

DISCO

ejtsd: dizájnkommunikáció

DISCO ÉS CASH

TERVEZŐ, ALKOTÓ - EMBER A VILÁGBAN

DESIGNKOMMUNIKÁCIÓ

TULÉLESFENNTARTÁSRA ADÁS FEJLŐDÉS - A TFF MODEL

ÉLET A PÉNZ UTÁN

Szinopszis

Vizuális Kommunikáció tervező-művészként a Formatervező tanszéken - mint oktató - kakukktojásként éreztem magam. Történt ez 2000 tájékán. Azóta sokat változott bennem ez a viszony. Egy régi aforizma javasolja, hogy: a hibából (hátrányból) erényt kell (lehet) kovácsolni. Ez engem arra sarkalt, hogy így lássak (így tegyek). Szintetizáló, integráló hajlammal rendelkező embernek gondolom magam, eredményeim is ezt mutatják.

Évekig, reklám- és marketingkommunikációs ügynökségeknél dolgozva, a polémia és a benne szereplő résztvevők (társadalom, gazdaság, piac, marketing, kommunikáció, design) sokszor egymást kioltó attitűdje, egy globális problémát kezdett kirajzolni.

Doktori programom előbb a reklám- és a marketingkommunikáció, valamint a tervezés a művészet integrációjával foglalkozott. Egyre mélyebbre ásva, a marketing szakirodalom széleskörű

feldolgozása során, intellektuális falakba ütköztem. Olyan dogmákra találtam, amelyek alkalmatlanok a korszerű világ megfogalmazására. A modell egyoldalú és csak a fogyasztói társadalom információhiányos égiske alatt tudott működni, ami jelenleg szakmailag is túlhaladottá vált, nem beszélve erkölcsi háttéréről.

Az internet globális penetrációja és a tudásmegosztók révén, a marketing eszköztelené vált. Irodalma és technikája ugyan próbál lépést tartani a fejlődéssel, de kristálytisztnak látszik, hogy a marketing, kialakulásakor alapvetően nem számolt a tájékozottsággal és az emberi lét legfontosabb, kódolt normáival. Nem számolt az alkotói / tervezői képességünkkel, amely fajunk létezése óta determinálja a **Túlélés – Fennmaradás – Fejlődés (TFF)** hármását.

Ez vezetett oda, hogy a marketinggel párhuzamosan, a design identitásával kezdjek el foglalkozni. Létjogosultságával. Különböző történelmi sikokban vizsgáltam mindkét jelenséget, majd továbblépve fantáziám segítségével kipróbáltam egy majdnem fikciós környezetben is, amely minden határt lebontott: egyre feljebből, a végtelen axiómáját figyelembe véve szemléltem a kérdést.

Az univerzum (metaverzum) keletkezése, létezése és **a marketing** (?).

Az univerzum (metaverzum) keletkezése, létezése és **a tervezés** (?).

Az univerzum (metaverzum) keletkezése, létezése és **az alkotás** (?).

Láthatóan a válasz majdhogynem banális...

Visszatérve az emberi léptékhez, kutatásaim során eljutottam oda is, hogy az állandó és a változó tengelyén értelmezsem az előbb említett polaritást. Szubjektív énem - természetesen kutatásaim révén - arra a megállapításra jutott, hogy a marketing jelensége nem **állandó** és nem is **változó** manifesztáció.

A marketing egy múlandó jelenség. A marketing regnálása csupán egy jelenlegi gazdasági struktúrával magyarázható és szigorúan a pénz létezéséhez, valamint a különböző módokon történő megszerezhetőségéhez köthető, amelynek tartalmi háttere kizárólag a mennyiségben, a halmozásban fogalmazódik meg.

Így nem maradt más választásom, a design globális öntudatra ébredését próbáltam technikai szempontból is értelmezhetővé tenni. Az értelmezést, értést, megértést, majd a megmagyarázást filozófiai szempontból, a keletkezés-, a létezés-elmélet síkjára terelve, az idea és az információ párhuzamba helyezésével egyértelműsítettem.

