elméleti tudásra és aktív részvételre van szükség a társadalmi

⁷⁷ Icograda Design Education Manifesto, 2011, https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf hozzáférés: 2025.08.13.

párbeszédben. Ez a szemléletmód összhangban áll más nemzetközi irányzatokkal, például a közösségi részvételre épülő tervezéssel (participatív design) vagy a társadalmi igazságosságot (Design Justice) előtérbe helyező megközelítésekkel. A dokumentum az etika és a fenntarthatóság szerepét is hangsúlyozza, amelyeknek minden szinten – az anyaghasználatban, a feladatokban, a szemléletmódban és az együttműködésben – meg kell jelenniük. A tervezésnek nem csupán funkcióról és esztétikáról kell szólnia, hanem arról is, hogy hosszú távon a társadalom és a környezet javát szolgálja.

A kiáltvány az oktatási módszerekre vonatkozóan is iránymutatást ad, hogy el kell mozdulni az egyirányú, tanárközpontú oktatástól az együttműködésre, kutatáson alapuló, valós problémákat feldolgozó tanulási formák felé, ahol a hallgatók aktív alkotótárs-ként vesznek részt. Ebben a modellben a tanár inkább mentor és támogató, aki ösztönzi a diákok önálló ötleteit és kezdeményezéseit. A tanulás során fontos a kísérletezés, a próbálkozás, a prototípusok készítése és a folyamatos visszacsatolás. Mindez együtt jár a tantervek rugalmasabb szerkezetével, az oktatási tartalom rendszeres frissítésével és a legújabb technológiák tudatos alkalmazásával.

A globális és lokális felelősségtudat kérdése ugyancsak hangsúlyos. A jövő tervezőinek ismerniük kell a világban zajló trendeket és a különböző kultúrák működését, miközben meg kell őrizniük saját környezetük értékeit és hagyományait. A manifesztum ösztönzi a nemzetközi diák- és oktatói mobilitást, az interkulturális együttműködéseket, partnerségeket és közös kutatási projekteket az egyetemi képzés keretein belül. Kiemeli továbbá, hogy a valódi ügyfelekkel vagy társadalmi szervezetekkel végzett közös munka alkalmas arra, hogy a diákok megtapasztalják a design társadalmi felelősségvállalásának valódi súlyát és jelentőségét. Az Icoграда manifesztuma ajánlásokat fogalmaz meg az oktatási intézmények, szakmai szervezetek és döntéshozók számára is: ide tartozik a tantervek demokratizálása, a döntési folyamatokba való hallgatói részvétel, a kurzusok közötti átjárhatóság biztosítása, a tanári továbbképzések ösztönzése és a nemzetközi szakmai hálózatépítés támogatása.

Összességében a kiáltvány üzenete, hogy a tervezőgrafika oktatása akkor lehet igazán sikeres, ha a szakmai tudás mellett arra ösztönözzük a hallgatókat, hogy elmélyülten gondolkodjanak és felelősen cselekedjenek. Ehhez az egyetemeknek és a szakmának együtt kell működniük, nyitottnak kell maradniuk az új szemléletmódokra, és bátran vállalniuk kell az új szerepeket és feladatokat.

Az oktatási módszerek vizsgálata különösen fontos számomra, hiszen egyetemi oktatóként személyesen is érintett vagyok abban, miként valósul meg a kritikai gondolkodás fejlesztése a tervezőgrafika oktatás mindennapjaiban. A pedagógiai stratégiák és módszerek elemzése segít feltárni azokat a tanulási környezeteket és oktatási

struktúrákat, amelyek támogatják a reflexív, kreatív és önállóan gondolkodó hallgatók képzését. Tapasztalataim alapján kiemelten fontosnak tartom, hogy az alternatív oktatási megközelítések révén a hallgatók ne csak technikai készségeket sajátítsanak el, hanem képesek legyenek társadalmi érzékenységgel, etikai felelősséggel és innovatív szemlélettel alakítani pályájukat. Ez a téma számomra nem csupán elméleti szempontból fontos, hanem mindennapi oktatói munkámban is új utakat nyit a szakmát formáló tudásmegosztás és tapasztalati tanulás lehetőségei felé.

A kritikai attitűd és a társadalmi reflexió megjelenése az oktatásban elengedhetetlen az etikai dilemmák tudatos felismeréséhez, hiszen ezek a design minden területén felmerülnek. Egyre gyakrabban találkozunk olyan összetett helyzetekkel, ahol a szakmai, társadalmi és etikai szempontok összeegyeztetése komoly kihívást jelent, ezért a kritikus alkotónak folyamatosan át kell gondolnia döntéseit és választásait. A következő fejezetben azokat az etikai kérdéseket és dilemmákat vizsgálom, amelyekre a kortárs tervezőgrafika gyakorlatában mindenképpen figyelniünk kell.

XV. Etikai dilemmák

Az etikai dilemmák témáját a kutatásom során megfogalmazott személyes következtetéseim alapján kiemelten relevánsnak tartom, mivel a kritikai tervezőgrafika kontextusában rendszeresen szembesültem olyan döntési helyzetekkel, amelyek túlmutatnak a szakmai normákon és formai elvárásokon. A vizsgált problémák ráirányították figyelmemet arra, hogy az egyéni és kollektív felelősség, az értékválasztások, valamint a társadalmi hatások kérdései mindennapi dilemmaként jelennek meg a kreatív folyamat során. Kutatásom során azt tapasztaltam, hogy a designban felmerülő morális konfliktusok nem egyszerűen megkerülhetők vagy általános elvekkel leírhatók, hanem aktív és kritikus reflexiót igényelnek, melynek során a szakmai szerep újragondolása is szükségessé válik. Ezek az etikai szempontok ezért alapvetően meghatározzák a kortárs kritikai praxis szerepét és jelentőségét a design területén.

1. Manipuláció és provokáció határai

Szándékos zavarás: A kritikai design gyakran alkalmaz provokatív, sokkoló vagy diszkomfortot okozó elemeket, hogy reflexióra ösztönözze a közönséget. Felmerül a kérdés, meddig etikus a nézők manipulálása a társadalmi tudatosság növelése érdekében.

Félrevezetés, fikció és valóság: A spekulatív projektek sokszor keverik a fikciót és a valóságot, ami félreértésekhez, hamis elvárásokhoz vagy téves információk terjesztéséhez vezethet.

2. Részvétel és hatalommegosztás

Közösségi bevonás őszintesége: A részvételen alapuló design elméletben a demokratizálást szolgálja, ám egyes projektek esetében a közösségi részvétel csupán látszólagos. Ez etikai kérdéseket vet fel a valódi hatalommegosztásról és a résztvevők lehetséges manipulációjáról.

Marginalizált csoportok kihasználása: Amikor a design marginalizált közösségeket von be, fennáll a veszélye, hogy a tervezők inkább saját szakmai céljaikhoz használják fel a közösségi tapasztalatokat, semmint valódi társadalmi változást generáljanak.

3. Reprezentáció és identitáspolitik

Ki beszél kinek a nevében? A kritikai design gyakran tematizálja a reprezentáció kérdését, ugyanakkor maga is beleeshet abba a hibába, hogy a tervező beszél a közösségek helyett, ezzel erősítve a hatalmi aszimmetriákat.

Kulturális kisajátítás: Az alternatív vizuális nyelvek, szimbólumok vagy írásrendszerek alkalmazása során fennáll a kulturális kisajátítás veszélye, ha a tervezők nem elég érzékenyek a forrásközösségek értékeire.

4. Elitizmus és hozzáférhetőség

Érthetőség és hozzáférés: A kritikai design gyakran intellektuálisan kifinomult, így csak szűkebb közönség számára érthető. Ez etikai dilemma is, hogy vajon mennyiben szolgálja a társadalmi igazságosságot egy olyan design, amely csak a szakmai vagy művészeti elit számára hozzáférhető?

Reflexió helyett elidegenítés: A túlzottan absztrakt vagy ironikus projektek ahelyett, hogy reflexiót váltanának ki, elidegeníthetik a közönséget.

5. Felelősség a társadalmi hatásért

Kritika vs. konstruktivitás: A kritikai design célja a fennálló viszonyok megkérdőjelezése, de felmerül a kérdés: van-e felelőssége a tervezőnek abban, hogy a kritikán túl konstruktív alternatívákat is nyújtson?

Vitatott témák és következmények: Tabutémák vagy érzékeny társadalmi kérdések feldolgozása során a tervezők feladata, hogy ne okozzanak kárt, ne mélyítsék a társadalmi feszültségeket, és ne használják ki a résztvevőket.

Ez a vizsgálat rámutatott arra, hogy a szakmai döntések mögötti morális kérdések folyamatos újragondolást és személyes felelősségvállalást követelnek a tervezőtől. Meglátásaim szerint a mindennapi kreatív munka etikai szempontjai nemcsak egyéni választásként, hanem közösségi normák és közéleti diskurzusok részeként is megjelennek. Az etikai dilemmák elemzése ezért olyan keretet biztosít a kritikai design praxisnak, amelyben a reflexió, az empátia és a társadalmi felelősség folyamatosan formálják a szakmai identitást és a design jövőjét.

Az etikai és morális kérdések napjainkban nem választhatók el a technológiai és digitalizációs folyamatoktól, hiszen az új eszközök és platformok új dilemmákat, lehetőségeket és veszélyeket is teremtenek. Az alkotó felelőssége abban is áll, hogy hogyan használja fel a technológiai innovációkat az etikai, társadalmi problémák megoldásában vagy éppen kritikai kérdések felvetésében. Így a továbbiakban azt vizsgálom, hogy a digitális eszközök, algoritmusok és platformok milyen hatással vannak a kritikai design gyakorlatára.

XVI. A digitális világ hatása a kritikai gondolkodásra

A digitális forradalom hatására a kritikai gondolkodás a tervezőgrafikában jelentős átalakuláson ment keresztül, mivel a digitális eszközök, platformok és technológiák nemcsak új lehetőségeket, hanem kihívásokat is hoztak a reflexív, társadalmi felelősséget vállaló design számára. Ez a fejezet bemutatja, miként hat a digitalizáció a kritikai attitűd formálódására, fejlődésére és annak gyakorlati érvényesítésére.

