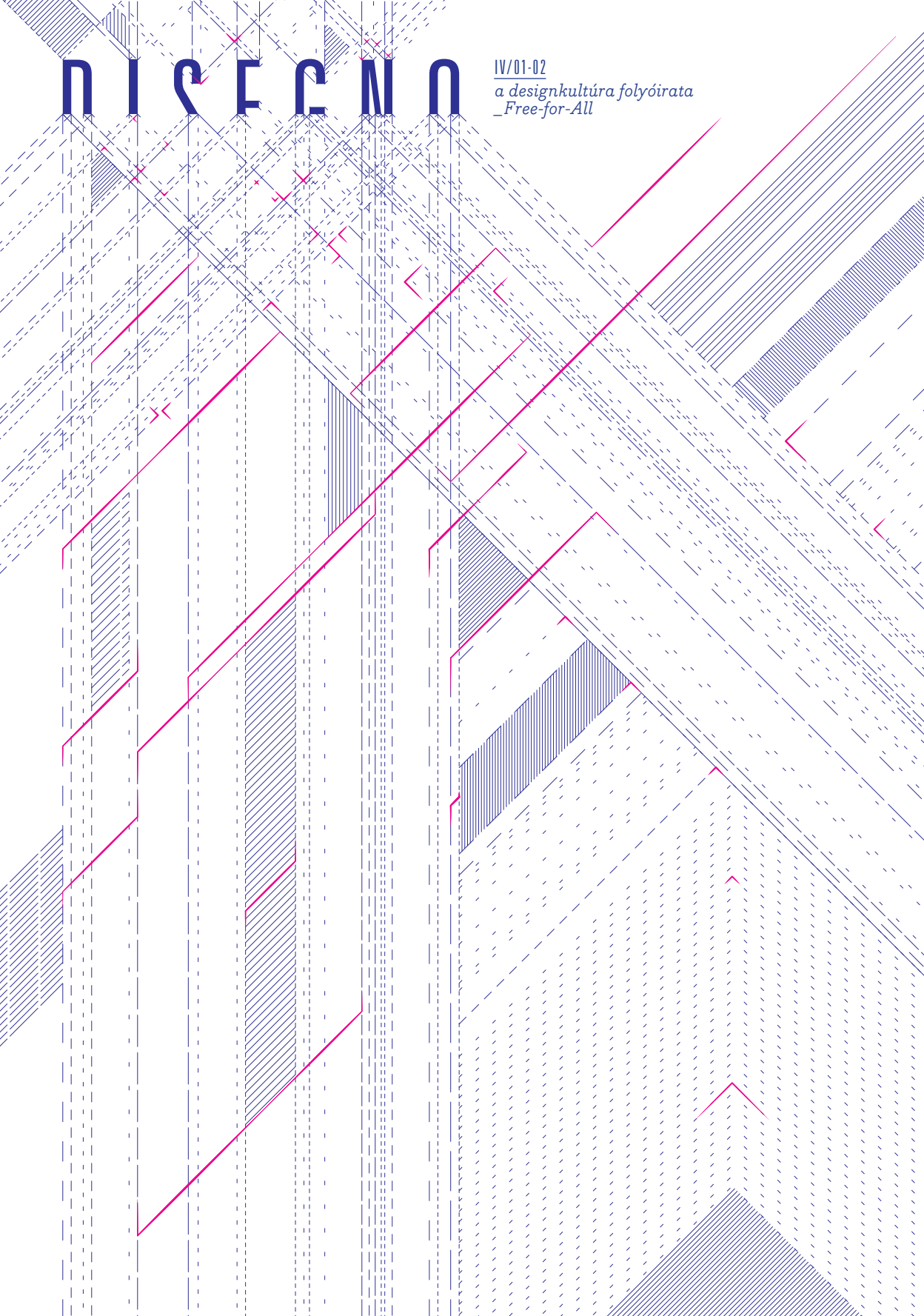
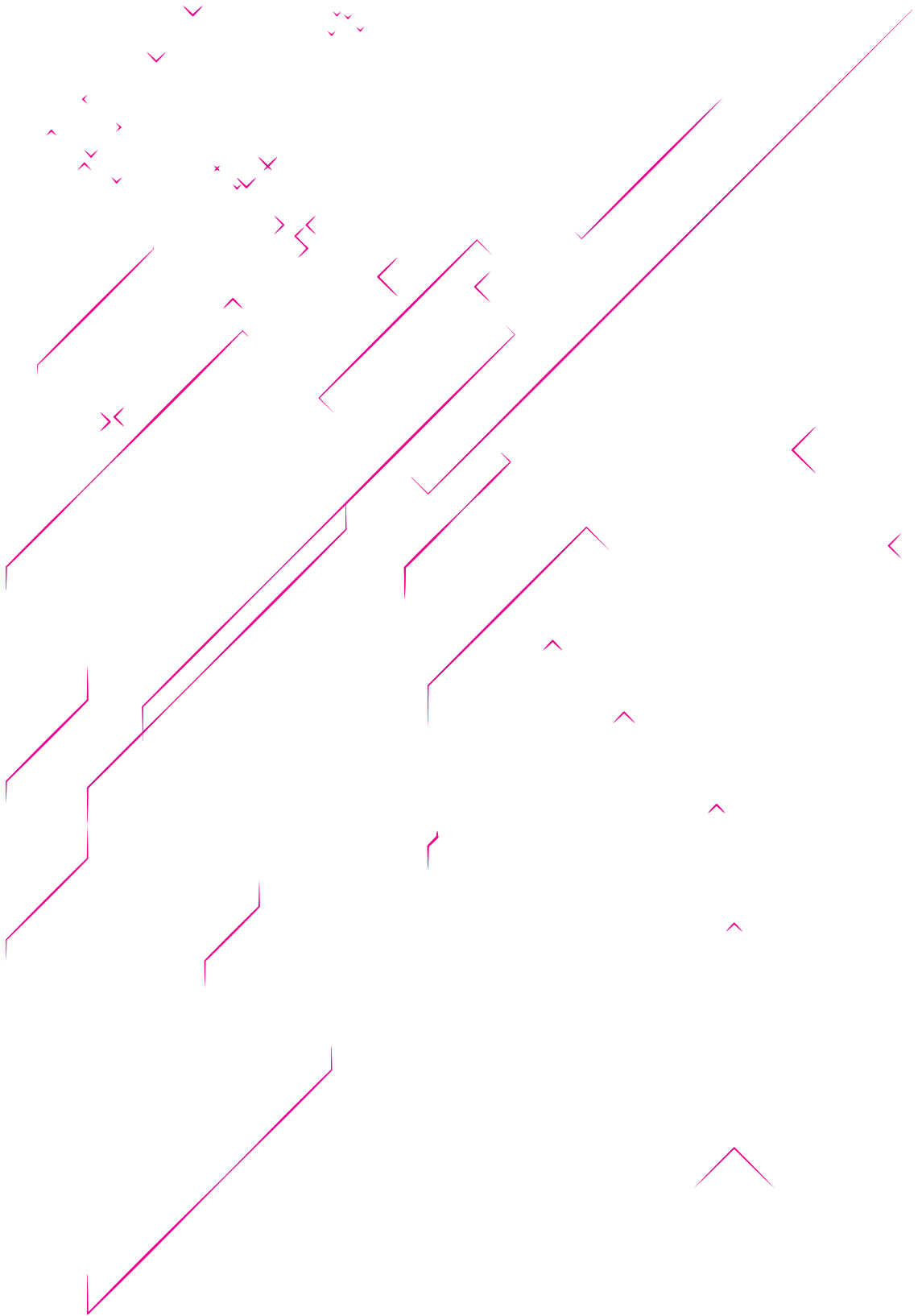


