



la Biennale di Venezia

56. Esposizione
Internazionale
d'Arte

Partecipazioni Nazionali



**SUSTAINABLE
IDENTITIES**

Cosovan Attila

A közhely fenntartható identitása

A nagyképű

Cosovan Attila vagyok, tervezőművész.

A nevemhez tartozik néhány IDENTITÁS megtartó, FENNTARTÓ, fokozó, esetleg gyengítő, netán antipatikus, szájalmas, szavakban kifejezhető toldalék, mint például, egyetemi docens, vagy DLA (doctor of liberal art), ráadásul habilitált és Red Dot... **Így néz(het) ki ma (is) egy ember.**

Ezekre a TOLDALKÉKOKRA képes vagyok büszke lenni, de ugyanakkor szégyellem is őket.

Ez miért van így? Keresek rá egy magyarázatot.

Amikor azt mondom SZERELEM, SZERETET, CSALÁD, NAPSÜTÉS, SZIVÁRVÁNY, NYÁRI ZÁPOR, DESIGN, IGAZSÁG, TÚLÉLÉS-FENNMARADÁS-FEJLŐDÉS, NYITOTTSÁG, SZABADSÁG, KOMMUNIKÁCIÓ, EGYÜTTMŰKÖDÉS; akkor ezekről mit gondolok/gondolunk? Jó-jó, hagyjuk, ismerjük, lejáratott, elkoptatott, giccses, tautologikus kifejezések, üres szavak. Mi EMBEREK találtuk ki, használtuk és most már néha szégyelljük őket elővenni... Miért kell őket szégyellnünk? Mert **közhelyesek** (pedig a közhelyek általában tettekből táplálkoznak, bejáratott interakciókra épülnek). No meg talán attól is félünk, hogy a kimondott szó mögött nincsen való(di)ság, (De, hogy mi a valóság? Ezt itt és most nem fogjuk tudni megtárgyalni).

Vannak emberek, akik nem félnek a KÖZHELYEKTŐL (például a politikusok nagy része), mert ebből élnek, és vannak emberek, akik meg rettegnek (például a tudósok, filozófusok, művészek, tervezők, különleges és különcködő emberek egy része). Akik nem félnek; közösségeket, országokat, világokat vezetnek (néha érdemtelenül) és sokszor háborúkba visznek milliókat. Akik meg félnek, azok legtöbbször tisztán látnak dolgokat;

sokszor érzik, tudják a megoldást, de félnek kimondani, mert KÖZ(HELYES) és talán túl erős az önreflexiójuk -, éppen ezért semmi nem változik...

Ezek szerint az individuális szégyenérzet(ünk) erősebb, mint a közhely általános igazságfaktora...?

Dühös vagyok a KÖZHELYRE, mert eszembe jutott mielőtt írni kezdtem volna, és dühös vagyok magamra, mert úgy döntöttem IDENTITÁST akarok - most - építeni neki. (ez a hivatásom)

A koppintós

Nos, a wikipédia szerint „a közhely egy olyan gondolat leírására használt kifejezés, amelyet olyan gyakran és olyan módon használnak, hogy eredeti hatása és értelme elvész.”

EREDETI HATÁSA ÉS ÉRTELME ELVÉSZ !!!

Ezért mit csinálunk; mi, művelt vagy annak tűnő emberek?

Nem használjuk, sőt kerüljük. Pedig ha *eredeti hatására* és *értelmére* figyelni, éppen az ellenkezőjét tennénk vele: ÓVNÁNK.