Elsőként a technológiai fejlődés által generált új kérdések kerülnek fókuszba, például az algoritmikus torzítás⁷⁸ (az algoritmusok elfogult működése), ahol a rendszer következetesen torz vagy igazságtalan döntéseket hoz bizonyos csoportokkal vagy helyzetekkel kapcsolatban. A torzítás abból fakad, hogy a rendszert elfogult vagy nem reprezentatív adatokkal tanították be, vagy az algoritmus logikája hibás következtetéseket eredményez. A kritikus gondolkodásnak ebben a környezetben nemcsak a technológia működésének megértése, hanem annak etikai, társadalmi és ökológiai következményeinek tudatos értékelése is feladata.

Másodikként a digitális művészet és a kritikai diskurzus összefonódása mutatkozik meg, ahol a digitális eszközök lehetővé teszik a valós idejű, interaktív és kollektív kritikai gyakorlatokat.

⁷⁸ Abid Ali Awan, *What is Algorithmic Bias?*, 2023, <https://www.datacamp.com/blog/what-is-algorithmic-bias> hozzáférés: 2025.08.13.

A social media, a blogok, a podcastok és a videóplatformok nemcsak a kritikai tartalmak gyors terjesztését teszik lehetővé, hanem a közösségi visszacsatolás és a participatív diskurzus kialakítását is. Ez a folyamat demokratizálja a kritikai diskurzust, ugyanakkor kihívásokat is teremt: például a dezinformáció, a trollkodás és a „szűrőbuborék”⁷⁹ problémáit, amelyek torzíthatják a kritikai reflexiót és a társadalmi párbeszédet.

Harmadikként a mesterséges intelligencia és az algoritmusok szerepe kerül fókuszba. A kritikus gondolkodásnak ebben a környezetben nemcsak az MI működésének megértése, hanem annak etikai kérdései is. Az MI által generált tartalmak, például a képgeneráló felületek (pl. Midjourney, Dall-E), deepfake⁸⁰ (megtévesztő, mesterségesen generált tartalom) videók, automatikus tartalomajánlók, vagy a gépi tanulás által torzított adatok mind olyan kihívások, amelyek a kritikai attitűd fejlesztését és alkalmazását teszik komplexebbé. A tervezőknek fel kell tudniuk mérni, hogy ezek az eszközök miként befolyásolják a vizuális kultúrát, a társadalmi reprezentációkat és a hatalmi viszonyokat, valamint hogyan lehet ezeket tudatosan kezelni, lebontani vagy kihasználni.

Negyedikként a digitális oktatás és a felelősségteljes technológiahasználat kérdései kerülnek előtérbe. A kritikai gondolkodás fejlesztése érdekében elengedhetetlen a digitális írástudás, a médiatudatosság és az etikai elvek tudatos átadása az oktatásban. Az online és offline módszerek hibrid alkalmazása lehetőséget ad arra, hogy a hallgatók ne csak a technológia működését ismerjék meg, hanem a társadalmi, ökológiai és etikai kérdéseket is tudatosan kezeljék.

A klasszikus, egyirányú tervező-közönség modell helyébe a tervező és felhasználó közötti valós idejű, interaktív párbeszéd lépett. A technológiai eszközök és platformok lehetővé teszik a kollektív reflexiót, ugyanakkor megkövetelik a kritikus hozzáállást a torzítások, a manipulációk és a társadalmi igazságtalanságok felismerésében és lebontásában. A kritikus tervezőknek ebben a környezetben nem csupán a technológia működésére kell reflektálnia, hanem etikai, társadalmi és ökológiai szempontból is tudatosan kell formálnia a vizuális kultúrát.

A fejezet feldolgozása során világossá vált számomra, hogy a digitalizáció nem csupán az eszköztár bővülését vagy a kommunikáció gyorsulását eredményezi, hanem teljesen átformálja a designgondolkodás kereteit és a szakmai kompetenciák fejlődésének lehetőségeit is. Saját konklúzióim szerint az innováció, a folyamatos fejlődés és az alkalmazkodóképesség váltak a legfontosabb meghatározó tényezőkké a kritikai tervezésben.

A kutatás feltárta, hogy a kritikai design nem csupán a tervező-grafikus szakmában, hanem a tágabb társadalmi térben is innovatív és megkerülhetetlen tényezővé vált. Érvelésem során amellelt foglaltam állást, hogy a design jövője szükségszerűen a kritikai attitűd, az elmélyült reflexió, a társadalmi felelősségvállalás és a részvételiség irányába halad. Ez a szemléletmód nem csupán a szakmai diskurzusokat formálja át, hanem alapvetően megváltoztatja a vizuális kommunikáció, az oktatás, a társadalmi együttélés és a kulturális innováció területeit is.

Írásomban hangsúlyoztam, hogy az igazságos design és a diszszidens, aktivista szemlélet paradigmaváltást jelenthet a tervezői folyamatokban. Az újfajta design-logika középpontjába nem a profit, a fogyasztás vagy a pusztán esztétikai értékek kerülnek, hanem az együttműködés, a társadalmi igazságosság, a befogadás, a fenntarthatóság és az alternatív narratívák megalkotása.

A kutatás rávilágított arra, hogy a szakmai fejlődést ma már nem kizárólag a technológiai vagy esztétikai kompetenciák határozzák meg, hanem azok az etikai, politikai és társadalmi szempontok is, amelyeket a kritikai diskurzusok, manifesztumok, nemzetközi konferenciák és aktivista mozgalmak hoztak be a tervezőgrafika területére.

A dolgozat legfontosabb következtetése, hogy a kritikai design nem csupán elméleti, szűk értelmiségi diskurzus, hanem gyakorlati módszer és stratégia, amellyel újraértelmezhető a vizuális kommunikáció társadalmi funkciója. Ez a hozzáállás lehetővé teszi marginalizált közösségek bevonását, uralkodó narratívák felülírását és alternatív jövőképek megfogalmazását. A tervező felelőssége abban áll, hogy felismerje ezt a lehetőséget, tudatosan pozicionálja magát, és éljen azzal a kritikai, közösségépítő és alkotói potenciállal, amely a komplex társadalmi kihívások megoldásában nélkülözhetetlen.

Végezetül, a dolgozat rámutat arra is, hogy nincs egyetlen helyes út a kritikai design fejlesztésében és alkalmazásában. Az elméleti háttér, a szakmai párbeszéd, a gyakorlati tapasztalat és a kutatói attitűd együttesen kristályosítják ki azokat az eszközöket és stratégiákat, amelyekkel fenntartható, igazságos és társadalmilag releváns design születhet. Ezzel a szemlélettel a tervezőgrafika a 21. században nemcsak esztétikai, hanem társadalmilag progresszív, reflexív és jövőformáló diszciplína lehet.

⁷⁹ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, 2021, <https://escholarship.org/content/qt8w7105jp/content/qt8w7105jp.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

⁸⁰ Riski Septiawan, *Critical Analysis of AI-Produced Media: A Study of the Implications of Deepfake Technology*, 2024, https://www.researchgate.net/publication/381900897_Critical_Analysis_of_AI-Produced_Media_A_Study_of_the_Implications_of_Deepfake_Technology hozzáférés: 2025.08.13.

XVIII. Függelék

First Things First manifesztum - 1964

Az eredeti First Things First kiáltvány 22 aláíró közreműködésével az alábbi folyóiratokban jelent meg 1964 áprilisában: Design, the Architects' Journal, the SIA Journal, Ark, Modern Publicity, The Guardian.

First Things First
(saját fordítás)

„Mi, az alulírottak – grafikai tervezők, fotográfusok és hallgatók – olyan világban nőttünk fel, ahol a reklám technikáit és eszközeit folyamatosan úgy állították eléink, mint tehetségünk legjövödelmezőbb, leghatékonyabb és legvágyottabb felhasználási módját. Számtalan kiadvánnyal árasztottak el bennünket, amelyek ezt a szemléletet hirdették, és dícsőítették mindazok munkáját, akik képességeiket és képzeletüket arra fordították, hogy eladhatóvá tegyenek olyan termékeket, mint például: macskaeledel, gyomorpanasz elleni szerek, mosópor, hajszesz, csíkos fogkrém, arcszesz, borotválkozás előtti készítmények, fogyókúra és hízókúra diéták, dezodor, szénsavas üdítők, cigaretta, valamint különféle ruházati termékek, például „pull-on” és „slip-on” darabok.

A reklámparban dolgozók jelentős erőfeszítései így sajnálatos módon többnyire ilyen jelentéktelen célokra pazarolódnak el – olyanokra, amelyek alig vagy egyáltalán nem járulnak hozzá társadalmunk jólétéhez. Egyre többen érzik úgy, és mi magunk is eljutottunk arra a pontra, hogy a fogyasztói reklám harsány szlogenjei már semmi mást nem jelentenek, mint pusztá zajt. Úgy véljük, hogy tudásunk és tapasztalatunk sokkal értékesebb ügyeket is szolgálhatna. Ilyenek többek között az utca- és épületjelző táblák, a könyvek és folyóiratok, a katalógusok, használati útmutatók, ipari fotográfiák, oktatási segédanyagok, filmek, televíziós műsorok, tudományos és szakmai kiadványok, valamint minden más médium, amely hozzájárul szakmánk, oktatásunk, kultúránk és a világ iránti érzékenységünk fejlődéséhez.

Nem követeljük a fogyasztói reklám teljes megszüntetését – ez sem realis, sem kívánatos nem lenne. Nem célunk az élet örömeinek elvitatása sem. Amit javasolunk, az csupán a prioritások újrendezése olyan irányba, amely a tartalmasabb és maradandóbb kommunikációs formákat részesíti előnyben. Reméljük, társadalmunk előbb-utóbb belefárad az „ötletgyárosokba”, a státuszorientált eladókba és a rejtett befolyásoló stratégiákba, és inkább arra törekszik majd, hogy tudásunkat valóban

értékes célok szolgálatába állítsa. Ennek szellemében szeretnénk megosztani tapasztalatainkat és véleményünket, s azokat kollégáink, hallgatók és minden érdeklődő számára hozzáférhetővé tenni.

aláírták:

Edward Wright, Geoffrey White, William Slack, Caroline Rawlence, Ian McLaren, Sam Lambert, Ivor Kamlish, Gerald Jones, Bernard Higton, Brian Grimby, John Garner, Ken Garland, Anthony Froshaug, Robin Fior, Germano Facetti, Ivan Dodd, Harriet Crowder, Anthony Clift, Gerry Cinamon, Robert Chapman, Ray Carpenter, Ken Briggs”⁸¹

First Things First manifesztum - 2000

A First Things First 2000 manifesztum az 1964-es kiáltvány frissített változata, amelyet 2000-ben a grafikai tervezés, a művészet és a vizuális művészetek közösségének vezető alakjai jelentettek meg. Az Adbusters, a The AIGA Journal, az Emigré, az Eye és más jelentős grafikai tervezéssel foglalkozó folyóiratok is újra publikálták, ami ismét vitákat váltott ki a grafikai tervezés világában.