DISZCNO

IV/01-02

a designkultúra folyóirata
_Free-for-All





Disegno

A DESIGNKULTÚRA FOLYÓIRATA / JOURNAL OF DESIGN CULTURE

*Szaklektorált, szabad hozzáférésű tudományos folyóirat. Kereskedelmi forgalomba nem hozható.
Double-blind peer-reviewed, open access scholarly journal. Not for commercial use.*

A szerkesztőbizottság tagjai / Editorial Board

*[Victor Margolin, Professor Emeritus, University of Illinois]
Jessica Hemmings, Professor of Crafts; Vice-Prefekt of Research, HDK, University of Gothenburg*

Szerkesztők / Editors: Gyenge Zsolt, Horváth Olivér, Szentpéteri Márton

Alapító szerkesztő / Founding Editor: Fiáth Heni

Arculat / Design: Skrapits Borka (layout, borító / cover), Balázs Ildikó (tördelés / typesetting)

Lektor / Hungarian Reader: Bárdkai Júlia

Céltűzések / Aims and Scope

A Disegno alapító szerkesztőinek célja, hogy egy, a kreatív szakmai és tudományos világban meghatározó szerepet betöltő, szemeszterenként megjelenő, lektorált (ti. double-blind peer review) szabad folyóiratot (ti. free journal) hozzon létre a designkultúra nemzetközi rangú képviselőit és kritikai természetű analizisére. A designkultúra fogalmát tágan értjük: célunk a tervezett környezet, s a vele kapcsolatos praxisok és diskurzusok világának együttes vizsgálata. Ez a szemlélet túllép a művészet, a vizuális kultúra és a design világának megkülönböztetésén, s a kreativitáshoz kötődő témák összessége iránt fogékony. Poszt-diszciplináris szellemi vállalkozásunk a designkultúra minden potenciális szereplőjétől – gyakorló alkotóktól, teoretikusoktól, kritikusoktól, menedzserektől és oktatóktól – vár kritikai természetű tanulmányokat, esszéket és recenziókat. Amellett, hogy ily módon vitafórumot biztosítunk a designkultúrával törődő szerzők számára, különleges célunk, hogy a designkultúráról folyó beszéd létjogosultságát erősítsük a hazai tudományosságban, s így a témával kapcsolatos téves előítéletek és igen gyakran félrevezető beidegződések kritikáját nyújtsuk olvasóink számára.

Projektmenedzser / Project Manager: Wunderlich Péter

Kapcsolat / Contact

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Elméleti Intézet, 1121 Budapest, Zugligeti út 9-25.

