Vincze Zsuzsanna

A design egy univerzális eszköz, ami minden esetben hozzáadott értéket jelent

Interjú Petri Zsolttal

Petri Zsolttal, a MOME Innovációs Központ alapító igazgatójával Vincze Zsuzsanna beszélgetett.

Mi a tudás, az oktatás szerepe a mai társadalomban?
Hogyan definiáljuk ma a tudást?

A tudásnak létezik egy egyszerűsített, lexikális definíciója. A tudás egy alkalmazásra kész, kontextusban értelmezhető ismeret, egy információ. Ha viszont az egyetem perspektívájából tekintünk rá, sokkal izgalmasabb az az alkalmazási mód, mely egy kompetenciákra és készségekre alapuló rendszerben értelmezi a tudást. Én személy szerint sokkal fontosabbnak tartom, hogy valaki rendelkezzen a kompetenciával és a szükséges készségekkel ahhoz, hogy a hosszútávon megszerzett és egyre bővülő ismereteket és információkat alkalmazni tudja.

Miért fontos a művészeti felsőoktatás folyamatos fejlesztése? Szervezetfejlesztőként mik a legfontosabb új trendek, kihívások, amikre válaszokat kell tudni adni egy XXI. századi művészeti egyetemnek?

Minden szektornak meg kell küzdenie az olyan globális kihívásokkal, mint a digitalizáció, mely alapvetően alakítja át azt a teret, melyben egy oktatási intézmény működik. Ehhez szervesen kapcsolódik a fenntarthatóság kérdése is, egyrészt etikai, másrészt ökológiai, harmadrészt gazdasági értelemben. Egy felsőoktatási intézmény célja az, hogy saját területe értékeinek közvetítésével kerüljön közelebb a piachoz és a társadalomhoz. A művészeti egyetem szempontjából ez a művészeti és kreatív forrásokat jelenti. A hallgatóknak viszont teljesen más kihívásokkal kell szembenézniük. Az egyetemnek fel kell készítenie a hallgatót arra, hogy a lehető legdinamikusabban és legpontosabban tudjanak illeszkedni a munkaerőpiaci kihívásokhoz, olyan válaszokat kell nekik adnunk, amelyek hozzásegítik őket a lehető leghatékonyabb érvényesüléshez, mely egyaránt vonatkozik a kultúrateremtő tevékenységük megvalósítására is.

Miként lehet az új trendeket egyensúlyba hozni a hagyományok megőrzésével, a hagyományos művészeti technikák oktatásával?

Azt gondolom, hogy ez intézményi missziós vagy intézményi víziós kérdés elsősorban. A design egyszerre táplálkozik a tradícióból és feszegeti a tradicionális kultúra határait. A művészeti gondolkodás egyet jelent a trend és a trend előtti gondolkodással, éppen ezért folyamatosan tágítja azt a határt, kultúrát és tudást melyben létezik. Kiváló példa erre a MOME Future Traditions[1] elnevezésű kutató programja.

Mindez összefüggésben van a fenntarthatóság kérdésével is.

Teljes mértékben. Tekintettel arra, hogy a fenntarthatóság régen bizonyos szempontból adottság volt és nem feladat, számos lehetősége van egy design egyetemnek arra, hogy válaszokat keressen erre a felvetésre.

Beszéljünk egy kicsit a „lifelong learning", vagyis az élethosszig tartó tanulás fogalmáról. Mit is értünk ez alatt?