First Things First 2000
(saját fordítás)

„Mi, grafikusok, kreatív szakemberek és vizuális kommunikációval foglalkozó tervezők, egy olyan világban nőttünk fel, ahol a reklámot mindig úgy állították be, mintha az lenne tehetségünk legjobb és legjövödelmezőbb felhasználása. Tanáraink, mentoraink, a piac és a szakmai kiadványok mind azt sugallták: akkor vagyunk sikeresek, ha képességeinket termékek eladására fordítjuk.

Így sokan közülünk energiánkat és kreativitásunkat olyan áruk népszerűsítésébe fektettük, mint a kutyatáp, a kávékülönlegességek, a gyémántok, tisztítószerek, kozmetikai cikkek, cigaretták, hitelkártyák, sportcipők, divatos diéták, könnyű sörök és terepjárók. A reklámból mindig is meg lehetett élni, de mára ez vált a grafikai tervezés fő területévé, és a világ is leginkább így tekint ránk. Pedig ezzel többnyire legfeljebb másodlagos igényeket szolgálunk ki.

Egyre többen érezzük kényelmetlennek ezt a helyzetet. A reklám és a marketing ugyanis olyan erővel tölti be a mindennapokat, hogy hatással van a gondolkodásunkra, a nyelvünkre, az érzelmeinkre, sőt az egymáshoz való viszonyunkra is. Részben mi magunk is hozzájárulunk ahhoz, hogy a közbeszéd leegyszerűsödjön, és egy szűk, káros kereskedelmi logika határozza meg.

⁸¹ Ken Garland, *First Things First*, 1964, <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Pedig a tervezés tudása sokkal értékesebb célokat is szolgálhatna. Napjainkban súlyos környezeti, társadalmi és kulturális problémákkal nézünk szembe, amelyek valódi, felelős figyelmet igényelnek. A design segíthet kulturális kezdeményezéseknél, társadalmi kampányoknál, könyvek és magazinok létrehozásában, oktatási anyagok fejlesztésében, filmekben, műsorokban, játékonysági ügyekben és minden olyan projektben, amely valódi értéket ad a közösség számára.

Ezért szemléletváltást javasolunk. Fontos, hogy ne csak termékek eladására használjuk a tehetségünket, hanem olyan kommunikációs formákra is, amelyek tartósabbak, hasznosabbak és nyitottabbak a társadalom számára. A reklám harsány világa mellett szükség van más hangokra és más szempontokra is – a tervezés vizuális nyelvével ehhez mi is hozzájárulhatunk.

1964-ben huszonnégy tervező már felhívta a figyelmet arra, hogy képességeinket értékesebb feladatokra kell fordítani. Azóta a globális kereskedelmi kultúra csak tovább nőtt és erősebb lett, így üzenetük ma még aktuálisabb. Ennek szellemében megújítjuk kiáltványukat, abban bízva, hogy most valóban elérjük a szükséges változást.

aláírták:

Jonathan Barnbrook, Nick Bell, Andrew Blauvelt, Hans Bockting, Irma Boom, Sheila Levrant de Bretteville, Max Bruinsma, Siân Cook, Linda van Deursen, Chris Dixon, William Drenttel, Gert Dumbar, Simon Esterson, Vince Frost, Ken Garland, Milton Glaser, Jessica Helfand, Steven Heller, Andrew Howard, Tibor Kalman, Jeffery Keedy, Zuzana Licko, Ellen Lupton, Katherine McCoy, Armand Mevis, J. Abbott Miller, Rick Poynor, Lucienne Roberts, Erik Spiekermann, Jan van Toorn, Teal Triggs, Rudy VanderLans, Bob Wilkinson”⁸²

First Things First manifestum - 2020

„Mi, alulírott designerek, olyan világban nőttünk fel, ahol a profitot az ember és a bolygó jólléte elé helyeztük, hogy a kapitalizmus fogaskerekei olajozottan működhesse. Egyre több időnk és szakértelmünket emésztik fel az olyan feladatok, mint a piaci igényteremtés, vagy olyan megoldások kidolgozása, amelyekkel kizsákmányolhatják a lakosságot, kiaknázzhatják az erőforrásokat, vagy amelyek miatt a hulladéklerakók egyre csak telnek és telnek, a levegő pedig egyre szennyezettebb lesz, egyre több gyarmat keletkezik, mindezzel a hatodik tömeges kipusztulás szélére hajszolva bolygónk lakosságát. Egyes fajoknak segítettünk kényelmes, boldog életet teremteni, míg engedjük, hogy mások kárt szenvedjenek; terveink olykor a kirekesztést, kizárást és diszkriminációt szolgálták.

Számos design oktató és szakember járul hozzá ezen ideológia állandósításához; a piac jutalmazza; a követők és a "like"-ok áradata csak erősíti mindezt. A tervezőket ez bátorítja és még inkább bevetik kreativitásukat arra, hogy a gyors divatárúk, gyors autók és gyorskaják; eldobható poharak, buborékfóliák, és végeláthatatlan mennyiségű egyszer használatos műanyagtárgyak; Fidget Spinner-ek, mikrózható vacsorák és orrszörnyírók értékesítését támogassák. Egészségtelen testképet és diétákat reklámozzunk; olyan termékeket és applikációkat, melyek az elszigetelődés és depresszió térnyerését segítik; és nem-fenntartható ételkészlet-rendszereket; árulunk, antidepresszáns tablettákat, Tik-Tok videókat, és soha meg nem álló, gördülő hírfolyamot...és a vágyat, hogy ezeket újra és újra fogyasszuk. Igen, a megbízások mindig állták a számláinkat. De sok tervező hagyta, hogy ezzé váljon azzá, amit a designerek nagyrészt ma nagyrészt csinálnak. És cserébe a világ is így látja a designt. Sokunkat egyre kellemetlenebbül érint a design ilyen megítélése. Ezért radikális változást sürgetünk a téren, hogy mit és hogyan csinálnak a tervezők. A klímaváltozás lényegileg összekapcsolódott az osztály-, faj- és nemi dominanciával, már nem elég pusztán a fenntarthatóságért küzdeni. Olyan rendszereket kell létrehozunk, ami jótételező és helyreállítja az ökológiai és társadalmi károkat.

Amit tennünk kell

- Kritikusan kell megvizsgálnunk a design történelmét, folyamatait és etikáját, és új típusú kreatív szaktudást, erőforrásokat, együttműködéseket, a design új nyelvét kell megteremtünk.
- Támogatnunk kell az igazságot, a gyógyulást, az együttélés és a kölcsönös tisztelet közösségi-alapú erőfeszítéseit.
- Meg kell értenünk, hogy nem a természetén kívül létezzük; egy komplex rendszer részei vagyunk és cselekedeteinknek tükrözniük kell ezt a felismerést.
- Változtatnunk kell szakmánk prioritásain az inkluzív, empatikus és elkötelezett cselekvés – egy fenntarthatóságon túlmutató szellemi fordulat érdekében – hogy elindulhassunk a regenerálódás, felfedezés és egy nem kizsákmányoló, nem kisajátító társadalmi-környezeti viszonyrendszer közös kialakítása felé.
- El kell köteleződnünk amellett, hogy a tárgyak tervezése, gyártása, kereskedelme és használata újra összekapcsolódjon a Földdel és annak minden lakójával.
- Készségeinket, kreativitásunkat az emberiség jobbításának, egy ökológusabb civilizáció megteremtésének szolgálatába kell állítanunk.

Hisszük, hogy ezeket az alapelveket egy multi-diszciplináris design-oktatás részévé kell tenni.

⁸² First Things First 2000, <https://designmanifestos.org/first-things-first-2000-a-design-manifesto/> hozzáférés: 2025.08.13.

Nem támogatjuk a design egyetlen célra történő leszűkítését: ez nem megvalósítható. Nem szeretnénk az élet örömeit sem megcsorbítani, de ígérjük a prioritások átrendezését a design hasznosabb, teremtőbb és méltányosabb formáinak érdekében.

1964-ben 22 fiatal és idős vizuális alkotó írta alá a felhívás eredeti verzióját, hogy képességeinket arra érdemes célokra fordíthassuk. 2000 – ben 33 designer szignálta az átdolgozott verziót, és 2014-ben – a nyilatkozat 50. évfordulóján - 1600 tervező újította meg az Első az Első Nyilatkozat melletti elköteleződését. Bolygónk alapvető ökológiai rendszereinek folyamatos pusztítása még sürgősebbé teszi ezt az üzenetet. A Föld Napjának 50. évfordulóján, ahogy az éghajlati válság összetett hatásai a szemünk láttára bontakoznak ki, a korábbi nyilatkozatokat most a halaszthatatlanság jegyében újítjuk meg. A klímaváltozás elleni azonnali cselekvés létfontosságú.⁸³

Milton Glaser: Road to Hell in 12 Steps (saját fordítás)

„A pokolba vezető út 12 pontja:

1. Egy csomagolás megtervezése úgy, hogy a polcon nagyobbak tűnjön.
2. Egy lassú, unalmas film reklámjának megtervezése, hogy könnyed vígjátéknak hasson.
3. Egy új szőlőbirtok címerének megtervezése úgy, mintha már régóta működne.
4. Egy olyan könyv borítójának megtervezése, amelynek szexuális tartalmát személy szerint visszataszítónak találod.
5. Egy olyan érem tervezése, amelyet a World Trade Center acéljából készítenek, és szeptember 11-i emlékszuvenírként profitorientáltan árusítanak.
6. Reklámkampány tervezése egy olyan vállalatnak, amelynek ismert a diszkriminációs múltja a kisebbségek alkalmazásával kapcsolatban.
7. Egy olyan, gyerekeknek szánt gabonapehely csomagolásának megtervezése, amelyről tudod, hogy alacsony a tápértéke, viszont sok cukrot tartalmaz.
8. Egy pólókinálát megtervezése egy olyan gyártónak, amely gyermekmunkát alkalmaz.
9. Olyan fogyókúra termék reklámjának megtervezése, amiről tudod, hogy nem hatásos.
10. Egy olyan politikai jelölt reklámjának megtervezése, akinek a programját károsnak tartod a köz érdekére nézve.
11. Egy SUV-t bemutató brosúra megtervezése, amely vészhelyzetben gyakran felborul, és ismerten 150 halálesethez vezetett.
12. Egy olyan termék reklámjának megtervezése, amelynek gyakori használata a felhasználó halálát okozhatja.⁸⁴

Az „Aspect” projekt a kritikai design alapvető kérdéseit járja körül a vizuális kommunikációban rejlő kétértelműség vizsgálatával. A különböző fogalmi ellentétpárok egymásba olvadása nem egyszerű technikai játék, hanem elméleti felvetés is, amely azt mutatja meg, hogy minden vizuális üzenet értelmezése attól függ, milyen aspektusból szemléljük. A lentikuláris nyomat révén a szemlélő saját mozgása, helyzete dönti el, melyik tartalom válik láthatóvá – vagy épp mindkettő egyszerre jelenik meg. Ez a mestermunka a designban rejlő kétértelműséget, jelentésbeli bizonytalanságot emeli ki, amely szerint a vizuális kommunikáció nem objektív, hanem sokrétűen átértelmezhető jelentéssel bír.

A mestermunka közvetlenül párhuzamba állítható a participatív design alapelveivel, amely szerint a közönség, a felhasználó vagy a közösség bevonása kulcsfontosságú a design jelentéstartalmának létrejöttében. A projektben a néző és a mű közötti viszony dinamikus, minden interakció új jelentésréteget hozhat létre. Így maga az alkotás válik közös párbeszéd színterévé, ahol az eltérő nézőpontok, akár a „valódi” és a „hamis” egyszerre lehetnek jelen, hangsúlyozva a kétértelműségből eredő értelmezési szabadságot és felelősséget.

A nézőpontváltások esztétikai játékossága mögött mély társadalomkritikai üzenet húzódik meg. A valóság és az illúzió határai nem stabilak, hanem mindenki számára saját helyzetéből, tapasztalataiból és hiedelmeiből kiindulva változnak. Ez a felismerés a kritikai design kortárs paradigmáinak központi gondolata, ahol a cél nem csupán alternatív megoldások keresése, hanem az értelmezési keretek folyamatos tágitása, újragondolása.

A dolgozatban hangsúlyos a design felelősségének, etikai aspektusainak és közösségi hatásainak vizsgálata. Az „Aspect” projekt kétértelműsége rámutat arra, mekkora szerepe van a tervezőnek abban, hogy a nézőt önálló gondolkodásra, saját értelmezési keretek kialakítására ösztönözze. Az alkotás így nem egyértelmű igazságokat közvetít, hanem tudatosan teret ad a kérdésfelvetésnek, a kritikus gondolkodásnak – ezáltal közvetítve a design társadalomformáló erejét és a tervező felelősségét a közös jelentésszövegalkotás folyamatában.

A projekt egyfajta kritikai gyakorlatként is értelmezhető. Nemcsak vizuális eszközökkel, hanem a néző bevonásán keresztül is kérdéseket vet fel a megszokott jelentésrögzítő mechanizmusokkal szemben. Épp ez kapcsolja a kritikai praxis fogalmához, miszerint

⁸³ First Things First 2020, <https://www.firstthings-first2020.org/hungarian> hozzáférés: 2025.08.13.

⁸⁴ Milton Glaser, *Ambiguity & Truth*, 2005, <https://www.miltonglaser.com/files/Essays-Ambiguity-8192.pdf> hozzáférés: 2025.08.13.

a befogadónak aktív pozícióban kell értelmeznie, felelősségvállalóként részt vennie a jelentés létrehozásában. Az alkotás így nem csupán elméleti állásfoglalás, hanem a kritikai design aktív, mindennapi módszertani megvalósulása, ahol a nézők és alkotók közösen alakítják az értelmezés horizontját.

Az „Aspect” a frankfurti iskolától induló kritikai elmélet fényében a design manipulálhatóságának, ideológiai összefonódásainak kérdéseire is reflektál. A kétértelműség hangsúlyozása arra figyelmeztet, hogy a vizuális kommunikáció – akár csak a tömegkultúra – gyakran eszközévé válhat különböző hatalmi játszmáknak, ezért a tervező felelőssége, hogy ezt tudatosan kezelje, reflektáljon rá, vagy akár ironikusan, leleplezően jelenítse meg.

A projektben négy fogalompár – a Real–Fake, a Hope–Fear, a Safe–Risk és a Soul–Body – került feldolgozásra. Ezek az ellentétek nem elszigetelt jelentésmezőket képviselnek, hanem egymással összefonódva teremtenek értelmezési keretet. A mestermunka rávilágít arra, hogy a kortárs tervezőgrafika egyszerre képes kognitív, érzelmi, társadalmi és létfilozófiai szinteken kérdéseket felvetni, miközben a nézőt aktív gondolkodásra, részvételre és önálló jelentésalkotásra ösztönzi.

Ezáltal a mestermunka nemcsak elméleti, hanem élő, gyakorlati példája annak, hogyan teremthet a design a 21. században reflektív, kritikus, sokrétű és közösségi jelentéstartalmakat.

Betűtípus

Az mestermunka vizuális alapját egy saját tervezésű kísérleti betűtípus képezi, ahol a projekt feliratainak az egyedi tipográfiának az eszköztárán keresztül valósulnak meg. A betűtípus egy rácsszerkezetre épült, így minden karakter letisztult, radikálisan egyszerű formai megoldásokból áll. Az olvashatóság határán lebegnek, megkövetelve a befogadótól a figyelem, a dekódolás aktív részvételét. Az, hogy a betűk dekódolása időt, figyelmet, aktív értelmezést igényel, metaforaként szolgál, tehát a jelentés nem adott, hanem mindenki számára személyes és helyzetfüggő. A betűtípus saját látszmódjában vizuális lenyomata, amely nem kíván univerzális szabvány lenni, hanem szándékosan az alkotói autonómiát és a személyes értelmezést helyezi a középpontba. A mestermunka narratívájában a tipográfia nem semleges eszköz, hanem a design önreflexív, társadalmilag érzékeny, kísérletező pozíciójának szimbóluma. Az egyedi karakterek arra bátorítják a befogadót, hogy lépjen ki a megszokott értelmezési mintákból, és vállalja a dekódolás felelősségét. A fekete-fehér kontraszt feszültséget és dinamizmust visz a kompozíciókba, egyúttal határozott vizuális állásfoglalásként jelenik meg.

A Real–Fake (igaz–hamis) fogalompár egy megismerésen alapuló, kognitív ellentét, amely a vizuális kommunikáció és a grafikai tervezés eredetiségének, valamint a hitelesség kérdésének vizsgálatára szolgál. Ez az ellentét nemcsak az esztétikai vagy formai megkülönböztetésben mutatkozik meg, hanem minden vizuális vagy verbális inger, információ esetén aktiválja a befogadó értelmezési és megismerési folyamatait. A technológiai és társadalmi környezet változásai, illetve a digitális eszközök által kínált manipulatív lehetőségek következtében napjainkban egyre több olyan helyzettel találkozunk, ahol nem feltétlenül egyértelmű, hogy amit látunk vagy olvasunk, az valódi-e vagy hamis. A megismerési folyamat során egyre fontosabb szemponttá válik az információ hitelessége, eredetisége, valóságja, illetve a hamisítás, manipuláció jelenléte. A tervezőgrafika szerepe ebben a folyamatban kulcsfontosságú, azaz a vizuális eszközökkel előhívott bizalom, valamint az információ valós mivoltjának megítélése meghatározó lehet abban, hogyan alakul ki a néző kollektív tudásképe. Az információ eredetiségének és hitelességének kérdése elválaszthatatlan a vizuális jelektől. A megjelenő tartalom vagy hozzájárul a megismerési folyamat tisztaságához, vagy – manipuláción keresztül – elbizonytalaníthatja azt. Ez az ellentétpár alkalmas az etikai, megismerési és társadalmi szempontok együttes vizsgálatára, hozzájárulva a vizuális kommunikáció aktuális dilemmáinak feldolgozásához.

Hope–Fear

A Hope–Fear (félelem–remény) fogalompár egy érzelmi tapasztalaton alapuló ellentét, amely szerves része a tervezőgrafikai diskurzusnak és a kritikai design gyakorlatnak. A vizuális kommunikáció nem csupán információt közvetít, hanem jelentős mértékben formálja a befogadó érzelmi állapotait is. A tervezőgrafika területén a remény és a félelem motívumai gyakran tudatos, stratégiai eszközként jelennek meg az üzenetalkotásban. A design társadalmi felelőssége rámutat arra, hogy nem semleges közvetítő, hanem képes támogatni vagy elbizonytalanítani a befogadót, ezért a remény és a félelem vizuális retorikája meghatározhatja a design kritikai potenciálját. A kortárs tervezőgrafikai gyakorlatban az érzelmek társadalmi szervezőereje különösen fontossá válik, például kampánygrafikák, aktivista plakátok, társadalmi érzékenyítő projektek mind ezt a feszültséget mozgósítják a hatékony kommunikáció érdekében. Ebben a kontextusban az ellentétpár alkalmas arra, hogy megmutassa, a design miként járul hozzá a társadalmi érzékenység formálásához.

A design képes elősegíteni azt, hogy a közönség aktívan, építő módon gondolkodjon, önbizalommal álljon a világ dolgaihoz. Vagy éppen ellenkezőleg, felerősítheti a társadalmi bizonytalanság és szorongás érzését. Ez a megközelítés összhangban áll a dolgozat kritikus, önreflektív és társadalmi szemléletével, kiemelve, hogy a tervezőgrafika erkölcsi és társadalmi felelőssége elválaszthatatlan az érzelmek és a megértés folyamatától.