Idea = Design (Tervezés/Alkotás), Információ = Kommunikáció.

Eljutottam oda, hogy a design és a kommunikáció házasításával, egy alternatív, az állandót és a változót figyelembe vevő társadalmi TFF katalizátorra bukkanjak, amit designkommunikációnak neveztem. Ehhez jött a definíció, amely - a MSZH által elismert védjegyként - így hangzik:

DESIGNKOMMUNIKÁCIÓ = FEJLESZTÉSBE INTEGRÁLT KOMMUNIKÁCIÓ.

A designkommunikációt, mint fogalmat néhány éve használjuk a Moholy- Nagy Művészeti Egyetemen különböző tartalmi összefüggésekben. „Mindenki” tudja, hogy ez elsősorban a Formatervező tanszékhez kötődik, azon belül pedig hozzám. Ma már a szakma sokféle köntösbe bújtatja és használja kedve szerint. Nemrég például a soproni egyetem tantárgyi listáján láttam, szakgrфика megjelöléssel... Nos, a designkommunikációnak eredeti értelmezésben nincs túl sok köze a szakgrafikához, hanem a következőt jelenti: designkommunikáció = fejlesztésbe integrált kommunikáció. Ez egy szemlélet, amely a designt és a jelenlegi

életünket meghatározó gazdaságot, valamint a stratégiai kommunikációt próbálja összekötni a hozzá illő státusszal együtt. Tavaly úgy döntöttem, némi lelkiismeret furdalás mellett - látva a nyílt forráskódok, a tömeges együttműködés, és a tudás demokratizálódásának korát -, hogy levédettem a szöösszetételt, úgy ahogyan azt én gondolom. Talán eljön az idő, amikor senki nem fog semmit levédeni, hanem minden tudományos, kutatási, stb., eredményt megoszthatunk mindenkivel, a közös tudás szellemében... Éppen ezért jelezni szeretném, hogy a védjegy nem azért született, hogy ezzel visszaéljek, vagy esetleg különböző követeléseim legyenek - vonatkozik ez a Co&Co minden tagjára -, hanem csupán azért, hogy felhívjam a figyelmet az eredeti jelentésre, amit természetesen ezen túl (is) bárki használhat - legyen az közintézmény, vállalkozás, vagy magánszemély -, értelemszerűen az elvárható fair play jegyében.

Jelenlegi munkahelyeimen, a Co&Co-ban, valamint a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, a designkommunikáció szemléletet és stratégiát, alkalmazom és oktatom. Számos hazai és nemzetközi, szakmai siker igazolja működőképességét, tervezőként és oktatóként egyaránt.

A doktori iskola felvételi vizsgáján a következő ígéretet tettem, amely alapján felvételt nyertem:

a lehetséges eredmények: az optimális helyzet az, ha létre tud jönni az ügynökség, megszületik az új kommunikáció, és megjelenik a könyvem. Ezek után négy elfogadható variációt tudok elképzelni,

1. ügynökség, új kommunikáció, könyv
2. új kommunikáció, könyv
3. ügynökség, könyv
4. könyv

Az első, a legkomplexebb vállalás teljesült.

ügynökség / alkotói közösség = Co&Co, (DFF Team, Stage, MOME Line), új kommunikáció / stratégia = Designkommunikáció, könyv = DISCO

Most néhány mondatban kitérek könyvem rövid leírására:

A könyv - melynek címe DISCO - elsősorban a tervező, az alkotó ember lehetőségeit és felelősségét emeli ki.

A tervezés, az alkotás elméleti közegét értelmezi és értékeli. Tudás alapú társadalomról, pontosabban tudás alapú gazdaságról, annak aktualizálása, illetve a design stratégiai helyzetéről, design-kommunikációról, a tervezői szemléletről és annak integrációjáról a „jövő” társadalmába (társadalmaiba), valamint annak piaci potenciáljáról egy új, alternatív gazdasági modellben szemléltetve és szubjektív elemekkel (is) kiegészítve.