Korábban már szó volt arról, hogy a felgyorsult világban megszerzett tudás és ennek a hasznosítása milyen képlékeny fogalom. Ebből adódóan minden szereplő bele van kényszerítve egy olyan helyzetbe, melyben a folyamatos önképzés, valamint az újabb és

[1] www.futuretraditions.mome.hu

újabb kompetenciák, készségek, ismeretek elsajátítása elengedhetetlen feltételei a saját szakmájában való megmaradásnak. De létezik egy másfajta megközelítés is. Azáltal, hogy a modern társadalomnak megváltozott a munkához való viszonya, a „lifelong learninget" értelmezhetjük úgy is, mint az önkifejezés, az önismeret egy formáját. Manapság nem kell az életünket egyfajta karrier mentén felépítenünk. Könnyen válthatunk, hisz számos szakmai út áll nyitva előttünk. Folyamatos tanulással az egyén olyan új tudásra tehet szert, amellyel önmagát egy előnyösebb munkaerőpiaci helyzetbe hozva karriert válthat.

Véleményed szerint a digitális oktatás, valamint a digitális tananyagok fejlesztésének milyen szerepe lesz a jövőben a járványhelyzet tükrében?

A COVID a teljes oktatási rendszert rákényszerítette arra, hogy elgondolkozzon azon, miként válthatja ki digitális oktatással a klasszikus oktatás formáit. Természetesen erre léteznek sablon technológiák, de mint minden más esetben, itt sem a technológia, hanem a tartalom az, mely az oktatás minőségét megfelelő szintre tudja emelni. Tartalomfejlesztés terén, az olyan design egyetemekre, ahol a média oktatásra nagy hangsúlyt fektetnek, kifejezetten nagy felelősség hárul. Hasonlóképp a MOME-ra is, ahol a tartalomfejlesztő, vizualizációs, valamint user experience-hez értő kollégák nagy hozzáadott értékkel tudnak bekapcsolódni a távoktatás-fejlesztési programokba.

Hol lép be a kutatás-fejlesztés, az innováció és az inkubáció a művészeti oktatásba?

A művészet és a design magában hordozza az innováció magját. Azt gondolom, hogy az alkotási folyamat, az innovációs folyamat személyes leképeződése, hisz egy szellemi produktumból a fejlesztésen keresztül jön létre a művészeti termék. Ebben az értelemben a művészeti oktatás és az innováció szorosan kapcsolódnak egymáshoz. Ebből adódóan az innováció gazdasági értelemben vett formája könnyen illeszthető az egyetemi struktúrába azáltal, hogy a képzés során ezt a gondolkodást próbálják a gyakorlatba átültetni, vagyis maga a képzés nyújt lehetőséget arra, hogy innovációs projekteken lehessen dolgozni. Magasabb szinten egy olyan, a klasszikus kutatási kultúrához igazított szakmai stábot tömörítő, akadémiai képzési struktúrában működő intézményrendszer kialakítása, mely az innovációt és a design és művészeti kutatás-fejlesztést ötvözi. Ezáltal érné el és tudná bevonni az egyetem azokat a gazdasági és társadalmi szereplőket, akiknek a képzésen keresztül meg tudja oldani a problémáit. A belépés alap követelménye a magasszintű problémamegoldó készség, a legmagasabb belépési szint pedig a design kutatás-fejlesztés megvalósítása lehetne. Az elmúlt években, ebbe az irányba komoly és jelentős lépéseket tett a MOME Innovációs Központja.

Mi volt a Innovációs Központ létrehozatalának a célja?
Mi az alapítás mögött húzódó alapgondolat?