N. Chamfort szerint: „Biztosra vehető, hogy minden általánosan elfogadott gondolat vagy szokás ostobaság, hiszen elnyerte a többség tetszését.”¹

Vegyünk három alpművet, a világirodalom, civilizációnk és kultúránk legnagyobbjaitól: Dante Isteni színjátékát, Goethe Faustját és Bulgakov Mester és Margaritáját. (POKOL, PURGATÓRIUM, PARADICSOM / ÉG, FÖLD, POKOL / SÁTÁN, SZERELEM, BŰN, BŰNHŐDÉS // a JÓ és a ROSSZ alkuja. Úgy látszik ezek az emberek nem féltek a közhelyektől és attól sem, hogy egymást *koppintják* (nyilván ebben a kronologikus triászban arra nem térek ki, hogy Dante honnan merít). Ezek az emberek úgy gondolták, hogy joguk és felelősségük van a közhelyekhez nyúlni; bátran az eredeti hatásukra és értelmükre koncentrálnak, meg- és felszabadítva magukat mindenféle - kontextusát tekintve - kulturális plágium vádja alól.

1 <http://www.inaplo.hu/nv/200110/11.html> (2015.02.13.)

Szóról szóra vándorolva most megemlítek *Gustave Flaubert* Közhely-szótárából is néhány apró kincset:

„ALAP: *A hírek mindig minden alapot nélkülöznek.*

EGÉSZSÉG: *A túl jó egészség betegséghez vezet.*

ÉTTEREM: *Mindig olyan ételt kérünk, amit ritkán eszünk otthon - ha zavarban vagyunk, egyszerűen kérjük azt, amit a szomszédunk rendelt.*

HÍRES EMBEREK: *A híres emberek! Magánéletük legféltettebb titkát is kifürkészni, hogy aztán becsmérelhessük őket. - Becsmérelni a híres embereket, rámutatva fogyatékságaikra. Musset részeges volt. Balzac mindig tele volt adóssággal. Hugo zsurori.*

HÜLYÉK: *Mindenki, aki másképp gondolkozik, mint ön.*

IRODALOM: *Naplopók foglalatossága.*

KITÜNTETÉS: *A Becsületrendről - gúnyolódni rajta, de sóvárogni utána; és amikor megkaptuk, mindig azt kell mondani, hogy nem kértük.*

MŰVÉSZEK: *Csupa komédiás. Dicsérni az önzetlenségüket (rég). Csodálkozni, hogy úgy öltöznek, mint bárki más (rég). - Csillagászati összegeket keresnek, de az ablakon szórják a pénzt. Amit csinálnak, azt nem lehet munkának nevezni. Gyakran hivatalosak előkelő estélyekre...*

TUDOMÁNY: *Ami a vallást illeti: „kevés tudomány eltávolít tőle, sok tudomány visszavezet hozzá”.*

ZENÉSZ: *Az igazi zenészt arról lehet megismerni, hogy semmit sem komponál, nem játszik semmilyen hangszeren, és megveti a virtuózokat.”²*

2 <http://www.inaplo.hu/nv/200110/11.html> (2015.02.13) és <http://www.scribd.com/doc/187244/Flaubert-Gustave-Dictionary-of-Accepted-Ideas-1954#scribd> (20.02.2015).

Ehhez képest a *Bovarynéban* Flaubert így szól:

„A nagyon is teli lélekből az érzés néha a legüresebb metaforákban, s a legelcsépeltebb szólásokban árad ki; mert soha senki se tudja pontosan kifejezni se a vágyait, se a felfogását, se a fájdalmait; mert az emberi szó csak egy repedt üst, amelyen legfeljebb medvetánczoltatásra alkalmas dallamokat verhetünk ki akkor, amikor szeretnők elérzékenyíteni a csillagokat!”³

A 2009-ben megjelent *Disco* című könyvemben egyik gyerekkori barátom (álnevé) Postulate, így ír: „...de a SZAVAK, azokat lehet zúdítani médiaszám, lehet ezerféle szándékkal odaköpní apának-fiúnak-szentléleknek, le lehet nyelni őket víz nélkül, suttogni lehet őket, a nagyobb hatás kedvéért... Hatás! Kezdetben van a szándék, hogy valamilyen hatást hozzunk létre. Dzsoni, vigyázz, jön egy autó!... aminek következtében Dzsoni életben marad. És remélhetőleg valamiféle szövetségesünk lesz. Talán egy nap megmenti ő is az életünket. Talán nem felejt el egészen. Hatás...”⁴

