

ANGYALI ÜDVÖZLET HELYETT

Maczó Péter

**Ez a világ zárt kapu.
Korlát. És ugyanakkor
átkelőhely.**

SIMONE WEIL

Nemzetközi biennálékon – évtizedekre visszatekintve – szívesen választott, meghirdetett téma volt a háború és a béke, a szolidaritás az elnyomottakkal és az éhezőkkel. Az ember és az emberi értékek megbecsülése, védelme, avagy csak úgy általában a humanizmus. Ezek mondhatni mit sem változtak, nemcsak a jelentésükben, de sajnos a jelenvalóságukban sem.

1969-ben – tehát 50 éve – jelent meg Konrád György Látogató című regénye, amely az akkori hatalomban komoly ellenkezést váltott ki. A szocializmusban a szociális helyzet tényszerű feltárása, a nyomor ilyen erejű bemutatása nem volt ildomos.

Ma sem az, bár együtt élünk vele. Tudomásul vettük, elfogadjuk? Vajon mi a társadalom, és hol az egyén felelőssége? Egyáltalán, meddig terjed a figyelmünk, amikor a nap minden percében szörnyűségekről hallunk, és megrendítő képeket látunk (reality show-ként) a hírfolyamokban? A nyilvános kivégzések kora lejárt, ami történt, az meg szerencsére nem velünk történik...

A klasszikus kérdés régen úgy hangzott, vajon egy igazán elkötelezett tervezőgrafikus tervezhet-e cigarettának reklámot?

Hát hogye! Éspedig (szakmailag) igazán kiváló, lásd a minap Londonban 16,6 millió forintért



elkelt
Berényi-féle Modiano plakát... persze ez afféle retro művészet.

Megengedőek vagyunk? A topic a 21. században tovább bővült. Még aktuális a me too és a más-ság, de a legtrendibb a klímaváltozás, illetve a természet védelme – túl az emberek védelmén, amely kevésbé sikerült eddig – bár ez is a mi bőrünkre megy. Ne legyünk szkeptikusak! Főleg így az évvégi ünnepek táján, amikor minden a szeretetről szól. (Vagy a fogyasztásról?) Jingle bells, Stille Nacht, nekünk Mennyből az angyal... lásd a címben, az evangélium szavait. Évzáró cikkünkben az új grafikusnemzedék tervezési feladatai közül mutatunk be néhányat, így a válasz itt (részben) vizuális. Kérdéseket megfogalmazni talán könnyű, ezeket a tanároknak szánom, a verbális válaszokat tőlük várom: Brittnek Andrea, Ducki Krzysztof, Gallusz Gyöngyi, Gábor Imre és Tepes Ferenc, a Budapesti Metropolitan Egyetem Vizuális kommunikáció tanszékének tanárai. Mondataik jelzik, érzik felelőségüket.

1. Hol kezdődik (vagy meddig terjed) az egyén felelőssége, aki grafikus?

Brittnek Andrea: Már az első vázlatoknál, az első vonalak meghúzásakor, a vizuális koncepció és az üzenet felállításakor kezdődik a tervező felelőssége, és addig véget sem ér, amíg a kész produktumról, alkotásról a visszajelzést, a célcsoportnak szánt üzenet vizsgálódását nem értékeljük. Ez nem pusztán egy szakmai elvárás, valami kötelező minőségi ellenőrzés, ez egy tudatos szerepvállalás, nevezhetjük küldetéstudatnak, hitvallásnak vagy netán ízlésformáló feladatnak. De akár szociális nehézségeket kiemelő plakátrol, társadalmi gondokat taglaló könyvborítóról, globalizációs kérdéseket feszegető kampányról vagy ökológiai problémákra megoldást nyújtó termékcsomagolásokról van szó, mindezt magunkénak kell éreznünk, hiszen ennek a világnak mi is a részesei vagyunk.

Gallusz Gyöngyi: A grafikus is elsősorban ember. Aki emberként képtelen erkölcsileg elfogadhatatlan helyzeteket tolerálni, annak munkáin is áttűnik ez a hozzáállás.