Szerkesztőség / Editorial Office: disegno@mome.hu

A Disegno ingyenesen elérhető online / Disegno is freely accessible online:

disegno.mome.hu

Felelős kiadó / Published by: Fülöp József

Kiadó / Publisher: Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, 1121 Budapest, Zugligeti út 9-25.

Nyomda / Printed by: Prime Rate Kft.

ISSN: 2064-7778

copyright©text and design 2019 Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Tartalom

szerkesztői előszó

006 *Vagy valami, vagy meggy valahová*

tanulmány

022 *Veres Bálint: Taktilis taktikák a kortárs kiállítási gyakorlatban*

038 *Lakner Antal: Utazás az ulmi hokedli körül. A HfG Ulm tárgyilagos tárgyai*

058 *Schneider Ákos: A futószalag gyermekei. A kiborg problematikája az emberközpontú design tükrében*

072 *Klaus Krippendorff: Designkutatás: oximoron?*

esszé

088 *Jessica Hemmings: Valós testi munka, materiális megértés és a szövő kéz bölcsessége*

096 *Hannah Carlson: Közöséges dolgok. James Fenimore Cooper mindent látó keszkenője*

110 *Tamás Dénes: Városdesign és identitás: a posztszocialista városok példája*

122 *Körös-völgyi Zoltán: Design Religion. A törődő design már művészet?*

134 *Tony Fry: Design a design után*

műhely

142 *Kovács Péter: Adalékok a hazai designkultúra-tudomány alakulástörténetéhez*

recenzió

150 *Szabó-Reznek Eszter: A szocializmus muzealizált tárgyai Bukarestben. A Román Giccs Múzeuma*

160 *Mészáros Zsolt: Divatgyakorlatok: a Modes pratiques első két számáról*

172 **szerzőinkről**

DESIGN RELIGION

A TÖRŐDŐ DESIGN MÁR MŰVÉSZET?

Körösvölgyi Zoltán

ABSZTRAKT

A vallás és a design első pillantásra nehezen összeegyeztethető, ám éppen emiatt inspiráló és potenciálisan megtermékenyítő kapcsolatának vizsgálata által a szerző új perspektívával kívánja gazdagítani a designkultúra tudományos diskurzusát. A nyilvánvaló gyakorlati pontokon túl az esszében arra keresi a választ, segíthet-e a vallás, illetve a spirituális tapasztaláshoz kapcsolódó megrendelői-tervezői-befogadói hozzáállás és gyakorlat a design számára kiutat találni a kapitalocén világából, tanulhat-e a vallás a designtól, teljesebbé, eredményesebben megközelíthetővé válhat-e ezzel a designkultúra kutatásának inter- és posztdiszciplináris ideája.

#szakrális design, #social design, #designvallás, #kereskedelmi célú vallási jelképhasználat, #jövősítés

A kilencvenes évek közepén, kezdő reklámíróként az egyik nemzetközi reklámügynökség budapesti irodájában láttam egy márkaarculati kézikönyvben egy márkaszlogent, pontosabban egy selling line-t. A Philips márka akkori jelmondata így szólt: „Let’s Make Things Better”. A design világában e visszatérő, a *social design* mottójának is tekinthető, a funkcionális mellett a társadalmi jobbítást is alapvető célként megfogalmazó kifejezéssel rendre találkozhatunk elméleti megközelítésekben éppúgy (Richter, Göbel és Grubbauer 2017), mint gyakorlati megvalósításokban (szó szerinti átvétellel pl. a Red Dot Awards 2017-es győztes grafikai tervénél, a taiwani Yui Min Lai szervdonori felajánlásokat népszerűsítő képregényénél) (Red Dot Awards 2017). Ez a szándék és remény vezérelhet bennünket akkor is, amikor a design és a vallás kapcsolatának vizsgálatába kezdünk.

A NYILVÁNVALÓ KAPCSOLAT

A design és a vallás kapcsolata primer és hétköznapi szinten a vallási jelképek kereskedelmi célú használatában, így például a reklámok, divattárgyak, popzenei videoklipek szintjén éppen úgy tettenérhető, mint a vallási-egyházi felhasználási célú tárgyak tervezésében. Az első megközelítésre példa a McCann Erickson reklámügynökség önpromóciós, az ügynökség márkázási tanácsadói szerepét és tudását felmagasztaló reklámja, amelyben az artdirektor–kreatívigazgató–ügyfélkapcsolatos „szentháromsága” Jézusnak mint ügyfélnek ajánlja az általa bizonytalanul választott koncentrikus körök helyett megfelelő emblémaként a keresztet. De ilyen a Robert Kalinkin divatmárka 2013-as tavaszi-nyári kollekcióját kommunikáló „Jesus, what a jeans!” főszórá hirdetése, a Peugeot 206 GTI változatának a termék dinamizmusát hirdető, a feszületre cirkuszi akrobataként kapaszkodó Krisztusát látató reklámja vagy az Internationale Gesellschaft für Menschenrechte részére készült ideji, leginkább a shockvertising (Dahl 2003, 268) kategóriájába tartozó, a halálbüntetés betiltását szorgalmazó kivégzős sajtóhirdetése. Tárgyasult formában az eredeti jelentésétől többé-kevésbé megszabadított vagy megfosztott, jellemzően divatobjektként, így jelentésmódosulással járó használatra példaként említhetjük az egyik legnagyobb online piactéren, az alibaba.com-on akár konténeres mennyiségben is kapható műanyag bizsu kereszteteket.