Safe–Risk

A Safe–Risk (biztonság–kockázat) fogalompár a mestermunkában olyan narratíva, amely nemcsak formai és funkcionális döntéseket tükröz, hanem társadalmi és etikai szempontokat is hordoz. A biztonság azt az állapotot jelképezi, amelyben az alkotó és a befogadó ismerős, kiszámítható, akár megszokott megoldások között mozog. Ebben a környezetben a tervezőgrafika megfelel a közönség elvárásainak, nem kezdeményez provokációt vagy vitát. A biztonságot kereső design támogatja a társadalmi elfogadást, kiszámítható reakciókat eredményez, és általában nem feszíti túl a megszokott határokat. Ezzel szemben a kockázatvállaló oldalt képviselő tervező aktívan keresi, hogyan léphet ki a komfortzónából, hogyan feszegetheti a szabályokat, hogyan állíthat elő olyan képi megoldásokat, amelyek kérdéseket vetnek fel vagy akár vitát generálnak. A tervező vállalja annak kockázatát, hogy munkája nem biztos, hogy azonnal érthető lesz, provokatív lehet, vagy szokatlan reakciókat vált ki. Ez a szemlélet ugyanakkor erkölcsi kérdéseket is felvet, azaz meddig mehet el abban, hogy bizonytalanságot vagy feszültséget keltsen, mikor érdemes átlépni a megszokott határokat, és hogyan biztosíthatja, hogy a kockázatvállalás valódi változást, gondolkodásra ösztönzést és új társadalmi szemléletet eredményezzen. Az ellentétpár lehetőséget ad annak megértésére, hogy a vizuális kommunikáció miként tud egyensúlyozni a biztos, mindenki számára értelmezhető megoldások és a merész, bátor kísérletezések között.

Soul–Body

A Soul–Body (lélek–test) fogalompár egy létfilozófiai ellentétpárként jelenik meg a mestermunkában. Ez a kettősség a tervezőgrafikában nemcsak szimbolikus jelentéssel bír, hanem arra is rávilágít, hogyan kapcsolódhat össze a látható, kézzelfogható világ az alkotás belső mondanivalójával, tartalmával. A test az anyagi, a formai megvalósítást jelenti, amelyben a vizuális ötlet megmutatkozik. A lélek ezzel

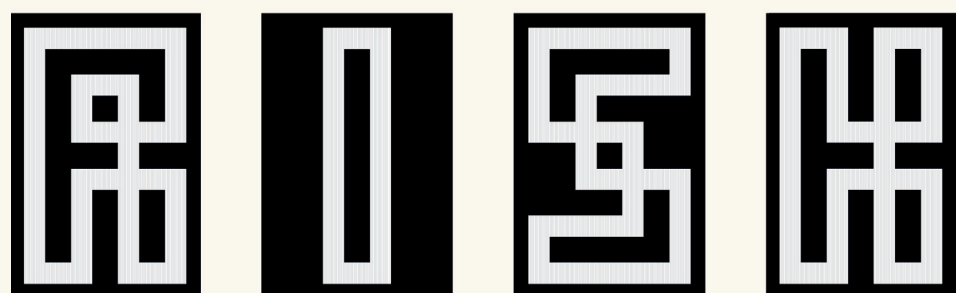
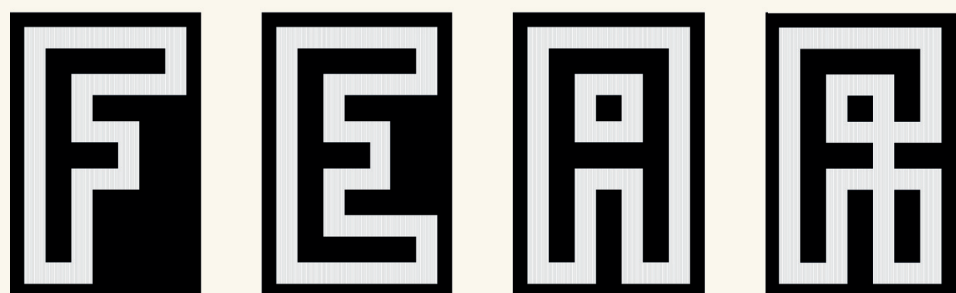
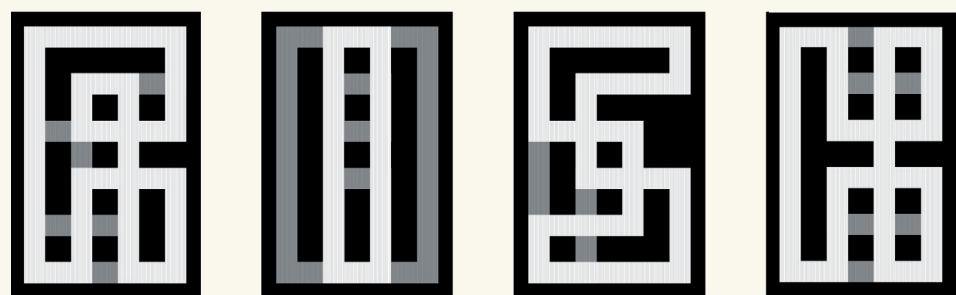
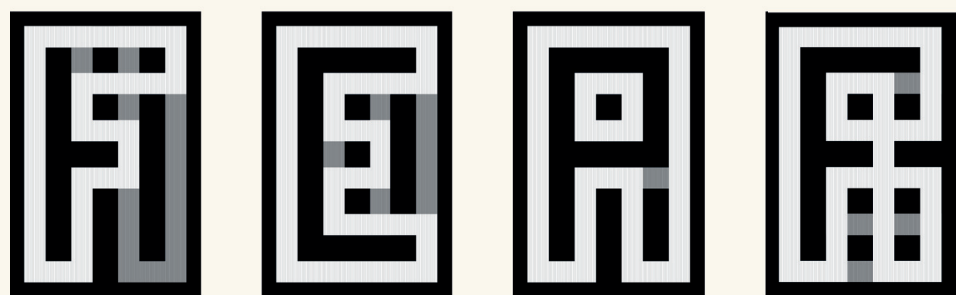
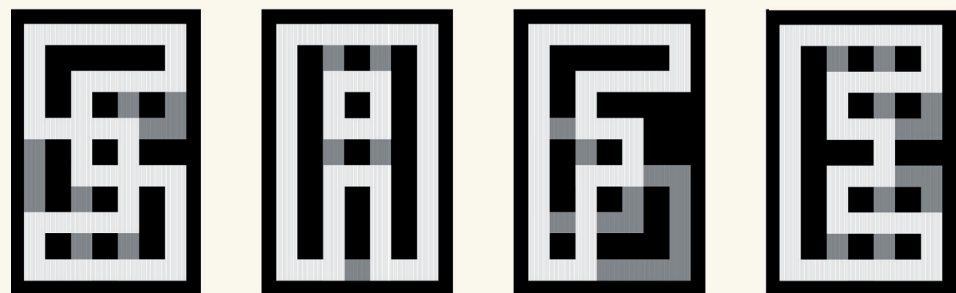
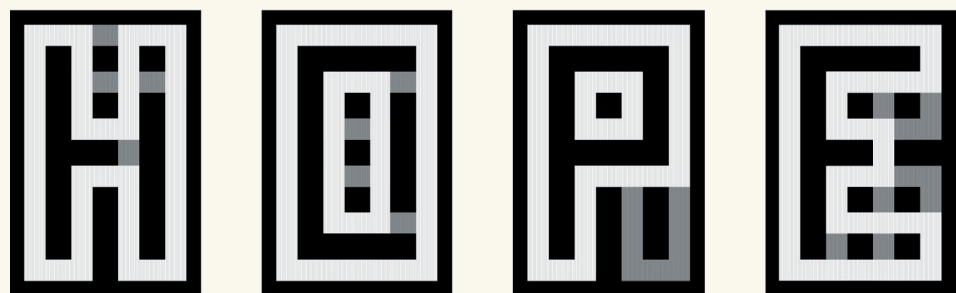
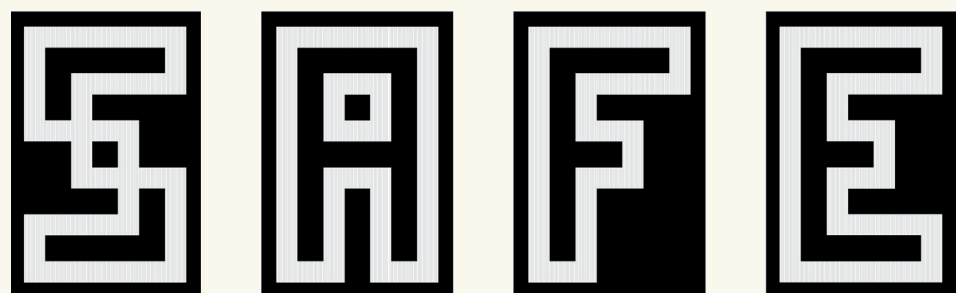
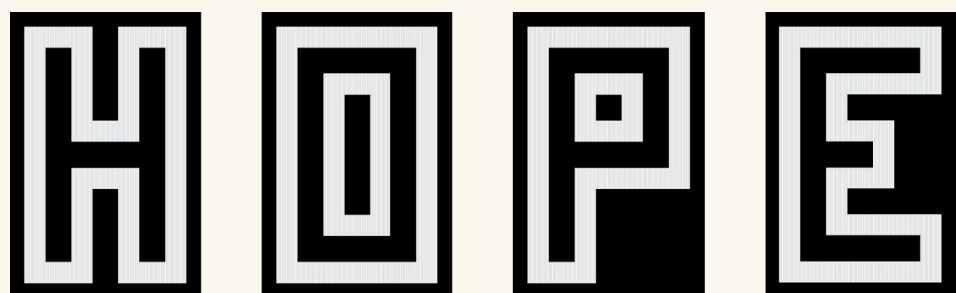
szemben a belső, szellemi tartalom, az a jelentésréteg, amely az alkotást személyessé és értelmezhetővé teszi. Ez magában foglalja a tervező szándékait, érzelmeit, gondolatait és társadalmi üzenetét. A fogalompár arra hívja fel a figyelmet, hogy minden vizuális alkotás egyszerre hordoz formai és belső tartalmat. Az alkalmazott tipográfia a testet szimbolizálja, míg a fogalmak rétegei a lélekhez kapcsolódnak. Ahogyan a befogadó nézőpontja dönti el, melyik jelentés válik láthatóvá, ugyanúgy változik a hangsúly a külső és belső tartalom között. A fogalompár üzenete, hogy a design nem korlátozódhat pusztán anyagi megvalósulásra, a valódi, felelős alkotás a forma és gondolat egyensúlyából, összekapcsolódásából születik. Ez a kettősség a vizuális kommunikáció alapvető lényege, amelynek tudatos kezelése az alkotói felelősség része.