Gábor Imre: A felvetett kérdést kettébontanám. Az első, a kézenfekvőbb arra vonatkozik, hogy ha megkérdem egy kollégát vagy bárkit, kis gondolkodás után azt válaszolja, hogy recycling meg ökotudatosság, slow design és hasonló... Álmegoldás mind, mint amikor az autógyárak azon



*Eszteró Anett meg Vizi Ádám
környezetvédelmi posztere*

gondolkodnak, hogyan adhatnának el még több autót, a környezeti terhelés csökkentésének a jelszavával.

A másik kérdés a radikálisabb, és általában nincs is rá válasz. Pedig egyszerű: van-e etikája a tervezőgrafikusnak? Én nem a minőségre gondolok, hanem hogy kinek, mit és miért csinálunk?

2. Vannak-e olyan drámai erejű alkotások, amelyek számodra a humanizmus elemi erejét példázzák?

Brittnek Andrea: Én elsősorban azokra az alkotásokra kapom fel a fejem, melyek a mélyenszántó gondolatok mellett (vagy inkább azokon túl) pofonvágnak, fellöknek, megnevettetnek vagy éppen megriátatnak, de akár a szarkazmusukkal, vagy a szemtelenségükkel, netán a lelkeket elérő szégyenérzet analízisével nem hagyhatnak nyugodni.

Élvezem a nyitottságot, a szabadság erejét az újragondolásban, az újra felfedezésben, az újabb lehetőségek kipróbálásá-



Pap Beatrix linometszet sorozata

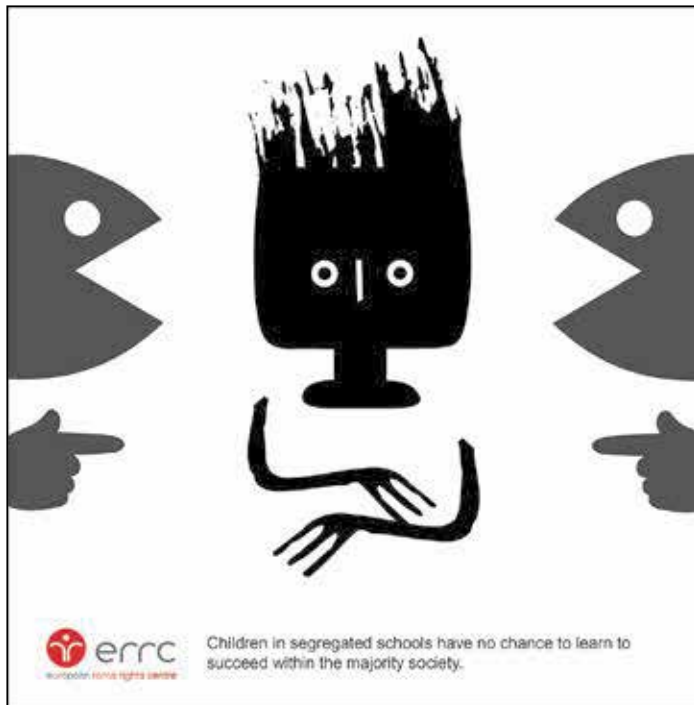
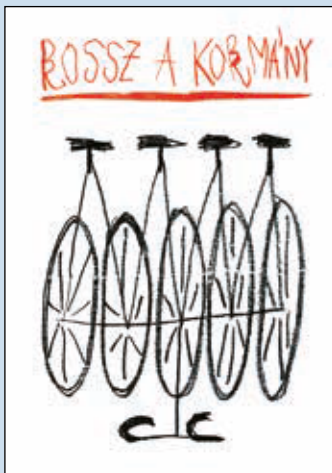




Vörös Mercédesz illusztráció-sorozata a cigány szegregációról (European Right Center)



Huszlicska Áron és **Prakfalvi Anna** társadalmi indíttatású poszterei



ban, az előremutató kísérletekben, melyek akár támaszkodhatnak korábbi elvekre, nézetekre, konkrét munkákra, matériákra is.

