

KÁNYÁDI IRÉNE

A MŰVÉSZETFOGYASZTÁS MINT SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉG



**...a gyűjtés-megőrzés-
bemutatás funkciója
kitágul az interakció
irányába a közönség
vagy a minél nagyobb
tömeg bevonásának
igényével. A múzeumnak
az élő művészet helyszí-
nének kell lennie...**

Jelen tanulmány célkitűzése nem az, hogy a tömegművészetet vagy annak a magasművészethez való viszonyát definiálja a kortárs művészet kontextusában, hanem arra reflektál, hogy melyek azok a mechanizmusok, amelyek a tömeg és a művészet közötti kapcsolatrendszereket működtetik napjainkban. Hogyan lehet a kortárs művészetet a tömegek számára minél hozzáférhetőbbé tenni, hogyan lehet bevonni minél népesebb „közönséget” a művészet világába? Tanulmányom főként a művészeti intézményekre, azon belül is a múzeumok, kiállítóterek és művészeti események kapcsán arra fókuszál, hogy a nagyjából 200 éves, modern értelemben vett európai művészet hogyan szólítja meg a nagyközönséget.

Mivelhogy napjaink társadalmának művészetfogyasztását a hasznos szabadidős tevékenységek egyik módjának látom, a tanulmány során – a teljesség igénye nélkül – körüljárom a múzeumok és kiállítóterek funkcióváltásának történetét a hagyományos múzeumtól a képzeletbeli múzeumon át a virtuális vagy a napjainkban egyre divatosabbá vált Instamúzeumig.

A tömegművészet mint fogalom – lévén viszonyfogalom – a népművészet és a magas- vagy elitművészet viszonylatában határozható meg, napjainkban viszont az említett fogalmak közötti hierarchikus viszonyt a művészet demokratizálódásának vagy eltömegesítésének következtében egyre elmosódottabbnak vélem.

A tömegművészet a tömegkultúra gyűjtőfogalma alatt érhető tetten. A populáris kultúra, ezen belül is a tömegművészet mindig is létezett, célja a tömegek és a nép szórakoztatása volt. A középkorban például „magaskultúrának” csakis a kolostorok kultúrája számított. A műveltség mint a kultúra meghatározó ismérve csak a 19. században, a felemelkedő polgárság státuszszimbólumának igényéből fejlődött ki.

„A »művészet« polgári elkülönülése előtt a művészetek nem kapcsolódtak szükségképpen egy művelt réteghez. Ennek megfelelően a művészetek – amennyiben szakemberek és nem laikusok művelték – nem szégyellték, hogy látványosak és vásáriak legyenek. A közönséget oda kellett csalogatni valami szokatlanul és feltűnően és úgy szórakoztatni, hogy végig ott maradjon, és a körbeadott kalap elől se térjen ki.”¹

Bármelyik értelemben véve minden kornak volt és van populáris művészete, míg a tömegművészet csak a fejlett ipari társadalmakban, bizonyos technológiai fejlettség mellett lehetséges, mivel a tömeges fogyasztásra előállított művészetet nevezik tömegművészetnek.

Ugyanakkor a tömegművészet nem határolható el a populáris művészettől, viszont az egyik alapjellemezője, hogy a tömegtermelés eszközeivel van előállítva, annak érdekében, hogy minél nagyobb tömegekhez érjen el. Ebből kifolyólag adott esetben a populáris művészet megkülönböztetődik a tömegművészettől, hiszen nem célja, hogy minél nagyobb tömegekhez jusson el. Amíg a népművészet önmagát teremti meg aktív módon, addig a tömegművészet a tömegek passzív befogadásából táplálkozik. Guy Debord spektakulumfogalma nagyon találóan határozza meg ezt a viszonyulást: „A spektakulum nem fogható fel a tömeges képterjesztési technológia kitermelte látványvilággal való visszaélésként. Sokkal inkább egyfajta Weltanschauung, amely megvalósult, anyagszerűvé vált. A spektakulum objektívalódott világlátás.”²

A reklám és a média, a tömegmédiák törekednek arra, hogy a kortárs galériák, kiállítóterek, múzeumok, művészeti események minél nagyobb közönséghez jussanak el, a tömegek számára a művészeti, kulturális szolgáltatásaikat promoválják, amelyek kéz a kézben járnak napjaink oly divatos kultúrurizmusával. Ebben az esetben nem konkrétan tömegtermelésről, hanem inkább tömegszolgáltatásról beszélünk. A social media hatására a társadalomban a virtuális tárlatokon túl nagy divatnak örvendenek a múzeumok Insta-sarkai vagy az Insta-múzeumok, a műalkotásokkal való szelfizések és azok posztolása, amelyek egyfajta státuszszimbólumként is operálnak, a látogató megértési szintjétől függetlenül. Mindez az élményszerűség, szórakoztatás³ zászlaja alatt történik, ami által a művészeti intézmények a szórakoztatóipar kulturáltabb változatává avanszálnak.