Ha leegyszerűsítem a dolgot, akkor elmondható, hogy egy egyetem kétfajta módon fejtheti ki hatását. Az egyik - hosszútávú, mégis legjelentősebb - csatorna, a hallgatói hálózat, amelynek kultúraformáló ereje meglehet, hogy csak évtizedes távlatából érzékelhető, mégis az a szellemi kör, mely az egyetemről kikerülve megvalósítja, a gyakorlatba ülteti át az egyetemi évek során megismert gondolkodási rendszert, értékrendet, a társadalmi körforgásba bekerülve formálja a szakmát, illetve a szélesebb értelemben vett társadalmi környezetét. A másik csatorna, egy direktebb hatást eredményez, mely tartalmazza azokat az egyetem által felvállalt projekteket és kutatási folyamatokat, melyek konkrét helyzetekre, konkrét megoldásokat szállítanak. Ha visszatekintünk a MOME 140 éves hagyományaira, azt tapasztaljuk, hogy az egyetem a művészeti és akadémiai fejlesztésre helyezte a nagyobb hangsúlyt. A nemzetközi tendenciákat, összehasonlításokat figyelembe véve látható volt, hogy a társadalmasítási és piacosítási folyamatnak, tevékenységnek végbe kell mennie ahhoz, hogy ne csak a hallgatókon keresztül fejtse ki hatását az egyetem. A design egy univerzális eszköz, ami minden esetben hozzáadott értéket is jelent. Egy egyetemnek szüksége van arra a tudás vagy technológiai transzfer tevékenységre, melynek segítségével a lehető legtöbb olyan felülethez, formához, vagy szervezethez hozzá tud férni, amely azáltal növeli az értékét, hogy saját tudását, kompetenciáit más folyamatokba integrálja. Ezért a Technológiai Park és az akadémiai oktatás mellett kellett egy olyan hely, amely felvállalja ezt a feladatot, összegzi, majd mind az egyetem, mind pedig a külvilág felé képviseli és menedzseli mindezt. Így született meg a MOME harmadik pilléreként az Innovációs Központ. Mikor az Innovációs Központot terveztük, szervezeti értelemben egy kettős cél lebegett a szemünk előtt. Egyrészt, hogy létrehozzunk egy mikroökoszisztémát, mely képes a fent említett tudástranszfer és katalizáló feladatot ellátni, amely egyúttal innovációs ökoszisztémaként is funkcionálhat. Másrészt célunk volt, hogy mindez részét képezze annak a nagy innovációs ökoszisztémának, amely Magyarországon folyamatosan épül, amelynek az akadémián túl már látható szereplői vannak a gazdasági területeken is. Erre az elképzelésre fűztük fel és fejlesztettük azt az általunk “kettős szív-modellnek” nevezett struktúrát, mely a projekteken, kutatásokon, pályázatokon, képzéseken keresztül a lehető legtöbb szereplőjét, a lehető legtöbb egyetemi polgárt és hallgatót szeretné magához vonzani. Egyrészt azzal a céllal, hogy a másik körforgásból beérkező új tudás, külső szereplők, információk és projektek találkozásából az az attitűd, amit az innovációs gondolkodás jelent, a lehető leghatékonyabban terüljön szét az egyetem szervezetében, másrészt a külső partnereken keresztül a design gondolkodás és a design tudás a lehető legszélesebb körben érvényesüljön a társadalomban és a piacon egyaránt. Ez volt az Innovációs Központnak az egyetem szervezetén túlmutató gondolata: új tudást létrehozni nemzetközi színvonalon, fenntartható módon.

Melyek a működés első tapasztalatai?

Nehéz értelmezni egy olyan évet, amelyhez egy járványügyi helyzet, illetve egy modellváltás is kapcsolódik. Mindenesetre azt gondolom, és azt látom, hogy az elképzelésünk működési szinten meg tudott valósulni, bár valódi következtetéseket három-öt éves távlatból lehet majd levonni, hiszen mind a design kutatás, az innovációs folyamatok, a szervezetfejlesztés, illetve egy ilyen típusú új szervezeti egység integrálása az egyetem struktúrájába nagyon hosszú folyamatok. Az Innovációs Központ pontosan az a szervezet, amelyen keresztül az egyetem valamilyen módon megújítja önmagát. Egyfajta szervezeti inkubátor, egyetemi innovátor is, és ebben az értelemben nem pusztán szakmai célja van, hanem az is feladata, hogy az egyetemi kultúraváltást, valamint kultúrafejlesztést is képviselje.

Innovációs Központ felállításánál van-e az államnak szerepe? Meg lehet-e ezt építeni állami befektetés, támogatások, szabályozók nélkül?