Mélyen érintett, amikor pár évvel ezelőtt előben láttam El Anatsui egy alkotását. Szemtől szemben egészen más, behűz és a saját bőrödnön érzed a túlzott termékfogyasztás nyommasztó súlyát. Egy-egy alkotása a maga gigantikus szépségével – akár falikárpitot vagy a Földünk kiterített képét látjuk benne – távolról is megragad, magához vonz, invitál, a részletek ráeszmélése után pedig sokkol.

De legalább ennyire szeretem Norihiko Terayama polygon munkáit, melyek a természet ránk hagyományozott levedléseinek fonalát vizik tovább a síkok, élek, találkozási pontok értelmezésével.

Fontosnak tartom még Jacob

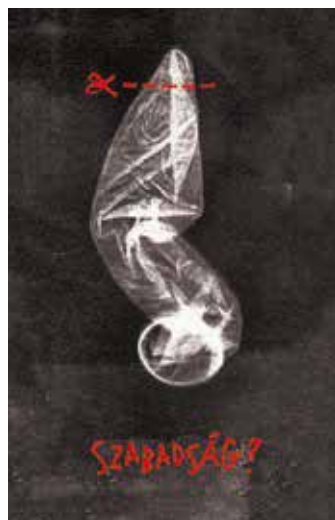
Hashimoto és Katsumi Hayakawa csodálatos alkotásait, amelyek finom, lágy szépségei a matériák újraértelmezésének. Izgalmas számomra Dorota Grabkowska interaktív kísérlete is a jelenünk és jövőnk közös találkozási pontjainak vizualizálására.



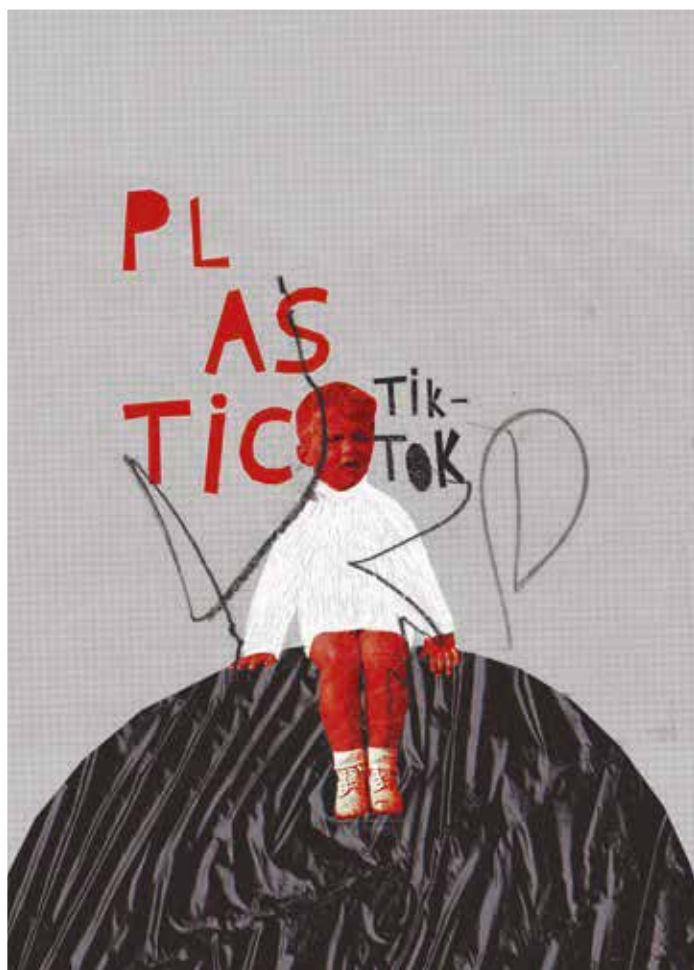
Gábor Imre: Nos, a tervező-grafika képlete egyszerű: van a megrendelő, aki fizet és vagyunk mi, akik szállítjuk a terméket. Pénz és design kéz a kézben járnak. (Ha én nem készítem el, lesz más. A megrendelőnek mindig igaza van.) 2018-ban részt vettem egy művésztelepen Debrecenben, aminek a hívó szava a »design-rezisztencia« volt, jelentsen ez bármit is.