Ezen felül az emberi faj kommunikációs lehetőségeit is boncolgatja. A bábeli zűrzavart... Betűk, szavak, gondolatok, értelmezések és értékelések, üzenet... Az emberi közlésformák változatosságát és egyben hiányosságát mutatja be. [A könyv egy szakmese.](#)

Civilizációnkat egy képtelen helyzetben mutatja be, pénzügyi anomáliákról, a pénz korszerűtlenségéről, a megfoghatatlanból egyesek számára hirtelen örömteli valósággá váló, míg másoknak, fájdalmas, mindent felemésztő jelenné váló virtuális fizetőeszközlől. Marketingről és marketingmentességről, designról és tudatos fogyasztó viszonyáról, blöffről és igazi problémákról, tömeges együttműködésről, gerjesztett, divatosnak titulált, de valójában talán művi foglalkozásokról, ember- föld-univerzum, stb., viszonyáról beszél - remélhetőleg emészthető, humoros, ironikus, de néhol talán sértő, provokatív, profán felhanggal.

Ps.

*A Doktori Tanács elé terjesztett doktori eljárás lefolytatása iránti kérelem tartalmazza vállalásom végeredményét: a **DISCO** című*

könyvemet is. Készült a MOME doktori iskolája képzési keretei között, Kopek Gábor egyetemi tanár témavezetésével. Megjelent a Co&Co gondozásában, 750 példányban. Nem került kereskedelmi forgalomba (a bevezetőjében kitérek rá, hogy miért nem).

Már az alkotói/tervezői folyamat elején jeleztem, hogy szándékom szerint szeretném, hogy a könyv együttesen teljesítse a mestermű és az értekezés fogalomkörét. Témavezetőm Kopek Gábor rektor úr, ebben támogatott. Nyilvánvaló, a döntés, a Doktori tanács hatáskörébe tartozik.

Ehhez kérem támogatásukat. Köszönöm.

Minden jog **megosztva**. Jelen könyvet, vagy annak részleteit **engedélyezett szabadon** reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképeszeti úton vagy más módon – a kiadó **engedélye nélkül** közölni.



DISCO

TÉZISEK:

- 0 Designkommunikáció = fejlesztésbe (fejlődésbe) integrált kommunikáció.

az internetet elfogadni olyan infrastruktúraként, amely a Túlélés-Fennmaradás-Fejlődés érdekében a legtöbbet teheti, azaz megteremti az esélyegyenlőséget és lehetővé teszi a - soha eddig nem tapasztalt - tudás és technológiák demokratizálódását.
- 1 az egész emberi fajban megtalálni a közös nevezőt, a minimum- és maximum-szabályokat (megoldásokat), és átmenetileg elfogadni a közös pénzt.
- 2 minden létező nyelvet - beleértve a jelnyelvet is - hivatalossá tenni, és az optimális fordító technológiát mielőbb kifejleszteni a planetáris összefogás jegyében. A közös nevezőt és a minimum maximumszabályokat megfogalmazva, kifejleszteni a TFF Wiki környezetet.
- 3 a TFF (azaz a Túlélés/Fennmaradás/Fejlődésről gondoskodó) szoftvert/projektet/környezetet bevezetni a köztudatba, és mielőbb alternatív kiegészítő gazdasági modellként üzemeltetni, kezdetben gyerekek és idősek számára, akiknek jól jöhet egy értékfenntartó és értékteremtő társadalmi jelenlét (egyelőre „állami” támogatás mellett).
- 4 a tömeges együttműködést, a Wikipédiát és a Wikinómiát alapértelmezett szemléletként támogatni és használni, minden szinten (egyelőre „állami” támogatások mellett).
- 5 a TFF programot bevezetni az oktatási intézményekben, általánostól a legmagasabb szintig + a teljes társadalom számára elérhetővé tenni, mint például jelenleg a Wikipédia (egyelőre „állami” támogatások mellett).
- 6 nyitottá és elszámoltathatóvá tenni a társadalmat, irány és irányultság nélkül, azaz mindenki számára elérhetővé tenni az információt.
- 7 a pénz megszerezhetőségét a TFF, valamint az elszámoltathatóság és nyitottság halmazában újraértelmezni. A TFF pontosan tudja, hogy lokális és planetáris szinten minek milyen értéke van, és ez alapján az emberek társadalmi részvétele folyamatosan értékelve lesz: kreditben, pontban, számljiban, stb. amik akár anyagi javakra is fordíthatók.
- 8