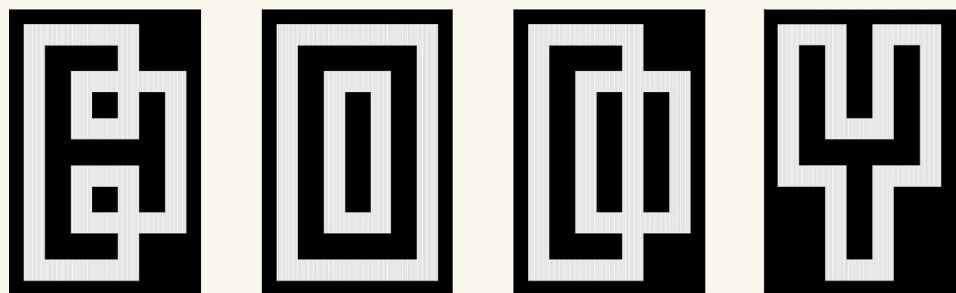
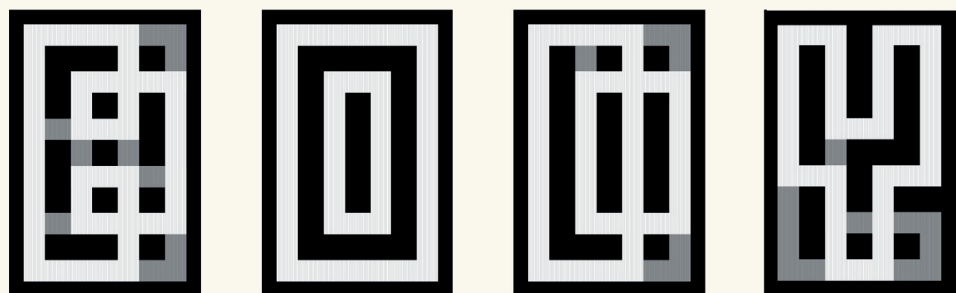
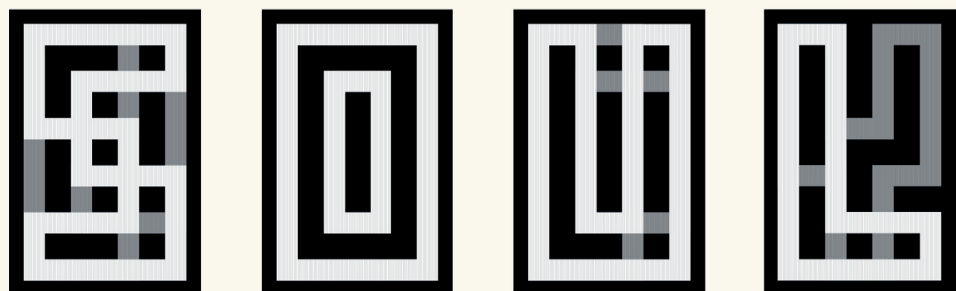
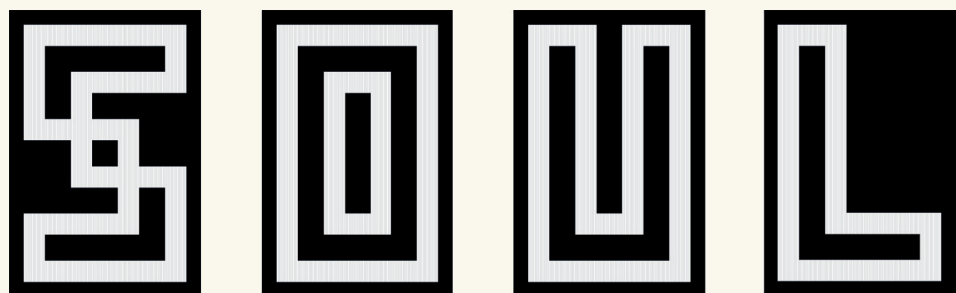
Az „Aspect” projektben vizsgált fogalmi ellentétpárok – a valódi és hamis, a remény és félelem, a biztonság és kockázat, valamint a lélek és test – mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a tervezőgrafika ne pusztán esztétikai kísérletként, hanem komplex kritikai gyakorlatként értelmeződjön. E kettősségek megmutatják, hogy a vizuális kommunikáció jelentése sosem statikus, hanem mindig az értelmezés terében jön létre, ahol a befogadó aktív szereplő. A mestermunka tehát nem csupán a kétértelműség narratív eszközeit használja, hanem reflektál a design társadalmi és etikai felelősségére is. Rávilágít arra, hogyan alakítja a jelentésformálást, miként ösztönöz kritikus gondolkodásra, és hogyan járulhat hozzá a kollektív tudásképek újrarendezéséhez.



A Real-Fake fogalompár már megvalósult
a doktori tanulmányaim során (2019).
A projektről készült videó megtekinthető az alábbi felületen:







- 16 db lentikuláris nyomat
- méret: 210x331 mm/db
- 5 cm mélységű, 2 cm vastagságú, fekete fa keretben
- lineáris elrendezés szemmagasságban, sötét tónusú falon

開國興隆

開國興隆

國用兵馬

國回國回



Nyomtatott források jegyzéke

Paola ANTONELLI, Jamer Hunt, Michelle Fisher, *Design and Violence* (New York: The Museum of Modern Art, 2015), 8-11.

Roland BARTHES, *Mythologies* (Hill and Wang, 1972), 143.

Susanne BØDKER, Christian Dindle, Ole S. Iversen, Rachel C. Smith, *Participatory Design* (Springer, 2022).

Sasha COSTANZA-CHOCK, *Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need* (Cambridge: MIT Press, 2020).

Jacques DERRIDA, *Of Grammatology*, Corrected edition (Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997), 77-78.

Carl DISALVO, *Adversarial Design* (Cambridge: MIT Press, 2015).

Anthony DUNNE, Fiona Raby, *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming* (Cambridge: MIT Press, 2013), 34., 100.

Jorge FRASCARA, Bernd Meurer, Jan van Toorn, Dietmar Winkler, *User-Centred Graphic Design: Mass Communication And Social Change* (Taylor & Francis, 1997), 127.

Milton GLASER, Mirko Ilić, *The Design of Dissent, Expanded Edition: Greed, Nationalism, Alternative Facts, and the Resistance* (Quarto Publishing Group USA, 2017).

Stuart HALL. „Encoding/Decoding”, in *Culture, Media, Language*, szerk. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe és Paul Willis (London: Hutchinson, 1980.), 51-61.

Max HORKHEIMER, Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung* (Fischer Taschenbuch, 1988).

Douglas KELLNER, „New Media and New Literacies: Reconstructing Education for the New Millennium”, in *The Handbook of New Media*, szerk. L. Lievrouw, S. Livingstone (Thousand Oaks, 2002.), 90-104.

Naomi KLEIN, *No Logo: 10th Anniversary Edition* (Harper Collins, 2009).

Bruno LATOUR, *Reassembling the Social* (New York: Oxford University Press, 2005), 24.

Kevin Yuen Kit LO, LOKI, *Design Against Design* (Eindhoven: Set Margins', 2023).

Thomas MARKUSSEN, „The disruptive aesthetics of design activism: Enacting design between art and politics”, *Design Issues*, 29/1. sz. (2013): 38-50.

Afonso MATOS, *Who Can Afford To Be Critical, What Can Criticality Afford* (Eindhoven: Set Margins', 2022).

Marshall MCLUHAN, *Understanding Media: The Extensions of Man* (McGraw-Hill, 1964).

Liz MCQUISTON, *Protest! A History of Social and Political Protest Graphics* (New Jersey: Princeton University Press, 2019.), 90., 119.

Victor PAPANÉK, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, 2. kiadás (London: Thames & Hudson, 2006).

Elizabeth B.-N. SANDERS, Pieter Jan Stappers, *Co-creation and the new landscapes of design* (Taylor & Francis, 2008).

Donald A. SCHÖN, *The Reflective Practitioner: How Professionals Think In Action* (Routledge, 1984).

Verta TAYLOR and Nella Van Dyke, „Get up, stand up: Tactical repertoires of social movement”, in *The Blackwell Companion to Social Movements*, szerk. David A. Snow, Sarah A. Soule, and Hanspeter Kriesi (Blackwell Publishing, 2004), 265.

Elizabeth (Dori) TUNSTALL, *Decolonizing Design: A Cultural Justice Guidebook* (Cambridge: MIT Press, 2023).

Online források jegyzéke

Abid Ali AWAN, *What is Algorithmic Bias?*, 2023, <https://www.datacamp.com/blog/what-is-algorithmic-bias>
hozzáférés: 2025.08.13.

BENETTON Group, *Oliviero Toscani (1942-2025)*, 2025, <https://world.benetton.com/l/oliviero-toscani-1942-2025.html>
hozzáférés: 2025.08.13.

Simon BOWEN, *Critical Theory and Participatory Design*, 2010, <https://www.cl.cam.ac.uk/events/experiencingcriticaltheory/Bowen-ParticipatoryDesign.pdf>
hozzáférés: 2025.08.13.

Callie BUDRICK, *Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers*, 2020, <https://www.printmag.com/featured/swiss-style-principles-typefaces-designers/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Irene Sofia COMI, *Studio Alchimia*, 2022, <https://www.domusweb.it/en/movements/studio-alchimia.html>
hozzáférés: 2025.08.13.

Ingrid CONSTANT, *Stefan Sagmeister: 7 Key Works on Graphic Design*, 2020, <https://www.domestika.org/en/blog/3292-stefan-sagmeister-7-key-works-on-graphic-design>
hozzáférés: 2025.08.13.