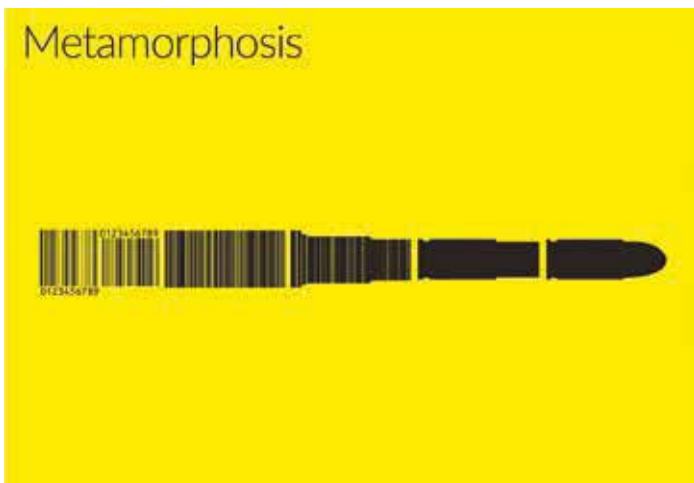
Ott hallottam Horányi Attila előadásán azt a kijelentést, hogy a design ideológiáfüggetlen. Elgondolkodtatott a kijelentés. Ha végigjárjuk a

Imreh Abigél és Zsemberi Szíjgyártó Miklós, valamint (lent) Sipos Fanni poszterei láthatók



gondolatmenetet, szomorú végkövetkeztetésre jutunk. Ha igaz, akkor megtervezzük bárminek és bárkinek a brand-jét, csomagolását, meghívóját és névjegyét, meg mindenét – legyen az a legmocskosabb multi vagy a legelnyomóbb diktatúra –, még akkor is, ha nem értünk egyet a megrendelő céljaival. Nincs etikai kódex, csak egyéni döntések vannak. De abban nem hiszek, hogy délelőtt műanyagzacskó csomagolást tervezek, délután





Fülöp Orsolya Vonalkód-golyó metamorphozisa,
Kassai Andrea Ghetto Balboa filmplakátja,
Máhr Zsófia Love and Empty Words, valamint Gods of Molenbeek posztere

meg egy plakátot a környezet-szennyezés ellen. Magyarán: a tervezőgrafikának nincsenek elvei, ám az egyénnek lehetnek. Viszont a grafikus – létéből fakadóan – nem mondhat nemet, vagyis róka fogta csuka.

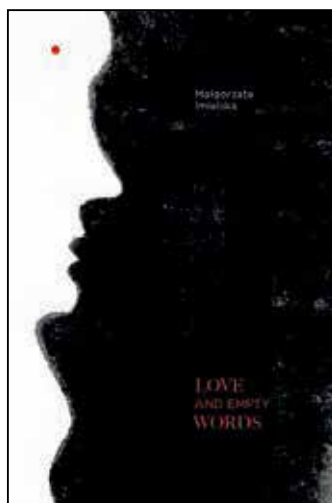
Gallusz Gyöngyi: Számtalan ilyen példát lehetne sorolni. A nagy műalkotások – legyen az irodalmi, zenei vagy képzőművészeti – mindenképpen felülemelkednek »e mai kocsmán«, és tisztán, érdek és politika nélkül szólnak az emberi szellem csodájáról.

És van-e humanistább gondolat annál, ha ennek megnyilvánulása, léte van felmutatva?

3. Vajon fontos-e, hogy – megbízók nélkül is – foglalkozunk az emberiség létét érintő általános problémákkal, egyáltalán van erre társadalmi igény?

Gábor Imre: Hogy válaszoljak a harmadik felvetett kérdésre, azt kell mondanom, ha megrendelők nélkül készítünk grafikát, az azonnal kikerül a tervezőgrafika területéről, még akkor is, ha formailag azonos vele. Az már képzőművészet, ami persze lehet egyszerű, nem az érthetetlen a magas művészet ismertetőjele, ez viszont már egy másik terület, és messze vinne, ha ezt elkezdéném boncolgatni.