Mindezek alapján talán kevésbé meglepő, hogy Design Religion néven márka-, design- és digitális ügynökség működik Angliában, amely-

nek még jelmondata is így szól: „Design is our Religion” (Design Religion 2018). A design ez esetben napi életviteli gyakorlatként, az Advertising Age, a Lürzer’s Archive, a Shots vagy újabban a Bêhance, hazai terepen a Kreatív, a nemzetközi reklámversenyek, valamint a versenytársak honlapjainak-anyagainak böngészésével, mítingelésekkel, workshop-lásokkal és küzdelmes megoldásfejlesztéssel töltött munkaórák rendszerének követéseként értelmezve érthető, még egyfajta reliigiózságként is felfogható, ám a vallásosság tartalmi-lényegi oldalához kevés köze van. A magukat esetlegesen vagy vállaltan (és félrevezető módon) „designvallásúként” meghatározó tervezők és kereskedelmi szolgáltató ügynökök munkáinak manifesztációja mellett a designnak és a vallásnak a vallási-egyházi felhasználási célú tárgyak tervezésében megjelenő kapcsolódására is rengeteg példát találunk. A modernitásban korai előfutárként említhetjük Henri Matisse 1949 és 1951 között elkészült vence-i Rózsafüzér-kápolnáját, amelynek építészeti tervei mellett az egész létesítmény megjelenését az idős mester tervezte az ólomüveg ablakoktól a bútorzaton, a murálokon át a liturgiához szükséges ötvös-tárgyakig és miseruháig. Kortárs példaként szolgálhat Dom Martin de Jesus H. Gomez bencés szerzetes és ruhatervező haute couture miseruha modell-kollekciója vagy a House of Ilona márka a megszokottnál naprakészebb és divatosabb női és férfi papi öltözékei.

VALLÁS ÉS SERVICE DESIGN

A vizsgált területnek, a design és a vallás kapcsolatának azonban a nyilvánvaló példákon túl van komolyabb hangvételű elméleti diskurzusa is. Ted Matthews, a területet kutató service designer, a The Oslo School of Architecture and Design (AHO) Design Intézete service design területének vezetője 2014-ben megjelent tanulmányában azt vizsgálja, hogyan gazdagíthatja a társadalomtudománynak a szakrálissal kapcsolatos tudása a szolgáltatási élmény designját, azaz hogyan építhetők be a valóság gyakorlásából ismert elemek, gyakorlatok, módszerek a kereskedelmi célú szolgáltatásfejlesztésbe, a felhasználói élmény jobbításába. 2017-es írásában pedig már — elismerve, hogy a vizsgálat korábban jellemzően a szakrálisnak a fogyasztói viselkedésen belüli hatására összpontosult — új service design megközelítésként mutatja be azt, ami meglátása szerint a szakrális elméletek és a service design eszközök nászával a szakrális szolgáltatási élmény designját képes szolgálni (Matthews 2017).

Matthews már a korábbi tanulmányában felhívja a figyelmet a két terület tudásának kombinálásában rejlő potenciálra. Közös pontként jelöli meg, hogy a szakrális és a service design is törekszik a megfoghatatlan megfoghatóvá tételére: közösségi formában, mítoszok és időalapú, azaz szekvenciális és megismételhető rítusok, ünnepek és tárgyasulások által. Elképzelését Matthews két közismert példán keresztül világítja meg. Az egyik — Russel Belk és Gülnür Tumbat „The Cult of Macintosh” című tanulmányát (Belk és Tumbat, 2005) idézve — az Apple márkáé. Az Apple esetében vitathatatlanul találkozunk konstruált mí-

toszokkal: Steve Jobsszal mint „hössel” vagy „szenttel” (szemben Bill Gatesszel mint „sátánnal”), a „Szent Grálként” bemutatott iPhone-nal, de megjelennek performatív tanúságtételek a márka által kibocsátott termékek előnyei mellett, konkrét márkaevangelizáció és márkamisz-sziós tevékenység, valamint a vallásos cselekedetekhez formájában hasonló közös virrasztások (például egy új Apple-termék piacra dobásakor az üzletek előtti sorban állás formájában, hogy az elkötelezett hívek elsőként vásárolhassák meg a terméket) vagy éppen celebrált felmutatások a termék rituális kicsomagolásakor. (Az Apple iPhone X kicsomagolás videó [Brownlee 2017] népszerűségét jelzi, hogy már több mint 11 millió megtekintésnél jár.) Az iPhone-ra használt „Jesus phone” szlengkifejezés (Urban Dictionary 2007) talán még ékezebben megfogalmazza a kereskedelmi termék szakrálisához kapcsolódását.

Matthews másik példája a Tennessee állambéli Memphis, azon belül is Graceland mint szekuláris zarándoklati cél, ahol a „hívek” (akik szerint a „Mester” „valójában” nem halt meg) Elvisre emlékezve kifejezhetik hódolatukat. Tiszteletük jeléül meglátogatják a meditációs kertben található sírt, performatív azonosulási cselekedetként beöltözést, illetve reggeli virrasztást hajtanak végre, részt vesznek rituális falra írásban, eltöltenek egy éjszakát a Heartbreak Hotelben, továbbá elzarándokolnak a „Mester” születése és ifjúkora helyszíneire.

