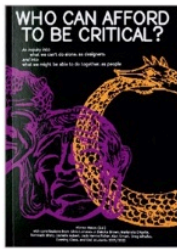


Publikationen

❶ »Who can afford to be critical?«. Ständig heißt es ja heute, dass Design die Welt verändern kann. Gestaltung als kommerzielle Dienstleistung scheint teils geradezu verrufen, stattdessen soll sie sozialen und politischen Wandel anstoßen. Gerade im akademischen Kontext regiert dieses Credo, was ein Absolvent der – als wegweisend bekannten –



Afonso Matos (Ed.): Who can afford to be critical? An inquiry into what we can't do alone, as designers, and into what we might be able to do together, as people. Eindhoven (Set Margins') 2023, 92 Seiten. 15 Euro. 978-90-832706-3-0

Design Academy Eindhoven hier mal radikal hinterfragt. Wie stark ist der Einfluss von Designer:innen wirklich? Erreichen ihre engagierten Projekte die relevanten Zielgruppen oder bewegt sich ihr Aktivismus bloß in der üblichen Bubble? Und vor allem: Wie sollen sie ihre Miete bezahlen? An den Hochschulen (auch in Eindhoven) werde viel über hehre Ziele, aber zu wenig über die oft prekären Arbeitsbedingungen von Kreativen gesprochen, so Afonso Matos. Im Dialog mit anderen Studierenden beleuchtet er diese schwierigen Themen – und legt offen, wie viel unbezahlte Arbeit er selbst und Verleger Freerk Lomme in dieses Büchlein steckten.

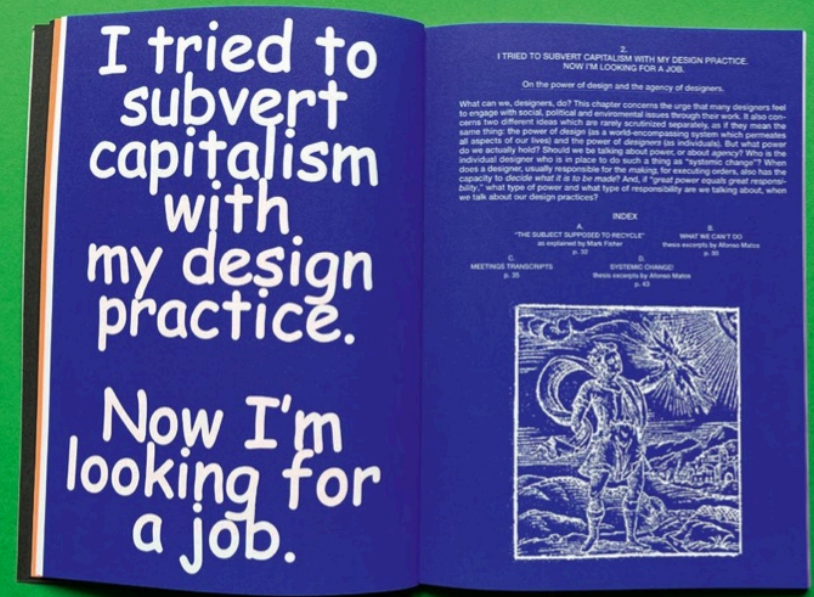


Counter-Print (Ed.): Optic. Ifold (Counter-Print) 2023, 200 Seiten. 25 Pfund. 978-1-9153920-6-0

❷ »Optic«. Abstrakt und überraschend – seit den 1950er Jahren bringt Op-Art zum Staunen und fänd schnell Eingang ins Design. Victor Vasarely selbst, quasi »Vater« der Kunstrichtung, gestaltete 1972 ein legendäres Renault-Logo. Der vierlinige Rhombus wurde 2021 mit zwei Linien wiederbelebt. Kein Wunder, abstrakte optische Effekte sind derzeit ein gestalterischer Megatrend. Der kleine britische Verlag Counter-Print legt dazu nun ein Buch mit zahlreichen Beispielprojekten vor. Bestehend ist vor allem die Gliederung nach verschiedenen Gestaltungsformen beziehungsweise -effekten, die das Auge leitet und methodisch inspiriert. Dazu gehören klassische Op-Art-Tricks wie das Spiel mit der Figur-Grund-Wahrnehmung oder täuschende Dreidimensionalität (wie eben beim Renault-Logo). Doch das Spektrum ist breiter, insbesondere natürlich bei typografischen Kunstgriffen. Wer direkt bei www.counter-print.co.uk bestellt, kann eine von drei Covervarianten mit effektiv drehbaren Scheiben aussuchen.



Nur ein Linienmuster ... aber mit Motion Design macht es die Agentur Forma am Nationalfeiertag zur sich »wehend« dahinschlingelnden Fahne Kataloniens.



1

Schöne Realität Afonso Matos bringt das Dilemma zwischen engagierte Design und Arbeiten für den Lebensunterhalt auf den Punkt.