Gallusz Gyöngyi: Ha arra gondolunk, hogy egy grafikus alkotásaiban térjen-e ki ezekre a problémákra, akkor azt válaszolnám, hogy ez a műfajtól függ. Én – személy szerint – főként a nagyközönségnek szóló, műfajilag is őket meg-



szólító felületeken tartom ezt szerencsésebbnek.

Az autonóm művészi alkotásnak nem feltétlenül válik hasznára, ha az aktualitás szintjén marad. De ez alkotói alkat kérdése is.

Tepes Ferenc: Környezeti, szociális és kulturális krízisek... Kezdjük akkor a legelején: Ken Garland tervezőművész 1963 novemberében (tehát éppen 56 éve) olvasta fel, és a következő évben jelentette meg *First Things First* manifesztumát. Akkor még csak 22 aláíró nyilváníttotta ki elkötelezettségét egy élhetőbb vizuális világ létrejötté iránt. Voltaképpen tehát nem is társadalmi igény váltotta ki, hívta életre akkoriban: a grafikus szakma érezte időszerűnek, mi több, sürgetőnek, hogy ezeket a gondolatokat megossza. Itt vetődött fel először, hogy a vizuális szakemberek – grafikusok – mit is gondolnak saját felelősségükről és szerepükről. Voltak, akik inspirálónak találták és felbátorodtak, míg a szakma más képviselői elitistának, sőt, egyenesen naivnak bélyegezték meg. Ugyanakkor, vitát generálva, de el tudott indulni egy egészséges párbeszéd. A *Manifesztum* azóta is, időről időre újra megjelenik és szóba kerül: *Eye* magazin, *Baseline*, *Blueprint*, *Adbusters* – és a csatlakozók köre is egyre bővül. »A globális fogyasztói kultúra robbanásszerű elterjedésével üzenetünk szívszorítóan sürgetővé vált.« Milton Glaser, az aláírók egyike szerint olyan helyzet lenne az ideális, ahol nem tekinthető professzionálisnak az a tervező, aki nem foglalkozik társadalmi kérdésekkel. Jonathan Barnbrook,



ezen gondolatok egyik legmarkánsabb harcosa és továbbvivője 2001-ben a Tibor Kalman-tól származó idézettel: »Designers, stay away from corporations that want you to lie for them!« tervezett óriásplakátot a kiállvány akkori megjelenéséhez.

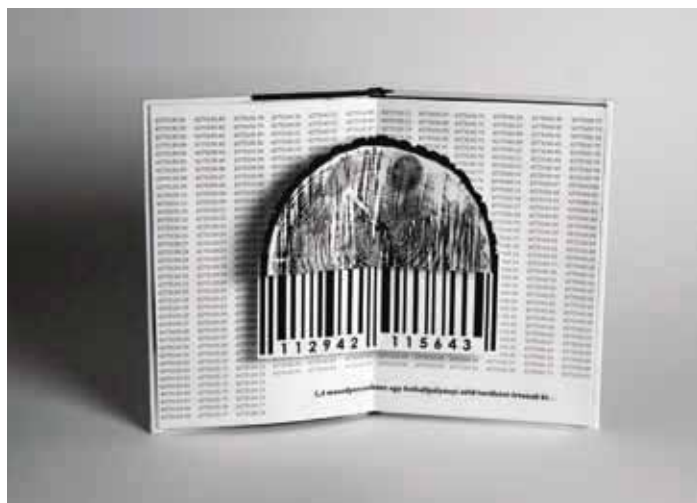
Brittnek Andrea: ...Mindenképp! Ezt mutatják korunk művészeinek reflexiói, melyek bemutatásával tematikusan foglalkoznak majd minden biennálén, kisebb és nagyobb volumenű kiállításokon szerte