Míg 2017-es írásában Matthews már úgy érvel, „a service designerek igenis felléphetnek kultúráközvetítőként” (Matthews 2017, 67) a kérdésben, 2014-es írásában még óvatosabban fogalmaz az elmélet gyakorlatba ültetésével kapcsolatban:

„De lehetséges-e a szakrális megtervezése? Közvetlenül feltehetően nem ez a helyzet, de a service design segítségével, amely csatornákat teremt a megtapasztaláshoz, lehetőségessé válhat a közösségen keresztül olyan rítusok és ceremóniák megtervezése és hangszerezése, amelyek képesek kapcsolódni a mítoszhoz, az pedig cserébe csatornát teremt a »szakrális« vagy legalábbis a »speciális« tapasztalat számára.” (Matthews 2014, 6.7)

Illusztratív példával mindazonáltal találkozhatunk: ilyen többek között az említett Apple-hit pandanjaként megjelenő „iCatholic Player” applikáció (iCatholic 2014).

Mindez azonban még mindig csupán felszínes, jobbára formális elemeken alapuló összeköttetést mutat a design és a vallás között, ugyanis lényegét tekintve e törekvések a termékfejlesztésen belül elsősorban a felhasználói/fogyasztói élmény „jobbítását,” azaz valójában a kereskedelmi célú – és felszínes, formai alapú – népszerűsítést, vagyis a forgalom-, értékesítés-, bevétel- és profitnövelést hivatottak elősegíteni. A szakrálisban rejlő valódi spirituális tapasztalati és közösségi élmény kialakításához, a lényegi kultúráközvetítés megvalósításához a service design eszköznek, módszernek alkalmas, esszenciálisan azonban zsákutcát jelent.

SZAKRÁLIS DESIGN: ELMÉLETI MEGKÖZELÍTÉSEK

Lehetséges azonban az „egy bites” kereskedelmi célú és formális összekapcsolásnál mélyebb, lényegibb kapcsolat megteremtése a design és a vallás között. Matthews-nál és a területet vizsgáló más szerzőknél is kulcsfontosságú a két vizsgált terület kapcsolatában a közösség fogalma. A szakrális természete, ahogyan arra Anne-Marie Willis rámutat, „mindig közösségi” (Willis 2010, 4). Éppen ez a közösség, pontosabban annak a hiánya az, amit a szakrális design (*sacred design*) fogalmát a tudományos közéletbe bevezető designteoretikus, Tony Fry diskurzus-a egyik kiindulópontjaként tekint:

„Az industrializált nyugati ember elválaszthatatlanul és a legjobb esetben is a mítosz és a szent (mint közösség) hiányával jellemezhető, működésképtelen közösségekben létezik. Ami közös benne / bennünk, az a működésképtelen együttélés: instrumentalizált / funkcionális egyéni és közösségi létezésünk normatív állapota, ami magába foglalja a közösségi, a közösségvállalás, a közös jó elvesztését, párhuzamosan az egyéni érdekek iránti törekvés uralmának elérkezével. A társadalmi megosztottság technikailag felerősítetté vált (szemben az elektronikus / virtuális közösségek és a hálózati társadalom növekedése mellett érvekkkel).” (Fry 2010, 25)

A probléma Fry szerint, hogy: „akár tudjuk, akár nem, a globális populáció a fenntarthatatlanság »válságának« elmélyülésében él” (Fry 2010, 25). E válságot szerinte alapvetően a cselekvés hiánya okozza (Fry 1999). A globális válság meghatározására született – és a szakralitás szempontjából is fontos – elméletek közül érdemes kiemelni a holocén korszakát leváltó, széles körben Paul J. Crutzen által elterjesztett antropocén fogalmát (Crutzen 2002), majd annak továbbgondolásaként, a leíró funkcion túl magyarázatot is adni kívánó, 2017-ben Jason W. Moore bevezette kapitalocén elméletét (Moore 2017). Crutzen a korszakot az ember globális környezetre gyakorolt hatásának elburjánzásával jellemzi. (Ez meglátása szerint a tizennyolcadik század végével jelentkezett, amint azt a sarkvidéki jég megőrizte megnövekedett széndioxid- és metánszint datálása is jelzi, egybeesve Watt gőzgépének megjelenésével.) Moore tavaly publikált kritikája szerint az antropocén csupán a „mit?” kérdésre válaszol, a „miért?”-re nem. Nézete szerint a kapitalocén utóbbit is megválaszolja: globális válságunk a kapitalizmusnak az olcsó környezeti és humán természetet a profitmaximalizálás érdekében kiaknázó tevékenysége miatt alakult ki. Szakrális olvasatban a probléma a teremtésvédelem kérdésével jelentkezik: az ember viszonya a teremtett világgal szemben megváltozott, már nem ajándéknak, nem közös kincsnek, hanem magántulajdonnak tekinti azt, megszűnt szolidaritása és felelősség-érzete annak – az Istennel közös – cselekvő fenntartása iránt.