Az innováció egy drága műfaj. Különböző típusait különböztetjük meg, és mindegyiknek saját útja van. Azt gondolom, hogy az a típusú innováció, amelyről mi beszélünk, amelynek nem pusztán pénzügyi céljai vannak, hanem szélesebb perspektívában az értékteremtés, a kultúrateremtés és a társadalmi hasznosság, a szociális kérdések is a fókuszában vannak, nagyon fontos az állami szerepvállalás. Ez nem egy üzleti kérdés, hisz kifejezetten fontos, hogy az a tudás, amelyet a MOME intézménye előállít, az a közjó érdekében hasznosuljon. Ebben az értelemben a design kutatás egyik legfontosabb felhasználója, és egyben a legfontosabb piaca maga az állam. Egy ilyen intézménynek a létrehozása nemzeti érték. És, hogy miért egy egyetem lehet ebben az élenjáró? Mert az egyetem szélesebb kulturális kontextust nyújt, mint egy célszervezet vagy egy gazdasági szervezet. Az egyetem nem tudja és nem is engedheti el azokat a gazdasági érdekeken túlmutató értékeket, melyeket egy intézmény képes nyújtani nemzeti szinten.

Mit jelent hallgatói szempontból ez a mikroökoszisztéma? Hogy lesz az invencióból innováció?

Az egyetemi mikroökoszisztéma kialakítása során az egyik legfontosabb kérdés az volt, hogy miként integráljuk az egyetemi közösséget, az egyetemi polgárokat az általunk eltervezett folyamatokba, munkába. Négy különböző szempontot, réteget szeretnék ismertetni. Az első és legfontosabb, hogy az oktatáson keresztül a hallgatók részesüljenek a tudásból és a közös gondolkodásból. Erre hoztuk létre a KFI kurzusokat, amelyek beépültek a tanrendekbe, ezáltal lehetőséget kínálnak a hallgatóknak arra, hogy tanulmányaik során megismerjék a partnerekkel való kooperációs szituációkat, hogy a network építésen túl saját tudásukat, készségeiket és kompetenciáikat is fejlesszék. Ha jól tudom, a magyarországi felsőoktatási intézmények közül egyedül a MOME működik ehhez hasonló rendszerrel.

A második szempont, hogy kifejezetten szeretünk hallgatók és oktatók bevonásával piaci körülmények között, éles projekteken, mégis az egyetem gondozásában és védőszárnyai alatt, szakmai, jogi és pénzügyi támogatásával dolgozni. Az éles piaci helyzetekkel a résztvevőknek egyrészt munkát, másrészről a portfólióépítés lehetőségét kínáljuk.

Harmadik szempontként a pályázatokba való bekapcsolódást emelném ki, illetve azokban a nagy volumenű kutatási programokban való részvételt, mely az Innovációs Központ saját szakmai kutató stábjának feladata és munkája. Ahogy korábban már említettem, elsődleges célunk a design kutatás elindítása, megalapozása, elsősorban oktatók, belső kutatók, hallgatók és olyan külső szakértők bevonásával, akik a kutatáshoz elengedhetetlen tudás birtokában vannak.

A negyedik szempont a MOME Open felnőttképzéseihez és tanfolyamaihoz való hozzáférés elérhetővé tétele. Ez érdekes és értékes lehet oktatói szempontból, hisz tudásukat tanfolyami keretek között is továbbadhatják, valamint az ösztöndíj rendszer kiépítésével, a MOME hallgatók számára is lehetőséget nyújt az egyébként önköltséges tanfolyamokhoz való hozzáféréshez.

Ehhez a négy szemponthoz, réteghez, tartozik még egy ötödik is, mely röviden összegzi az Innovációs Központnak feladatát, ez pedig a tudástranszfer megvalósítása. Tehát az az információ átadás, az a kapcsolatteremtés és kapcsolatszervezés, menedzsment kérdés és innováció menedzsmenti feladat, amelyen keresztül az egyetem közössége folyamatosan információhoz, tudáshoz és networkhöz juthat a kijelölt területeken.