A következők

Ebből a - hirtelen felindulásból tett- rövid irodalmi körutam zárásaként egy közhelyes megállapítást és egyenletet vázolok.
HEGYMÁSZÓ KÖTÉL = VEZÉRFONAL = ÁLLANDÓ = KÖZHELY
HEGYMÁSZÓ KAMPÓ = SPONTÁN SZÜKSÉGSZERŰSÉG = VÁLTOZÓ = KÖZHELY
Egy EMBER biztonságos, megnyugtató (állandó jellemzőkkel bíró) identitása, vezérfonala, az örökké változó világ (kampók) ellenére is a közhelyekre épül;
a közhelyek eredeti szándékára, értelmére és hatására.

3 <http://mek.oszk.hu/09500/09550/09550.htm> (2015.02.13).

4 http://issuu.com/cosovan/docs/ca_disco_web (2015.02.13).

A ritmusváltó

Designkommunikáció = fejlesztésbe (fejlődésbe) integrált kommunikáció.⁵

(A designkommunikáció a differenciált és integrált tervezői - azaz a komplex tervezői - gondolkodás eredménye. Egy új tartomány megfogalmazása, amely az alkotói magatartást teszi általános szemléletté).

HÉTKÖZNAPI(BB) NYELVEN:

Hogyan lehetséges az, hogy miközben integrációról, integrált tervezésről beszélünk a differenciált emberi magatartásforma háttérbe szorul? Miért van szükségünk *vagy/vagy*-okra, hogy ha lehetne *is/is*-ekről is beszélni?

Az átlag (nem intellektuális szempontból átlagos) ember számára a design nem egy általános, örökké tartó emberi manifesztáció.

A design egy szakma, egy hivatás, egy szekció - pedig valójában több, lehetne több is, ha a design, mint információ góc egybeesne annak kommunikációjával...)

A giccses befejezés, avagy a világbéke

A 21. században, az információ és a tudás demokratizálódásának korában, pláne értelmiségi körökben, ez maga a szemlesütős bárgyúság: ugye? Nem! Ez nem egy közhely, ez egy betarthatatlan ígélet... Miért? Mert, (hogy ismétljem magam) a világbéke-közhelyhez kötődő individuális (elő-képekkel, elő-klippekkel, elő-mondatokkal kibővített) szégyenérzetünk erősebb, mint a közhely általános igazságfaktora és szándéka; ezért inkább háborúzunk...

Két testvéri nemzet - itt a szomszédunkban - ebben a pillanatban (is) öli egymást. Nem érdekel a múlt, a történelmi igazság(talanság), nem érdekelnek a határok és a haza, ha egy embernek is meg kell érte halnia. Ne romantizáljuk a háborúkat, a hősi halált és a történelmi

.....
⁵ Ez az én egymondatos tervezői vezérfonalam (vagy közhelyem) amely a www.coandco.cc és a www.mome.hu közösségében teljesedik ki.

igazságszolgáltatást, avagy a bosszút, mert az nem más, mint öngyilkos hajlamunk másokra való kivetítése.

Az élethez való jog a legalapvetőbb emberi jog és a legalapvetőbb közhely...

DESIGN = ÉLET (helyettesítsük be - 2 bekezdéssel feljebb - az élet szót a *design* helyére, hogy jobban megértsük miről is szól a designkommunikáció.)

=

design = jót csinálni | kommunikáció = jót mondani

jó az, ami nekem jó és másnak nem árt

szubjektív jó = mert a saját érdekem, hogy a mások érdekeit ne vegyem figyelembe

objektív jó = mert a saját érdekem, hogy a mások érdekeit figyelembe vegyem.

Dr. habil. **Cosovan Attila**, designer és egyetemi docens
www.coandco.cc



la Biennale di Venezia

56. Esposizione
Internazionale
d'Arte

Partecipazioni Nazionali



**SUSTAINABLE
IDENTITIES**

The Sustainable Identity of Clichés

by **Attila Cosovan**

The conceited

I am Attila Cosovan, designer.