Ferenc pápa 2015-ben megjelent „Laudato si” kezdetű, közös otthonunk gondozásáról szóló enciklikájában konkrétan fogalmaz: „Semmi sem közömbös számunkra ezen a világon” (Ferenc 2015, 5). Írásában felhívja a figyelmet a környezeti károk mellett az emberi élet minőségének romlására, a társadalmi hanyatlásra, a világméretű egyenlőtlenségre – és az ezekre adott válaszaink gyengeségére egyaránt. A problémahalmaz leírásán túllépve az emberi, a közösségi kapcsolatok fontosságára is figyelmeztet:

„[...] az sem lenne jó, ha a félresiklott antropocentrizmussal szembeni kritika háttérbe szorítaná a személyek közötti kapcsolatok értékét. Amennyiben a környezeti válság a modern kor etikai, kulturális és lelki válságának termése vagy külső megnyilvánulása, nem áltathatjuk magunkat azzal, hogy begyógyítjuk a természethez és a környezethez fűződő kapcsolatunkat anélkül, hogy az ember összes alapvető kapcsolatát gyógyítanánk.” (Ferenc 2015, 72–73)

Írásában olyan átfogó ökológiában látja a megoldást, amely „egyértelműen magában foglalja az emberi és társadalmi dimenziókat.” (Ferenc 2015, 84)

A válság tudatosulásának hiánya azonban nem csak Frynál és a pápai enciklikában kulcskérdés: nemrég megjelent könyvében Santiago Zabala kifejti Martin Heideggerre reflektálva: „Ilyen világban, ahol folyamatos megfigyelés alatt állunk, és ahol még a jövő is meghatározhatóvá válik az online adatbányászat által, a probléma nem az előttünk álló sürgető feladat, hanem az, amit nem veszünk észre” (Zabala 2017).

Megoldásként Fry a fenntarthatóság feltételes megfogalmazású meghatározása helyett a fenntartás programjának kijelentését látja központinak az általa jövősitésnek nevezett törekvés érdekében, amelyhez alapvetően szükséges a törődés „mint a jövősités megcselekedése” (Fry 2010, 32). A fenntartás gondolatát kibontó kezdeményezése, a The Studio at the Edge of the World három tevékenységi körre összpontosít: transzformatív projektek fejlesztésére, a projekthez kapcsolódó események szervezésére, valamint a designról szóló írások hozzáférhetővé tételére. Dolgoznak Latin-Amerikában, elsősorban városi környezetben a városok használaton kívüli területeinek és épületeinek *citizen design*erek bevonásával történő fejlesztésén, más-más ok miatt marginalizált ausztráliai és egyiptomi iszlám művészek közötti kulturális együttműködési programon, börtönöknek az újragondolásán mikrovállalkozás-oktatási környezetek kialakítása és a zömmel 19. századi intézmények átalakítása által, de gyakorlati célú projektjei közül nem hiányozhatnak a designoktatás jobbítására tett javaslatok sem. (Fry 2017)

A törődés mint a jövősités megcselekedése az a pont, ahol Fry véleménye szerint a gondolkodás összeér a design és a szakrális között:

„A fenntartásnak millió megjelenési formája van, a fenntartás-képességnek pedig megszámlálhatatlan módja, hogy ezeket »elénk« hozza (a többes szám első személy ez esetben a gondoskodás protoközösségét jelöli). Ez nem történhet meg a design nélkül (sem azok nélkül, akik magukat »designernek« és a »változás közössége« tagjainak tartják, ami önmagában csupán egyetlen eleme a »gondoskodás közösségének«). Az ilyen design szakrális – de a szakralist futurálisan és etikusan (nem pedig historikusan és vallásosan) értve.” (Fry 2010, 33)

A valódi kérdés azonban az, hogyan leszünk (hogyan vagyunk) képesek helyzetértésünket tettekké konvertálni. Anne-Marie Willis szerint „talan a szakrális hidalja át a tudás és a csinálás közötti szakadékot, és így az akrázia erőteljes ellenszerévé válhat.” (Willis 2010, 5) A tudás és a csinálás mint a design alapvető jellemzői mellett az akráziának – annak az erőtlenségnek vagy akaratgyengeségnek, amikor az ember egy láthatatlan, lebíratatlan erő foglyaként jobb belátása ellenére cselekszik – a bevonása a kérdést immár erkölcsi perspektívába is helyezi: abba, amely a vallás mellett a befogadó és a társadalmilag-környezeti (a fenntartás szempontjából is) érzékeny és cselekvő designnak egyaránt jellemzői. A továbblépéshez azonban szükség lehet még egy ágensre, kezdeményezőre: a művészetre.