Ez tartalmazza egy-egy oktató, vagy hallgató saját szakterületén túl, az olyan ágazati tudásokat, melyet a technológiai, vagy az üzleti, menedzsmenti ismeretek jelentenek. Egy Innovációs Központ amellett, hogy megteremti ezt a belső platformot, hidat képez a külvilág és az egyetem közössége között. Ezáltal, valamint a designon keresztül jelentősen növelheti a gazdaságban, a különböző termelési folyamatokban hozzáadott értéket.

A design alapvetően egy olyan szellemi tevékenység, egy olyan gondolkodási és fejlesztési folyamat, melynek során jelentős gazdasági haszonnal bíró termékfejlesztés valósul meg. A gazdasági folyamatok erősítésén túl azonban, a designnak ismert egy érték és kultúrateremtő vetülete is, mely olyan társadalmi problémákra is képes megoldást találni, mint például a hátrányos helyzetű régiók kérdése, az idősgondozás, az elöregedő társadalom problémája, vagy egy járványügyi helyzet, amely azt mutatja, hogy a design váratlan helyzetekben is gyorsan és egyszerűen képes reagálni. Emellett a design a globális kultúrában az egyik legkönnyebben megérthető nyelv, így kultúra export szerepe kiemelten fontos.

Meglátásod szerint a design thinking hogyan segítheti a hazai kis- és középvállalkozásokat?

A Rubik-kocka, amelyet Rubik Ernő az akkor még Iparművészeti Főiskola oktatójaként egy egyetemi kurzus alkalmával talált fel, és amely a kreativitás legerősebb globális szimbóluma, nemzetközi karrierjét mégsem Magyarországról indulva kezdte, hanem egy olyan külföldi szereplő segítségével, aki megfelelően menedzselte. Az lenne a cél, - és azt gondolom, hogy ez közös érdek, akár az egyetem, akár Magyarország szempontjából nézve -, hogy az ilyen típusú ötletek ne kerüljenek az országhatáron túlra, hanem a lehető legtovább, a lehető legtöbb eredményt, hasznot és kulturális sikert hozzák Magyarországnak. Erre találtuk ki az Innovációs Központot, ebben szeretne a szervezet szerepet vállalni a legelső lépéstől kezdve, jogi, pénzügyi és menedzsmenti támogatást nyújtani, hogy egy ilyen jelentős sikerből az egyetem közössége is részesüljön. Ehhez viszont az is kell, hogy a Magyarországon létrejövő gazdasági és szellemi javakhoz hozzáférjen az Egyetem, így az első feladat a helyi gazdaság, a KKV világának a feltérképezése, megismerése. A magyarországi innovációs potenciál nem kimagasló és nem is kiugróan jó Európában. Hogyha a KKV-k megértik a design hozzáadott értékét, és nemcsak esztétizáló értelemben gondolnak a designra, hanem mint folyamat menedzsmentre, mint megközelítési eszközre és módszerre egyaránt, akkor a design, a KKV-k saját termékfejlesztésének az egyik nagyon hatékony segítője és eszköze lehet. A megismertetés céljából az egyetem elkezdte felépíteni azt a rendszert, melyen keresztül megkezdődhet egy párbeszéd a KKV-kkal. Elindítottuk a Design az üzletben 1.0 távoktatást, amely pusztán az első lépés, cél, hogy a kezdeményezés országos program keretében is megvalósuljon.

Néhány éve indultak útjára a MOME OPEN képzések, miért tartottátok fontosnak az elindításukat?