Némedi Varga Réka
Identity in Crisis posztere



Szabó Gergely terve a Budapesti Pszichológiai Központ rendezvény-plakát sorozata

a nagyvilágban. És hatalmas érdeklődéssel fogadják az emberek, szinte várják, hogy a művészek miképp vélekednek a napjaink problémáiról. De ezeken a fórumokon, eseményeken eszmét cserélnek képzőművészek és designerek is, hatnak egymásra, befolyásolják egymás nézeteit, továbbviszik egymás gondolatait, vitatkoznak, ha kell, és hezitálás vagy szégyenérzet nélkül nyíltan kimondanak, megmutatnak mindent, amit mások csak gondolni mernek. És nem kell messzire mennünk, hiszen a hazai művészeti hallgatók is gyakran vizualizálják – akár egy művészkönyvben összefoglalva – az őket foglalkoztató, bántó, felkavaró érzéseket. Vörös Mercedesz *Evolúció* című kísérleti pop-up könyvében olyan témákat állít egymással szembe, mely jól prezentálja, hogy egy fiatal tervezőgrafikus hallgató is érzékenyen és éretten reagálhat az őt körülvevő világra. (Illusztrációk jobbra.)



4. Mennyiben kell empátikusnak lennie az alkotónak? A tervezőgrafika vizuális üzenet, válasza néha túlzó képi realitás, máskor absztrakttá elvonatkoztatás. Ami közérthető az közhelyes is?

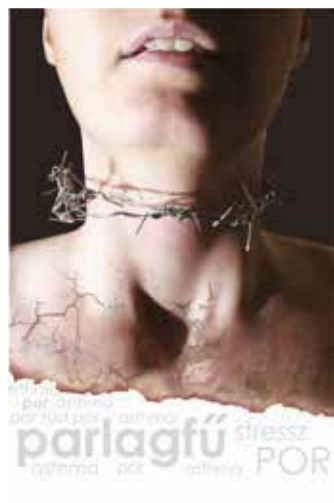
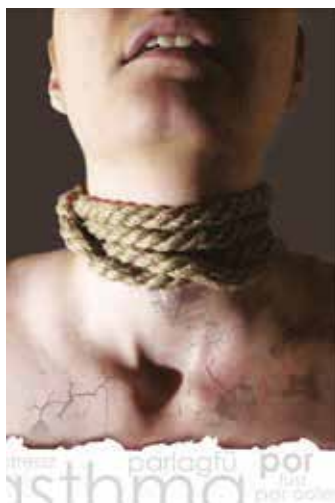
Gábor Imre: Néha a hallgatás a megoldás. Mindig rossz érzés fog el, amikor olyan fotókat látok, ahol az emberi nyomorúságot használják témaként, és ezzel díjakat és hírnevet szereznek maguknak. Amikor a tervezőgrafikus használ fel egy megrendítő eseményt, begyűjtve a lájkokat, kiállításokon szerepel és díszleg, az bizony nekem ugyanez a kategória...

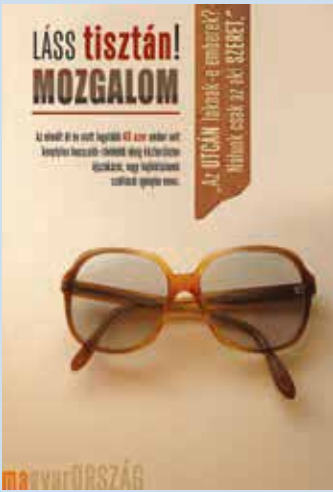
Brittnék Andrea: Nem gondolnám, hogy az egyértelmű, mindenki számára azonnal érthető üzenet feltétlenül közhelyes is. Ha például megnézzük a Lego imádnivaló kampányát, mely szavak nélkül is minden korosztály számára egyszerűen olvasható és nemzetközi, akkor valóban megértjük a brand üzenetét, hogy csak az önnön képzeleted szabhat ha-

tárt a fantáziád szárnyalásának. Van, aminek rögtön kell hatnia és nincs idő hosszas elmélkedésre, ilyenek például a termékcsomagolások, melyek égető és azonnali megoldást kell hogy nyújtsanak korunk egyik legfontosabb problémájára, a mérhetetlen fogyasztásból eredő környezetszennyezésre. A csomagoláskultúra fejlesztése az egyik legfontosabb feladata korunk tervezőgrafikusai és designerei számára, hiszen a termékcsomagolás elhagyhatatlan és kikerülhetetlen, csak nem mindegy a mennyiség és a minőség kapcsolata, az anyagok helyes megválasztása. Yves Béhar környezetbarát Puma cipőcsomagolása már a jövő felé mutat, hiszen azt kommunikálja, mindent használj fel valami másra, vagy akár újra, semmit ne dobj ki feleslegesen. Ráadásul rögtön üzen az okos kis táskával, a vizuális elemekkel, a színekkel. Érthető, és persze az érzelmeinkre is hat. Pusztán ezzel a környezetvédelmi tervezői koncepcióval 500 000 liter dízel üzemanyagot, 1 millió liter vizet és 8500 tonna papírt