A SPIRITUÁLIS TAPASZTALÁSON ALAPULÓ MŰVÉSZET SZEREPE

Helyzetünk észlelésében, megértésében és tudatosításában, a tudás és a csinálás közötti távolság áthidalásában, a cselekvésre készítésben a zabalai „[m]iért csak a művészet menthet meg bennünket?” (Zabala 2017) elmélet szerint – a designkultúra-tudomány felfogásában a design részét képező – a problémák meglátására kellő érzékenységgel, megfogalmazására pedig kellő szabadsággal rendelkező művészet lehet alkalmas. Az *artivism*, a művészi cselekvés útján felmutatott aktivizmus alkotói és alkotásai, így például Banksy 2017-es betlehemi *Nativity Wall* projektje, vagy a művészeti világból Ai Weiwei Prágában bemutatott *Law of the Journey* című plasztikája, JR-nak a mexikói-amerikai határázaron átnéző *Giants* című installációja, Francis Alÿs 2002-es perui *Cuando la fe mueve montañas* című, hegyet mozgató közösségi akciója vagy Laurent Van der Stockt fotográfus szíriai fényképeinek 2014-es installálása a franciaországi Bayeux székesegyházának falain mind kifejezetten hatásos példákat képviselnek az érzékenyítésre, tudatosításra – és készíttetést az akaratgyengeség leküzdésére.

A hazai művészeti világból a Borsos Lőrinc alkotópáros *Házi átok* című, 2011-es munkája a hagyományos házi áldás képi és anyagi megjelenésével, ám a szöveg megváltoztatásával annak parafrázisaként mutat rá „a mítosz és a szent (mint közösség) hiányával jellemezhe-

tő, működésképtelen közösségekben” létezésünkre a művön olvasható szöveggel és annak a hagyományos képi megjelenéshez képest ellentétezőségével. Benczúr Emese *Let It Shine* című 2016-os és 2017-es munkáival, a csillogó megjelenéssel és a kifejezetten olcsó, hétköznapi, értéktelennek tekintett alapanyagok (bizsu fülbevalók, konfetti) használatával, valamint a többféleképpen is értelmezhető szöveges megfogalmazással egyszerre hangsúlyozza a „lelassulást, a lefékezést a világban” és „hogyan hagyjuk ragyogni a bennünket körülvevő dolgokat, az életet, a művészetet” (Körösvölgyi 2018). Svindt Ferenc *Istenfogyatkozás* munkacímű projektjével pedig a művészi rámutatáson is túllép: a fizikai mellett a spirituális hajlék nélküliség problémáját felelős és elhívott megfigyelőként rögzíti, azt átérteszti a nyugati kultúra multitemporális szövetén (ld. Bishop 2013, 49), hogy érzékenyítő, a helyzetet a saját felelősségünkkel együtt felismerő és felismertetni szándékozó, indirekt módon cselekvésre felhívó – azaz törődő – képekkel mutassa meg. Etikai értelemben ugyanis mindannyian felelősek vagyunk. Ebben pedig, vallásosságunktól függetlenül, hihetünk.

SZAKRÁLIS DESIGN: MEGVALÓSÍTÁSI KÍSÉRLETEK

A kivételes érzékenységgel és meglátással rendelkező, figyelemfelkeltő és cselekvésre felhívó művészet munkáját az etikus, érzékeny(ített), törődő design, vagy annak, elveinek és módszereinek – még ha nem is tudatos – használatával mi magunk kísérlelhetjük meg alkalmazni.

A számos pozitív példa között említhetjük egyházi oldalról a Panonhalmi Bazilika felújítását, amelyben – hogy a teológiai és liturgiai szempontok érvényre juttatása mellett a megújulást a közösség egésze sajátjának tekinthesse – a hosszadalmas és alapos előkészítő munkákat az érintett szervezetek képviselőiből álló Bazilika Műhely végezte (Magyar Bencés Kongregáció 2011). Jó példa a Koinónia Tábor közel három évtizedes intézménye is, amely nyaranta egyházi, hívő és magukat nem vallásosként meghatározó résztvevők, lelkészek, laikusok és művészek együttműködésével és -gondolkodásával „a »megváltozott értelem« iskolája” gyakorlatként törekszik arra, amit Visky András így fogalmazott meg a 2018. évi tábor megnyitójában: „Annak, hogy a krisztusi »békeség evangéliumának« a hirdetői legyünk, a gondolkodásunk megváltozása a feltétele” (Visky 2018). Időben és térben is közeli példa Budapesten a Józsefvárosi Evangélikus Egyházközség Karácsony Sándor utcai, szerda esti nyitott vacsoráinak sorozata, amelynek keretében asztal- és beszélgetési közösség várja az érkezőt. A főzést minden héten más vállalja (többek között Ani, aki hajléktalan), és a meghívott előadók, beszélgetőtársak személye is változó. Van, aki a meleg ételért jön, más az emberi hangért, az ítéletmentes, befogadó közösségért. A social design platformját is képviselő Made in Pata-Rát márkát is jegyző kolozsvári projekt 2015 óta a város személtelakója melletti cigánytelepen működik asztalos- és varróműhellyel, kézműves-oktatással, meleg étellel, a társadalmi integráció elősegítésének

szándékával – a telepen tevékeny missziós házaspárhoz csatlakozva, az ő munkájukat gazdagítva. Egyetemi közegben példa a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem 2017/18-as tanéve tavaszi szemeszterének *Kortárs szakrális művészet* kurzusa eredményeként létrejött művészeti- és designalkotások, köztük a 2018 augusztusában Pannonhalma Szent Imre herceg-hegyén mintegy negyven diák közös munkája eredményeként megépült non-denominációs, azaz felekezethez nem kötődő Erdei kápolna létrehozása és bemutatása a Design Hét Budapest 2018 programjának keretében, kifejezetten nagy érdeklődés mellett.