Az egyetemek folyamatosan kihívás előtt vannak a változó világ, a technológiai sebesség kapcsán. Az is látszik, hogy az egyetem csak akkreditált, graduális szintű képzésekben tud gondolkodni, jogszabályi kötöttség okán is. Ezeknek a folyamatoknak a természetes lassúsága miatt számtalan olyan folyamatot, tendenciát nem ér el a képzéseivel az egyetem, amelyek egyébként vele párhuzamosan megtörténnek.
Vannak olyan szakmák, -amik a technológiából adódóan a dizájnt is érintik-, amelyek 10 év alatt jönnek létre és utána már szinte el is tűnik. Ezekre a szakmákra, ezekre a tudásokra nem lehet csak a graduális képzési rendszeren belül reagálni. Ezeknek az összefoglalása és sűrítése egy tanfolyami szinten képzelhető el.
Alapvetően azért hozta létre Fülöp József rektor a MOME OPEN felnőttképzési vagy tanfolyami központot, hogy ezeket a tudásokat megjelenítse a MOME portfóliójában, hogy a MOME oktatási portfólióját maximalizálja és a lehető legszélesebbé tegye. Tette ezt egyrészt azért, hogy határterületi tudásokat fejlesztve egy képzési kínálatot adjunk azoknak, akik a graduális képzésbe nem tudnak vagy nem akarnak belépni, tehát növelje

az egyetemhez való hozzáférhetőséget, másrészt azért, mert ez jó alapot ad arra, hogy ezeket a tudásokat elkezdjük közelebb hozni a graduális képzéshez is, megteremtsük a graduális képzésfejlesztés alapjait, megteremtsük a hallgatók ösztöndíjas hozzáférését ezekhez a képzésekhez.
A lényeg, hogy nemcsak azok a válogatott tehetségek kaphatnak tudást innentől kezdve, akik a MOME-ra felvételt nyernek, akár 10-20-szoros túljelentkezéssel versenyezve, hanem azok is, akik ennek egy alacsonyabb szintű megismerésére törekednek, vagy adott esetben egy szakmai tudáson belül, mint például a grafika esetében a tipográfia vagy az illusztráció, mélyebb, célzottabb tudásra szeretnének szert tenni, esetleg inkább olyan újszerű képzéseken részt venni, mint amilyen induláskor az egyik legelső hazai user experience képzés a MOME ID volt.

Hány hallgatót értetek el ezekkel a tanfolyamokkal az utóbbi években?

2016-ban indult a MOME Open. Az elmúlt években összesen hatvan képzést fejlesztettünk. Évente körülbelül 40-et tudunk meghirdetni az egyetemi előkészítővel, a PreMOME-val együtt, amit szintén ide sorolok. Fontos, hogy maga a MOME OPEN nem csak az egyetemi vagy egyetem utáni körnek szól, hanem ambícióit tekintve a közoktatási generációktól egészen az öregkorig bárki beléphet ezekbe a képzésekbe, ha van erre szándéka. Összességében ezek a képzések évente körülbelül 500-600 főt érnek el, már majdnem annyian érik el ily módon egy évben a MOME-t, mint a graduális képzéseken keresztül.

Mit gondolsz, milyen képességekre, tudásra van szüksége a jövő művészének?

Nem elsősorban a művészekre koncentrálnék, mert azt gondolom, mindannyiunknak ugyanazzal a kihívással kell megküzdenie. A legfontosabb tudások, amelyre a jövőben szükségünk lehet, azok a tudások, amelyek nem helyettesíthetők automatizálással, vagy gépi tudással, mesterséges intelligenciával. Az olyan legmélyebben emberi tudásra gondolok, mint a kreativitás, mely talán az utolsó áldozata lehet a mesterséges intelligenciával vívott, remélhetőleg győztes csatának; de ide tartozik az empátia, illetve a kooperáció is. Nagyon fontosnak tartom továbbá, hogy egy új típusú kommunikációban, egy új típusú kultúrában mindenki fejlett önkifejező készséggel rendelkezzen.
Az önérdek érvényesítéshez elengedhetetlenül fontos bizonyos menedzsmenti és önmenedzselési készség. Egyfajta informatikai alaptudás már régóta része a mindennapjainknak, de szert kell tennünk olyan üzleti tudásra is, amely ezeket az ismereteket képes hatékonyan keresztezni és alkalmazni. A kultúra egyik legfontosabb iránya a vizuális tervezés, ezért hasznos tudás a vizualizáció, a vizuális kultúrához való hozzáférés és ennek az ismerete is, mely reményeink szerint még sokáig emberi feladat lesz.