Jenei Csenge figyelemfelhívása, a környezetkárosítást bemutató plakátsorozata.

von ki a teljes előállítási, logisztikai, kereskedelmi folyamatból. Mi ez, ha nem empátia a Földünk megmentéséért? Ezt a szemléletet igyekszünk mi is továbbadni a hallgatóinknak, amikor egy-egy feladaton keresztül a *Less is More* vagy a *No Waste* fogalmát kell végigjárniuk. Minden részlet fontos, a kevesebb nyomdafestéktől kezdve, az újrahasznosított és lebomló alapanyagokon és vizuális üzeneten keresztül az újra felhasználható csomagolásokig – mindent figyelembe kell vennünk.





Ducki Krzysztof: *Nem titok, hogy a Metropolitan Egyetemen a diákokat az itt töltött szemeszterek során voltaképpen háborúra készítjük fel, azaz partizánokat szabadítunk tervezőpiacra, hogy ellenséges területen szabotázssal tiltakozzanak a silány esztétika ellen. Felfegyverezzük a diákokat bomba ötletekkel, és megtanítjuk őket többek között arra is, hogyan semlegesítsék a tipográfiai aknákat...*

A grafikus zászlóaljok képesek akár célzott metaforákkal megváltoztatni a szociális, politikai és kulturális világ rendjét, különösen azokon a területeken, ahol szemtől szembe vívják a csatát a nézőkkel, megrendelőikkel, felhasználókkal. Hiszek benne, hogy az így felkészült – könyvtervezőkből, plakátkészítőkből, illusztrátorokból és képregénygrafikusokból álló – hadsereg meg tudja menteni a nemzeti öntudatot, sőt akár az egész Földet.

Bali Violetta *agitációs posztere: Láss tisztán Magyarországot!*

Gallusz Gyöngyi: Ez voltaképpen a modern művészet nagy dilemmája.

Azzal egyetérték, hogy a túl egyszerű, egyértelmű, de inkább úgy fogalmaznék, hogy az egyszemélyes alkotások valóban közhelyszerűek, ugyanakkor tartalmaz, igényes megfogalmazás is lehet közérthető.

És hogy kellenek-e a közhelyek, mennyire széles rétegnek szóljanak az alkotások, milyen gyorsan kell az üzenetnek világgossá válnia? Hogy a nehezen dekódolható, komplex megoldások vajon célba érnek-e? Hát, ez már egy messzire vezető kérdés, mert a tervezőgrafikának számtalan ágát, így számtalan törekvését is meg kellene vizsgálnunk ebből a szempontból.

5. Az érettségből egyszerűség fakad – mondja Friedrich Schiller. Picasso galambja, Milton Glaser szívecskéje (I love New York) emblematikussá vált. Csak ennyi volna?

Gallusz Gyöngyi: Az egyszerűség helyett én inkább a sűrítettséget, az esszenciális tömörséget tartanám találóbó kifejezésnek, illetve a szellemi érettség, a szellemi tartalmaság megnyilvánulásának, következményének. Persze ez formailag valóban egyfajta egyszerűséget is jelenthet a szószátyársággal ellentétben, de nem csak azt. Formailag burjánzó, bonyolultabb művek is lehetnek hatásukat, mondanivalójukat tekintve összetettek, érettek.

Ugyanakkor az általad említett alkotások nem egyedi, önmagukban álló művek – egyszerűs-

ségük sokkal többet tartalmaz, mint ami csupán formailag megjelenik –, mögöttük ott van az életmű egésze, rendszere is.