9

a közvetlen demokráciára való felkészülés (talán paradoxonnak tűnhet, de egyelőre állami kommunikáció révén, hiszen elvégre az állam, a demokráciában, egy kis jó szándékkal - ma is - a közösséggel egyenlő).

10

ezeket követi öt éven belül a közvetlen demokrácia első éve. A felvetések, a lokális és globális problémák a TFF segítségével és a különböző nyílt forrás-kódú felületeken, valamint a közösségi fórumok révén kerülnek megvitatásra, majd döntésre. Amennyiben ma egy törvény kidolgozása 1 év, úgy a közvetlen demokráciában ez nem lehet több 1 hónapnál. A törvény nem állandó, hanem folyamatosan változik, a társadalom morális fejlődésével arányosan, valamint a TFF révén. A törvény nem tiltás, szabály, hanem megoldás!

11

megszűnnek azok a munkahelyek, amelyeket az infrastruktúra helyettesíteni tud, létrejönnek a szabad és önálló, új típusú munkahelyek. A TFF segítségével, az együttműködők számát folyamatosan látni lehet, és a felvetett probléma fontosságát mérlegelni, illetve értékelni, természetesen a lokális és planetáris érdekek figyelembe vételével.

12

a pénz jelenlegi formája, intézményei és tartalmi háttere teljesen megszűnik. Önálló entitásként többé nem létezik. A pénz utódja a társadalmi értékítélet lesz - nevezzük most T.É.R.-nek, amit bárki bárhol, bármikor materializálhat, a majdani kívánalmaknak megfelelően.

13

megszűnnek a Földön a területiális határok, hogy tisztán, háborúk és a múltra hivatkozó revizionista eszmék nélkül, minden nemzet kultúrája és nyelve nyugodtan fejlődhessen és létezhesen a Planetáris egészen belül: a Bolygó lesz a hazátok, a kertetek, amelyet ennek megfelelően óvni és gondozni fogtok.

13+1

ezen felül pedig mindenki ugyanúgy élhet, mint eddig, csak szabadon és nyitottan, ugyanúgy szerethet és kívánhat meg egy másik embert, ugyanúgy fog vigyázni gyermekeire és zenét hallgatni, ugyanúgy fog kirándulni és bringázni, focizni, enni, aludni, ugyanúgy fog görög filozófusokat és kortárs írókat olvasni bármilyen nyelven, és bármilyen kulturális kötődéssel, ugyanúgy gyakorolhatja vallását természetesen kulturális, filozófiai és lelki megközelítésben - a mostani hatalmi és materializált ideológia helyett -, csak mindezt méltósággal, esélyegyenlőségben és létbiztonságban, hiszen szabadon választott munkája, a TFF környezet révén, élete végéig szól, mert hivatása, munkahelye, az élete, nem más, mint a Föld nevű bolygó.

mindig mennem kellett / **vittelek magammal** / ha akartad ha nem / **ígéretek szárnyán** / harcba a holnappal /
 kifehéřült szikla / és már nem dobog / **neked szánt melegét** / szél es homok issza / **itt belül** / de míg utazok: **vagyok** /
 mindig mennem kellett / **és sosem lesz másképp** / elszállt a félelem / **indulni kell még ha** / sosem érzem is / **meg** /
 fény leszek és árnyék