Peter DALSGAARD, *Research In and Through Design - An Interaction Design Research Approach*, 2010, <https://www.peterdalsgaard.com/documents/publications/Dalsgaard%20-%20Research%20in%20and%20through%20design.pdf>
hozzáférés: 2025.08.13.

Ken GARLAND, *First Things First*, 1964, <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Milton GLASER, *Ambiguity & Truth*, 2005, <https://www.miltonglaser.com/files/Essays-Ambiguity-8192.pdf>
hozzáférés: 2025.08.13.

Emily GOSLING, *Neville Brody on Navigating Graphic Design's Shifting Identity*, 2021, <https://eyeondesign.aiga.org/neville-brody-on-navigating-the-shifting-identity-of-graphic-design/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Boris GROYS, *The Obligation to Self-Design*, 2008, <https://www.e-flux.com/journal/00/68457/the-obligation-to-self-design>
hozzáférés: 2025.08.13.

Tiphaine GUILLERMOU, Graphéine, *Pierre Bernard & Grapus, "Graphic design of public utility", 1942/2015*, 2016, <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/pierre-bernard-grapus-graphic-design-of-public-utility>
hozzáférés: 2025.08.13.

Dong-Sik HONG, *The Status and the Prospects of Deconstruction in Graphic Design*, 2006, <https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=2626&context=drs-conference-papers>
hozzáférés: 2025.08.13.

Bell HOOKS, *Choosing the Margin as a Space of Radical Openness*, 1989, https://www.ias.edu/sites/default/files/sss/pdfs/Crisis-and-Critique-2018-19/hooks_choosing_the_margins.pdf
hozzáférés: 2025.08.13.

Henry JENKINS, *On Transmedia and Transformative Politics: An Interview with MIT's Sasha Costanza-Chock (Part One)*, 2015, <https://henryjenkins.org/blog/2015/05/on-transmedia-and-transformative-politics-an-interview-with-mits-sasha-costanza-chock-part-one.html>
hozzáférés: 2025.08.13.

Mr. KEEDY, *Graphic Design in the Postmodern Era*, 1998, <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/GraphicDesigninthePostmodernEra>
hozzáférés: 2025.08.13.

Francisco LARANJO, *Critical Graphic Design: Critical of What?*, 2014, <https://modesofcriticism.org/critical-graphic-design/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Kalle LASN, Bill Schmalz, *Adbusters*, 1989, <https://www.adbusters.org/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Angelina LIPPERT, *Armin Hofmann: 1920–2020*, 2020, <https://posterhouse.org/blog/armin-hofmann-1920-2020/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Giorgia LUPI, *The Room of Change*, 2019, <https://giorgialupi.com/the-room-of-change>
hozzáférés: 2025.08.13.

Madeleine MORLEY, *A Review of COLORS, an Exceptional Book About a Magazine About the Rest of the World*, 2016, <https://eyeondesign.aiga.org/a-review-of-colors-a-book-about-a-magazine-about-the-rest-of-the-world/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Aimée MCLAUGHLIN, *The Story of The Face: how the cult magazine changed British culture*, 2017, <https://www.designweek.co.uk/issues/13-19-november-2017-story-face-cult-magazine-changed-british-culture/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Paul MIRANDA, *David Carson: Surfing the Unconventional Waves of Zapfs Dingbats*, 2020, <https://medium.com/@yopaulmiranda/david-carson-surfing-the-unconventional-waves-of-zapfs-dingbats-52a520186c64>
hozzáférés: 2025.08.13.

Eli PARISER, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, 2021,
<https://escholarship.org/content/qt8w7105jp/qt8w7105jp.pdf>
hozzáférés: 2025.08.13.

Emma L. PHILLIPS, *The Tate is displaying rarely seen work by Jenny Holzer, and it's free to the public*, 2018,
<https://www.itsnicethat.com/news/jenny-holzer-artist-rooms-tate-modern-exhibition-240718>
hozzáférés: 2025.08.13.

Rick POYNOR, *Art's Little Brother, Icon, May 23, 2005, 2007*,
<https://www.iconeye.com/back-issues/arts-little-brother-icon-023-may-2005>
hozzáférés: 2025.08.13.

Jan S. RAMIREZ, *Remembering Milton Glaser, Designer for Windows on the World and Creator of "I Love NY" Logo*, 2020,
<https://www.911memorial.org/connect/blog/remembering-milton-glaser-designer-windows-world-and-creator-i-ny-logo>
hozzáférés: 2025.08.13.

Giulia RIVA, *Shepard Fairey: The Art and Story of OBEY*, 2024,
<https://www.blocal-travel.com/artists/obey-shepard-fairey-art/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Riski SEPTIAWAN, *Critical Analysis of AI-Produced Media: A Study of the Implications of Deepfake Technology*, 2024,
https://www.researchgate.net/publication/381900897_Critical_Analysis_of_AI-Produced_Media_A_Study_of_the_Implications_of_Deepfake_Technology
hozzáférés: 2025.08.13.

Jesse THORN, *Kathe Kollwitz, a founding member of feminist art collective The Guerilla Girls*, 2019,
<https://www.npr.org/2019/05/30/728432406/kathe-kollwitz-a-founding-member-of-feminist-art-collective-the-guerilla-girls>
hozzáférés: 2025.08.13.

Ann THORPE, *Defining design as activism*, 2011,
<http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>
hozzáférés: 2025.08.13.

Francesca ZAMPOLLO, *Principles of Design Activism*, 2024,
<https://www.researchgate.net/publication/387300043>
hozzáférés: 2025.08.13.

ADBUSTERS, *Buy Nothing Day*, 2023,
<https://www.adbusters.org/buy-nothing-day>
hozzáférés: 2025.08.13.

A COLORS magazin archívuma: <https://www.colors magazine.com/en/archive>
hozzáférés: 2025.08.13.

A DESIGN magazin archívuma:
<https://designreviewed.com/magazines/design-council-of-industrial-design/>
hozzáférés: 2025.08.13.

DESIGN JUSTICE NETWORK PRINCIPLES, 2018,
<https://designjustice.org/read-the-principles>
hozzáférés: 2025.08.13.

A DESIGN OBSERVER weboldala:
<https://designobserver.com/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Az EYE magazin weboldala:
<https://www.eyemagazine.com/>
hozzáférés: 2025.08.13.,

Az EYE ON DESIGN weboldala:
<https://eyeondesign.aiga.org/>
hozzáférés: 2025.08.13.

FIRST THINGS FIRST 2000,
<https://designmanifestos.org/first-things-first-2000-a-design-manifesto/>
hozzáférés: 2025.08.13.

FIRST THINGS FIRST 2020,
<https://www.firstthingsfirst2020.org/hungarian>
hozzáférés: 2025.08.13.

GRAPHÉINE, *Paul Rand, everything is design!*, 2019,
<https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/paul-rand-everything-is-design>
hozzáférés: 2025.08.13.

HUE&EYE MAGAZINE, *April Greiman | The Designer Who Redefined Visual Communication*, 2025,
<https://www.hueandeye.org/april-greiman/>
hozzáférés: 2025.08.13.

ICOGRADA DESIGN EDUCATION MANIFESTO, 2011,
https://www.theiod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf
hozzáférés: 2025.08.13.

Az INDUSTRIAL DESIGN magazin archívuma:
<https://designreviewed.com/industrial-design/>
hozzáférés: 2025.08.13.

Az INTERNATIONAL COUNCIL OF DESIGN weboldala:
<https://www.theiod.org/en/>
hozzáférés: 2025.08.13.

A LOKI stúdió weboldala:
<https://www.lokidesign.net/>
hozzáférés: 2025.08.13.

A TOLERANCE PROJECT weboldala:
<https://tolerance-project.org/>
hozzáférés: 2025.08.13.

TYPEROOM, *In grid we trust: Emil Ruder aka the iconic pioneer of Swiss Style*, 2020,
<https://www.typeroom.eu/in-grid-we-trust-emil-ruder-aka-the-iconic-pioneer-of-swiss-style>
hozzáférés: 2025.08.13.

TYPEROOM, *In Memoriam: Wim Crouwel 1928-2019*, 2019,
<https://www.typeroom.eu/in-memoriam-wim-crouwel-1928-2019>
hozzáférés: 2025.08.13.

NEW WAVE TYPOGRAPHY, 2011,
http://www.designhistory.org/PostModern_pages/NewWave.html
hozzáférés: 2025.08.13.

Szakmai önéletrajz

Zeman Zoltán (1987, Kassa)

Tanulmányok

2018 - 2022	Multimédia-művészet DLA abszolutórium Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Doktori Iskola, Budapest
2013 - 2015	Tervezőgrafikus-művész MA Vizuális Művészeti Tanszék, Eszterházy Károly Főiskola, Eger
2009 - 2012	Elektronikus Ábrázolás BA Vizuális Művészeti Tanszék, Eszterházy Károly Főiskola, Eger
2007 - 2009	Elektronikus grafikus OKJ Eventus Üzleti, Művészeti Szakképző Iskola, Eger

Szakmai tapasztalat

2019 -	Egyetemi tanársegéd, Média és Design Intézet, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, Eger
2016 - 2019	Művésztanár, Média és Design Tanszék, VMI, Eszterházy Károly Egyetem, Eger
2015 - 2016	Óraadó tanár, Vizuális Művészeti Intézet, Eszterházy Károly Főiskola, Eger
2015 - 2020	Alapító, Art director, Hyper Creators grafikai stúdió, Budapest

Önálló művészeti oktatás

2021 -	felnttökképzés, ZEMAN tervezőgrafika online kurzusok
--------	--

Nyelvvizsga	Angol, B2, komplex Szlovák, C1, komplex
--------------------	--

Eredmények / díjak

Megújuló Energiapark logópályázat (Debrecen, 2013) - I. hely
Lake Country Brewery logópályázat (Wisconsin, USA, 2013) - II. hely
Battle Arts Academy logópályázat (Ontario, Canada, 2013) - II. hely
Hungarikum logópályázat (Budapest, 2013) - legjobb 8 alkotás