Brittnek Andrea: Az érett gondolkodó alkotó jogában áll, hogy az üzenetet részletekbe menően fejtsse ki vagy akár a végtelenségig leegyszerűsítve fogalmazza meg, akár egy felvetett kérdésként nekünk szegezve, mint ahogy azt Sagmeister és Walsh Bécsben is tették a Beauty kiállításon a falon amúgy is kötelezően jelen lévő tűzoltó készülék felöltöztetésével, becsomagolásával. Rögtön nekünk is szegeztek a kérdést: Ez most így szebb lett? És vajon szépek kell lennie egy tűzoltó készüléknek? De ugyanezen a kiállításon olvashattuk a mosdó felé közelítve a francia író, Théophile Gautier funkcionálitásról és szépségről alkotott véleményét is: »...Ha valami jól működik, egyben nem feltétlenül szép is. És mi a legfunkcionálisabb helyisége egy múzeumnak? Az illemhely.«

Hát a mosdó ritkán a legszebb helyiség. Erre fricskaként Sagmeister és Walsh többféle kereskedelmi forgalomban kapható WC-papírt helyeztek ki azzal a felkiáltással, hogy amelyiket a legszebbnek találjuk, azt használjuk! Zavarba ejtő szituáció, de érdekes kísérlet, hiszen az fogyott a leggyorsabban, amit – külön erre az alkalomra – saját tervezésű pattern motívumukkal nyomtak meg. Persze a múzeum boltjában újra megvásárolható volt, felkínálva kényelmetlen döntésünk korrígálását.

De ha már a tudatos egyszerűséget említjük, mindenképp kiemelném azon hallgatói

munkákat, melyek vizuális kommunikációjában a redukált képi megfogalmazás kialakítása legalább akkora kutatást, kísérletet és alkotói folyamatot igényelt, mint egy-egy gazdagon illusztrált könyv esetében. És mi tudjuk, olykor mindez sokkal nehezebb, így határozottan állíthatjuk, hogy nem csak ennyi volt...

Gábor Imre: Egyszóval, lehet hogy pesszimista vagyok, vagy csak annak tűnök – első olvasatban. Annyit mondhatok, hogy forradalminak kell lenni, radikális megoldásokat kell keresni, és igenis vállalni kell a társadalmi és ne adj' isten politikai kihívásokat. Vagy hogy egy másik, Szentpéteri Márton által tar-

tott előadás utolsó mondatát idézzem: »Gyerekek, tervezétek ki magatokat a rendszerből!«

•••

Való igaz, az egyetemi képzésnek rendszeres, visszatérő feladatai között a humanitárius, egészségügyi vagy éppen a társadalmi érzékenységet érintő, a mindennapok emberi dilemmáit feszegető témák megválaszolása sem marad el. Az identitás – szerintem – akár egy szóra is szűkíthető: emberi! Emberi? A jegesmedve is az. Nekünk, felnőtt ésszel, végre be kellene látnunk, a Föld gyermekeiként ugyanaz a jövőnk, és egymás elfogadása és megértése az az egyetlen út, amelyen haladhatunk.

Ironikus talán, de a modern humanizmus egyik legfőbb jellegzetessége, hogy támogatói nem tudnak megegyezni abban, hogy ez a világnézet vallásos-e vagy sem? A világi humanisták filozófiának, a vallásos humanisták vallásnak tekintik... Érzékszerveink között a látás kiemelt fontosságú. Talán ezért is érzem úgy, hogy aki napjaink kultúrájáért (avagy a békés és boldog jövőért?) a vizuális kommunikáció nyelvén szót emelhet, annak ezt meg kell tennie. Igaz, nem a szakmai elismerés és nem is az anyagi sikerek okán. Azért, hogy küldetésünket (ha nem túl nagyképű kifejezés) – beteljesítsük: legyen hát ... békesség a Földön és az emberekhez jóakarattal – ahogyan az az anyagi üdvözetben áll.

Füzes Anna képei zárják a sort. Munkájával – nem egyedülként – az idén diplomázó master hallgatók érzékenységét példázza, akik jószívvel fordultak napjaink humanitárius problémái felé, és a kirekesztés, a me too vagy éppen a klímaváltozás égető gondjaira keresték a megfelelő választ.