ÖSSZEFOGLALÁS

A szakralitásnak szüksége van a designra és a designnak is a szakralitásra – előbbinek azért, hogy újra szerethető legyen, utóbbinak azért, hogy etikus legyen, és rámutasson a közösségi alkotásban rejlő potenciálra. A két terület párbeszédének és – tapasztalataim szerint széles körű érdeklődésre számot tartó, gyümölcsöző – közös, egymás nyelvét, gondolkodását, módszereit értő munkálkodásának megteremtésére történtek, történnek kísérletek. A kérdésre, hogy az etikus, a közösség erejében hívő design és művészet más-e, és ha igen, akkor mennyiben az, már másik dolgozat keretében kísérrelhető meg választ adni.

IRODALOM:

- Belk, Russel és Gülnür Tumbat. 2005. „The Cult of Macintosh.” *Consumption Markets & Culture* 3: 205–217. <https://doi.org/10.1080/10253860500160403>.
- Bishop, Claire. 2013. *Radical Museology: or, What's 'Contemporary' in Museums of Contemporary Art?* London: Koenig Books.
- Brownlee, Marques. „Apple iPhone X Unboxing!” Youtube videó. 2017. október 31. Megtekintve 2018. október 16-án. <https://youtu.be/10DoQYGZt8M>.
- Crutzen, Paul J. 2002. „Geology of mankind.” *Nature* 415: 23.
- Dahl, Darren W. et al. 2003. „Does it Pay to Shock? Reactions to Shocking and Nonshocking Advertising Content among University Students.” *Journal of Advertising Research* 43: 268–280.
- Design Religion. 2018. Megtekintve 2018. október 16-án. <https://www.designreligion.co.uk>.
- Ferenc pápa. 2015. *Ferenc pápa Laudato si' kezdetű enciklikája közös otthonunk gondozásáról*. Fordította Tózsér Endre. Budapest: Szent István Társulat.
- Fry, Tony. 1999. *A New Design Philosophy: An Introduction to Defuturing*. Sydney: UNSW Press.
- Fry, Tony. 2010. „Returning: Sacred Design III.” *Design Philosophy Papers* 1: 25–34. <https://doi.org/10.2752/144871310X13968744282755>.
- Fry, Tony. 2017. „Design after design.” *Design Philosophy Papers* 2: 99–102. <https://doi.org/10.1080/14487136.2017.1392093>.
- iCatholic. 2014. Megtekintve 2018. október 16-án. <https://www.icatholic.ie>.
- Körösvölgyi Zoltán. 2018. „Ragyogó szavak, határtalan képek: Találkozás Benczúr Emese képzőművésszel.” *Mértékadó* 2018. október 15–21. 2–3.
- Magyar Bencés Kongregáció. 2011. „A Pannonhalmi Bazilika felújítása.” Megtekintve 2018. október 16-án. https://bences.hu/cikk/bazilika_felujitas.html.
- Matthews, Ted. 2014. „Sacred Services: How can knowledge from social science relating to the sacred inform the design of service experiences?” *Artifact* 3:2 6.1–6.9. <https://doi.org/10.14434/artifact.v3i2.3973>
- Matthews, Ted. 2017. „Sacred Service: The Use of ‘Sacred Theory’ in Service Design.” *Journal of Design, Business & Society* 3:1 67–97 (31). https://doi.org/10.1386/dbs.3.1.67_1
- Moore, Jason W. 2017. „The Capitalocene, Part I: on the nature and origins of our ecological crisis.” *The Journal of Peasant Studies* 3: 594–630. <https://doi.org/10.1080/03066150.2016.1235036>.
- Moore, Jason W. 2018. „The Capitalocene Part II: accumulation by appropriation and the centrality of unpaid work/energy.” *The Journal of Peasant Studies* 2: 237–279. <https://doi.org/10.1080/03066150.2016.1272587>.
- Nativity Wall. 2017. Megtekintve 2018. január 8-án. <http://www.nativitywall.org>.

Visky András. 2018. „Háború és háború.” *Parókia*. Megtekintve 2018. július 31-én.
<https://www.parokia.hu/v/haboru-es-haboru-/>.

Red Dot Awards. 2017. „Let’s Make Things Better.” Megtekintve 2018. október 16-án.
<https://red-dot-21.com/p/design-products/projects/lets-make-things-better/>.

Richter, Anna, Hanna Katharina Göbel és Monika Grubbauer. 2017. „Designed to improve?: The makings, politics and aesthetics of ‘social’ architecture and design.” *City* 6: 769–778.
<https://doi.org/10.1080/13604813.2017.1412198>.

The Studio at the Edge of the World. 2015. Megtekintve 2017. október 13-án.
<http://www.thestudioattheedgeoftheworld.com>.

Urban Dictionary. 2007. „Jesus Phone.” Megtekintve: 2018. október 16-án.
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=jesus%20phone>.

Willis, Anne-Marie. 2010. „Sacred Design Now.” *Design Philosophy Papers* 8: 1–6.

Zabala, Santiago. 2017. *Why Only Art Can Save Us*. New York: Columbia University Press.