There are some appendages affixed to my name that buttress, SUSTAIN, reinforce, or even weaken IDENTITY, appendages that are perchance antipathetic, pitiful, able to be captured in words, like associate professor, or DLA (doctor of liberal arts), habilitated doctor and the founder of Red Dot + many other award winning international design studios...

This is how (also) today a HUMAN BEING (can) look(s).

I can be proud of the SUFFIXES, yet at the same time I feel ashamed of them. Why is this so? Let me see if I can find an explanation for this...

When I say LOVE, AFFECTION, FAMILY, SUNSHINE, RAINBOW, SUMMER SHOWER, DESIGN, TRUTH, SURVIVAL-SUBSISTENCE-DEVELOPMENT, OPENNES, FREEDOM, COMMUNICATION, COOPERATION – what do we/I think?

Well, let us put these words aside, we know them, they are all discredited, worn-out, tawdry and tautological expressions; merely empty words.

We, HUMAN BEINGS invented and used them and now we almost feel ashamed of returning to them...

Why do we have to feel ashamed of them?

Because they are **clichés** (clichés and banalities feed on acts and are based in general on well-established interaction). And we can also be afraid that there may be no reality (no truth) behind these words.

(But what is reality? But we cannot discuss this here.)

There are some who do not fear CLICHÉS (most politicians, for example), because clichés are what they live on, and there are others who are terrified of them (some scientists, philosophers, artists, designers, unique or extravagant people). Those who are not afraid lead (sometimes undeservedly) communities, countries and worlds and would often bring millions into war. While those who have fears are mostly the ones with a clear vision; who often perceive or know the solution but are afraid to speak out because it would be (truly a) CLICHÉ – they are the ones whose self-reflection may perhaps be too strong – and exactly for this reason, nothing will change...

Does this mean that a (our) personal sense of shame overrides the overall truth factor of clichés..?

I am angry with CLICHÉS, because they occurred to me before I started to write, and I am angry with myself because I decided to create – now – their IDENTITY (this is my profession, after all).

The copy-cat

According to Wikipedia, a cliché *“is an expression, idea, or element of an artistic work which has become overused to the point of losing its original meaning or effect.”*

LOSING ITS ORIGINAL MEANING OR EFFECT!!!

What are we doing; we who are seemingly or truly educated people?

We do not use clichés, indeed we avoid them.

Still, if we focus on their *original impact* and *meaning* we would achieve just the opposite: we would PROTECT them.

According to N. Chamfort:

*"It can be taken for granted that all generally accepted ideas or customs are foolish, as they appeal to most of the people."*¹

Let us take a look at three standard highlights of world literature, of our civilisation and culture:

The Divine Comedy by Dante, Goethe's Faust and Bulgakov's The Master and Margarita. (HELL, PURGATORY, PARADISE / HEAVEN, EARTH, HELL / SATAN, LOVE, CRIME, PUNISHMENT // the bargain between GOOD and EVIL.

These writers do not seem to fear clichés or copying one another (in this chronological triad I cannot dwell on the sources of Dante). These writers thought they had the right and the responsibility to use clichés, they concentrated bravely on the original impact and sense of clichés and freed and liberated themselves from all – contextual – accusations of cultural plagiarism.

Let me walk from one word to the other and cite small treasures from *Gustave Flaubert's Dictionary of Accepted Ideas*:

"FOUNDATION: All news is without foundation.

HEALTH: Excess of health causes illness.

RESTAURANT: You should order the dishes not usually served at home – when uncertain look at what others around you are eating.

CELEBRITIES: Celebrities!! Concern yourself about the least details of their private lives so that you can run them down. –

Belittle celebrities, point to their deficiencies. Musset was a drunkard. Balzac was always in debt. Hugo was stingy.

IDIOTS: Those who differ with you.

LITERATURE: Idle pastime.

DECORATION: The Legion of Honor: make fun of it but covet it; when you obtain it say it was unsolicited.

ARTISTS: All charlatans. Praise their disinterestedness (old-fashioned). Express surprise that they dress like everyone else, (old-fashioned). – They earn huge sums and squander them.