IMPRESSZUM

Szerkesztők: **Fülöp József, Kollarik Tamás, Vincze Zsuzsanna**
Szerzők: **Csányi Dóra, Ivády Tamás, Kollarik Tamás, Szabó Viktória, Takó Sándor, Vincze Zsuzsanna**
Kiadó: **Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, 1121 Budapest Zugligeti út 9-25.**
Felelős kiadó: **Fülöp József**
Angol fordítás: **Nagy Gabriella**
Angol nyelvi lektor: **Eamon Smith**
Olvasószerkesztő-lektor: **Balogh Csaba**
Grafikus: **Kaszanyi Nóra**
Nyomda: **Wunderlich Production Kft.**
Webdesign: **Réthi Gábor**
Moholy-Nagy 125 - „A jövő fénye" kampány arculattervezés: **Vargha Balázs**

A Moholy-Nagy 125 - „A jövő fénye" kampány során nyújtott támogatásukért/munkájukért/
segítségükért köszönetet mondunk Kollégáinknak/Alkotótársainknak/Interjúalanyainknak:

Almási Katalin, Artner Ilka Luca, Bajnóci Zita, Bartal Csaba, Bán János, Bíró Tibor, Bolygó Bálint, Bordos László Zsolt, Botar Oliver, Csillag Katalin, Csomay Zsófia, Csörgő Attila, Csupó Gábor, Darabos Éva, Dobos Menyhért, Elekes Botond, Fabényi Julia, Farkas Anna, Falvai Györgyi, Fehér Bori, Firnigel Dániel, Gerendai Károly, German Kinga, Gorka-Focht Máté, Grad-Gyenge Anikó, Gunther Zsolt, Gyertyános Juli, Herter Júlia, Hommer Tünde, Horányi Attila, Horváth Annamária, Andreas Hug, Daniel & Natalia Hug, Iszlai József, Annemarie Jaeggi, Jóföldi Laura, Juhász Kinga, Kádár Melinda, Káel Csaba, Kálmán Zsuzsa, Keserü Katalin, Kocsis Noémi, Kókai Zsófia, Kopeczky Róna, Korcsok Lili, Komlóssy Ágnes, Komlóssy Gyöngyi, Krasz Ádám, Kucsera Tamás Gergely, Kudász Gábor Arion, Láng Imola, Legeza Dénes, Lévai Klára, Liter Zsófia, Madácsi Imre, Mákó Bori, Málnay B. Levente, Maronics Annamária, Maurer Dóra, Mayer Mónika, Hattula Moholy-Nagy, Nagy Andrea, Nagy Zsombor, Orosz István, Pajor Kristóf, Passuth Krisztina, Petri Zsolt, Petrucz Krstan, Pomázi Gyula, Rohoska Éva, SIX & Forteba / Embliss Records, Spengler Katalin, Szálteleki Orsolya, Szentpéteri Márton, Szuchacsev Dávid, Tóth Kata, Topor Tünde, Karole P.B. Vail, Veres Bálint, Waliczky Tamás, Winkler Nóra

© Moholy-Nagy Művészeti Egyetem
© Szerkesztők
© Szerzők

2021
ISBN 978-615-5134-32-6

Képek forrása: Moholy-Nagy Foundation, Moholymotion, MOME

Támogatók: NFI Nemzeti Filmintézet Magyarország; MMA Magyar Művészeti Akadémia; Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala; Uránia Nemzeti Filmszínház

Partner: Moholy-Nagy Foundation

MOHOLY-NAGY 125

A JÖVŐ FÉNYE