Citizen 2020, Nemzetközi plakátpályázat (Skopje, Macedónia, 2013) - legjobb 50 alkotás
Magyar Pszichoanalitikus Egyesület logópályázat (Budapest, 2014) - I. hely
Humántapéták, MMA óriásplakát pályázata (Budapest, 2014) - legjobb 10 alkotás
Dönts le a falakat! - Az ARC kreatív plakátpályázata (Budapest, 2014) - legjobb 35 alkotás
Te hogyan tennéd jobbá a világot? - ARC pályázat (Budapest, 2015) - legjobb 30 pályamű
Behance Portfolio Reviews (Eger, 2015) - II. hely
MATT különdíj, Graphifest kiállítás, Tesla, Budapest, 2018
Magyar Logó Díj - kitüntetett, 2024

Csoportos kiállítások

2025

Design of Visual Communication in Time and Space, Design Week, Zlín, CZ
Design of Visual Communication in Time and Space, Galeria Rondo Sztuki, Katowice, PL

2024

XXII. Arany Rajzszőg Kiállítás, Pesti Vigadó, Budapest
Magyar Logó Díj 2024, PKE, Nagyvárád, RO
VIII. Székelyföldi Grafikai Biennálé, Sepsiszentgyörgy, RO
Ampersand International Logo Exhibition, MKE, Budapest
XXIV. Országos Tervezőgrafikai Biennálé, MKE, Budapest

2023

XXI. Arany Rajzszőg Kiállítás, MOME, Budapest

2022

Together, Majel Rovás Központ, Kassa, SK
Foedus – eNRA kiállítás, Kortárs Magyar Galéria, Dunaszerdahely, SK
Kontempláció, MANK Galéria, Szentendre
Tipózóna/4/ kiállítás, UVP Technikom, Kassa
Molinókiállítás a Rovás Pavilonban, Gombaszögi Nyári Tábor, SK
Tipózóna /4/ kiállítás – Templom Galéria, Eger
Publicritic, Digital Smog kiállítás, Nagykároly, RO
eNRA kiállítás, Bartók1 Galéria, Budapest

2021

Ampersand 2021 International Logo & Logotype Exhibition, Nádor Galéria, Budapest
19. Arany Rajzszőg Kiállítás 2021, MOME, Budapest
Publicritic, Digital Smog köztéri plakátkiállítás, Nagyvárád, RO
Miszla Art 10, Széphárom Közosségi Tér, Budapest

2020

XXII. Országos Tervezőgrafikai Biennálé, Magyar Képzőművészeti Egyetem, Budapest
18. Arany Rajzszőg Díj és Kiállítás, MOME, Budapest

Miskolci Grafikai Triennálé 2020, Miskolci Galéria, Miskolc
HORROR VACUI, a Rovás Alkotócsoporthoz kiállítása, Kortárs Magyar Galéria, Dunaszerdahely, SK
Miszla Színdaráló Művésztelep 2019 kiállítása, Tamási Galéria, Tamási
Az eNRA Nemzetközi Rovás Alkotóközösség kiállítása, Limes Galéria, Komárom, SK

2019

HORROR VACUI, a Rovás Alkotócsoporthoz kiállítása, Budapest Projekt Galéria, Budapest
ARTMESSENGER Karácsonyi Kortárs Művészeti Vásár, KUBIK coworking, Budapest
XVII. Arany Rajzszőg kiállítás, Magyar Képzőművészeti Egyetem, Budapest
Az eNRA 2019-es nyári művésztelepeinek kiállítása, Bányászati Múzeum Galériája, Rozsnyó
A MOME Doktori Iskola kutatási poszterkiállítása, MOME UP, Budapest
A Rovás Alkotóközösség kiállításai a Zempléni Fesztiválon, Új Bástya Rk., Sárospatak
Miszla Art Színdaráló Művésztelep zárókiállítása, Nemeskéry Kastély, Miszla
Tipózóna 3, Templom Galéria, Eger
Látszatvilágok / Mondi Di Apparenze, Római Magyar Akadémia, Róma
Dunart.com VI-VIII., MAMŰ Galéria, Budapest

2018

Kortárs Művészeti Vásár, Patyolat/PRÓBAüzem, Budapest
11. Graphifest kiállítás, Tesla, Budapest
Tipózóna 2, Design Hét, AMI, Sopron
18. ARC közérzeti kiállítás, Örs Vezér útja, Budapest
DunartCOM8 szimpózium záró kiállítás, Városi Művelődési Központ, Somorja, SK
Látszatvilágok, VMI oktatói kiállítás, Templom Galéria, Eger
eNRA: miért., Limes Galéria, Komárom, SK
Tipózóna 2, Templom Galéria, Eger
eNRA: miért., MaJel Rovás Központ, Kassa, SK
eNRA: miért., Rozsnyói Bányászati Múzeum Galériája, Rozsnyó, SK

2017

Reformáció 500, Kortárs grafikai tárlat, Kölcsey Központ, Debrecen
17. ARC közérzeti kiállítás, Ötvenhatosok tere, Budapest
Miskolci Grafikai Triennálé, Miskolci Galéria, Herman Ottó Múzeum, Miskolc
Tipózóna 01, Templom Galéria, Eger

2016

eNRA: Értjük Egymást, Kortárs Magyar Galéria, Dunaszerdahely, SK
Invariáns, Kortárs Magyar Galéria, Dunaszerdahely, SK
IV. Székelyföldi Grafikai Biennálé, Sepsiszentgyörgy, RO
IV. Országos TDK Fórum, Kepes György Művészeti Központ, Eger
eNRA, Rozsnyói Bányászati Múzeum Galériája, Rozsnyó, SK

2015

III. Székelyföldi Grafikai Biennálé, Sepsiszentgyörgy, RO
Jóvilágvan/GIFEXHIBITION, Szimpla Kert, Budapest

OMDK - VII. Országos Művészeti Diákköri Konferencia, BKF, Budapest
Erőtér II, Arkt Művészeti Ellátó, Eger
Diploma2015, Kepes Művészeti Központ, Eger
Szentendre Éjjel-Nappal, Városház Galéria, Szentendre
Te hogyan tennéd jobbá a világot? ARC kiállítás, Millenáris Park, Budapest
XIX. Országos Tervezőgrafikai Biennále, Magyar Képzőművészeti Egyetem, Budapest
IX. Graphifest kiállítás, #KÉP#REGÉNY#HŐS, Tesla.kult, Budapest
eNRA: A Rovás képzőművészeinek kiállítása, Rozsnyó, SK

2014

Dönts le a falakat! ARC kiállítás, Millenáris Park, Budapest
23+20 Stylewalker Day&Night / Design Hét, Budapest
Béhance Portfolio Reviews - Pécsi Tudományegyetem, Pécs
eNRA: Értjük Egymást, Rozsnyó, SK
Legyünk Jobbak Poszterkiállítás, Design Terminál, Budapest
XIX. Országos Tervezőgrafikai Biennále, Munkácsy Mihály Múzeum, Békéscsaba
Humántapéták kiállítás, Vigadó, MMA, Budapest
EGRI HŐSÖK Plakátkiállítás, Dobó tér, Eger
MA&MA Master Collection, Gárdonyi Ház, Eger

2013

Citizen 2020, Nemzetközi plakátkiállítás, Skopje, Macedónia
eNRA: Arcok az arctalanságban, Komárom, Szlovákia

2012

II. Székelyföldi Grafikai Biennále, Sepsiszentgyörgy, RO
Alternatív Identitás, Miskolci Nemzeti Színház, Miskolc
XIII. OFKD – Művészetek és a Környezet, Veszprém

Online sajtómegjelenés

Erdélyi Péter, *Önnel már van terve zombiapokalipszis esetére?*, 2014,
<http://444.hu/2014/02/24/onnek-mar-van-terve-zombiapokalipszis-esetere/>

hvg.hu, *Vészhelyzet esetére: elkészült a főváros survival-térképe*, 2014,
https://hvg.hu/élet/20140310_lgy_eljunk_tul_Budapesten_elkeszult_a_fovleloterkepe

Lang Ádám, *Hiánypótló: budapesti túlélőtérkép lázadások, háborús helyzetek vagy zombiar-mageddon esetére*, 2014,
http://urbanplayer.hu/utca/budapesti_tulelo_terkep/

Lang Ádám, *Zeman Zoltán megelőzte az államot: itt vannak az új bankjegyek!* 2014,
<http://urbanplayer.hu/dizajn/zeman-zoltan-megelőzte-az-allamot-itt-vannak-az-uj-bankjegyek/>

Bárdos László, *Bibliikon*, 2015,
<http://hypeandhyper.com/bibliikon/>

Nyomtatott sajtómegjelenés

Vasvári Péter, *Magyar Logó Díj 2024* kötet, Scholar Kiadó, 2024, ISBN 9786150214559
Vasvári Péter, *Magyar Tervezőgrafika Top 100*, Scholar Kiadó, 2022, ISBN 978-963-509-653-4
Vasvári Péter, *Magyar Logók*, Scholar Kiadó, 2021, ISBN9789635093748
TypoHungry – Tipográfia Magyarországon a XXI. században, ArtHungry, 2021.
Fábián Gergely, *Zeman Zoltán*, Előretolt Helyőrség Folyóirat Felvidék, 2021, II.10. sz.
Zeman-Juhász Éva, *Korrupt pénzek, politikusok, tüntetőtáblák, Biblia és zombik*, Atelier művészeti folyóirat, XXIV., 2021/1. sz.
Új Művészet, *Kezdetben volt a vonal*, 2013/11. ISSN 08662185
Typodarium 2016, Verlag Hermann Schmidt, Mainz, 2015.

Online portfólió

www.zemanzoltan.com
behance.net/zemanzoltan
instagram.com/zemanzoltan
facebook.com/zemanzoltan

Eredetiségi nyilatkozat

Alulírott (szül. hely, idő:, anyja neve:, szem. ig. szám:), a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Doktori Iskola doktorjelöltje kijelentem, hogy a című doktori értekezésem saját művem, abban a megadott forrásokat használtam fel. Minden olyan részt, amelyet szó szerint vagy azonos tartalommal, de átfogalmazva más forrásból átvettem, egyértelműen, a forrás megadásával megjelöltem.

Kijelentem továbbá, hogy a disszertációt saját szellemi alkotásomként, kizárólag a fenti egyetemhez nyújtom be.

Kelt:

.....
doktorjelölt aláírása