Often asked to dine out. What artists do cannot be called work...

1 <http://www.inaplo.hu/nv/200110/11.html> (13.02. 2015).

SCIENCE: on religion: "a little science takes religion from you, a great deal brings you back to it."

*MUSICIAN: The characteristic of a true musician is to compose no music, to play no instrument and to despise virtuosos."*²

But in *Madame Bovary Flaubert* says: "as if the fullness of the soul did not sometimes overflow in the emptiest metaphors, since no one can ever give the exact measure of his needs, nor of his conceptions, nor of his sorrows; and since human speech is like a cracked tin kettle, on which we hammer out tunes to make bears dance when we long to move the stars."³

In my book entitled *Disco*, published in 2009, a childhood friend of mine, (with the pseudonym) Postulate, writes the following: *"...you can pour WORDS media-wise, you can spit with thousands of intentions on father, son and the Holy Spirit, you can swallow words without any water, and you can whisper them for greater impact...Impact! Intention stands at the very beginning, the intention of making an impact. Johnny, watch out, a car!... and Johnny stays alive. And hopefully, he will become something of an ally to us. One day, maybe he will save our lives. Maybe, he will not forget us completely. The impact..."*⁴

The concluder

In conclusion to this – impulsively written – brief literary stroll, I will outline a cliché statement and formula.

CLIMBING ROPE = GUIDING THREAD = CONSTANT = CLICHÉ

CLIMBING HOOK = SPONTANEOUS NECESSITY = VARIABLE = CLICHÉ

In spite of the constantly changing world (the hooks), the safe and reassuring identity and guidance (with constant characteristics) of the HUMAN BEING is based on clichés: **on the original intention, sense and impact of clichés.**

2 <http://www.scribd.com/doc/187244/Flaubert-Gustave-Dictionary-of-Accepted-Ideas-1954#scribd> (20.02.2015).

3 <http://mek.oszk.hu/09500/09550/09550.htm> (13.02.2015) and <http://www.gutenberg.org/files/2413/2413-h/2413-h.htm> (20.02.2015).

4 http://issuu.com/cosovan/docs/ca_disco_web (13.02.2015).

The rhythm changer

Designcommunication = communication integrated in development (progress).

This is my guiding thread (or cliché) as a designer, which is fully realized in the www.coandco.cc and www.mome.hu communities.

(Design communication is the result of the differentiated and integrated – i.e. complex – approach of the designer: It is the formulation of a new domain through which creative behaviour becomes the general approach. IN PLAIN(ER) LANGUAGE: How can differentiated human behaviour diminish if we talk about integration and integrated design? Why do we need the *either/or* if we can also speak about *both/and*? For ordinary people, design is not a general or eternal human manifestation. Design is a job, a profession, – while in reality, it should be and also could be more, if design as information node was in line with its communication ...)

Kitschy accomplishment, or world peace

In the 21st century, in the age of information and knowledge, this is shamefaced idiocy itself, especially for intellectuals, is it not? No, it is not!! This is not a cliché; this is an undeliverable promise... Why? Because (so as not to repeat myself) our personal shame linked to the cliché of world peace (and extended by pre-images, pre-clips and pre-sentences) is stronger than the general truth factor and intention of the cliché, and so instead we make war...

Two brotherly nations – in our close vicinity – are killing each other at this moment (as well). I do not care for the past, the historical (un)truth, I do not care for borders or the fatherland if one person has to die for it.

Let us not romanticize wars, heroic deaths, historical justice or revenge, because this would be little more than the projection of our own self-murdering disposition on others. The right to life is the most basic human right and the most basic cliché...

=

DESIGN = LIFE (let us replace the word *design* – 2 paragraphs earlier – with *life* so as better to understand what design communication is about).

design = do good | communication = say good

good is = what is good for me
and does not hurt others

subjective good = because it is in my own interest
not to consider the interest of others

objective good = because it is in my own interest
to consider the interest of others.

Dr. habil. **Attila Cosovan**, designer at coandco.cc and associate professor at the Moholy-Nagy University of Art and Design Budapest.