Művészeti kontextusban mindennek gyökerét a 20. század avantgárd irányzatai talán legfontosabb törekvésében találhatjuk, konkrétan abban, hogy a művészet mindenki számára elérhető legyen, ne csak az arisztokrácia számára (amely akkora már elveszítette hatalmát). Ennek a törekvésnek egyik fontos mozzanata a múzeumok és a kiállítóterek funkciójának megváltozása, a gyűjtemények mindenki számára elérhetővé tétele, tömegesítése, mai fogalommal élve: demokratizálódása.

Mind filozófiatörténeti, mind művészettörténeti, esztétikai, szociológiai szempontból a tömeg fogalma a történelem folyamán többnyire pejoratív konnotációt hordozott. Az ehhez való alapvetően negatív hozzáállás, ugyanakkor az egyén és a tömeg szembeállításuk egymással abból az elképzelésből fakad,

hogy az egyénnek a tömegben való felszívódása a felelősség, az öntudat és a dolgokhoz való kritikai hozzáállás levetkőzését vonja maga után.

Mivelhogy napjainkban a művészet demokratizálódási folyamatának nagymértékű elterjedéséről beszélhetünk, ezen fogalmak közötti minőségi különbségtétel értelmét vesztí már csak azáltal is, hogy nem illik bele a politically correct⁴ diskurzusba. Az egyenlőségeszmény hatását látja a „kommersz” elfogadtatásában Nádas Péter is: „A tömegszórakoztatás kérdése komplikáltabb. A méregpoharat először is azoknak az élő és holt alkotóknak kell kiinniuk, akik a demokratikus eszmék kiterjesztésének hajlamától úzve több évtizedes szorgos munkálkodással eltűntették a különbséget a művészi és a kommersz között. Addig hízelegtek és kedveskedtek kis közönségüknek, amíg ez elhitte, hogy eleve, születésétől fogva mindent tud, nem is érdemes senkitől semmit megtudnia. Az élet végül merő szórakozás. A világ pedig megannyi egyéni vélemény halmaza. Ha fél órán belül mindenki művész lehet, s miért ne lehetne, véleménye pedig csupán egy vélemény, akkor nézhetitek, mire mentek együtt a nagy egyenlőségi ideával.”⁵

A polgári társadalom megerősödésével egyre nagyobb teret kap a szabadidő jelenléte az emberek életében. A szabadidő, amely a tömegek számára csak a 19. és 20. században vált elérhetővé, az életminőség megváltozásához járult hozzá. Mivelhogy a szabadidő hasznos, élményszerű betöltése jelen társadalmunk egyik fő célkitűzése, a nagyközönség vagy a tömeg művészethez való viszonyulásának egyik mozgatórugóját látom benne, hiszen a kultúraturizmus egyre inkább a szabadidős tevékenység szerves részévé válik. Nagyon jó példa erre a Velencei Biennálé megalapításának zseniális előrelátása, hiszen egyik fontos célkitűzése a tömegek bevonása és ezáltal a régió gazdasági-turisztikai vonzerejének növelése. Mindez a kultúra globalizációs folyamatának és a művészet piacosításának zseniális előrevetítése, ahol a hagyományos művészeti intézmények és szerepkörök helyét a praktikum váltja fel.

A következőkben megvizsgálom a múzeumi funkció megváltozását a demokratizálódás irányába, hiszen ahhoz, hogy átláthatóbb képet kapjunk arról, hogy mi történik 21. században, úgy gondolom, pár szót ejtenem kell a múzeumi szellemiség előtörténetéről.

A „muszeion” a múzsák előcsarnokát és az elmélkedés helyét jelentette a görögöknél. Az ókori Alexandriában a múzeum kifejezést a tudományos gyűjtemények megnevezésére használták. A templomokban és szentélyekben értékes szakrális tárgyi gyűjtemények alakultak ki a történelem folyamán, mint például a kegytárgyak, ikonok, ereklyék kollekcói. Egy idő után igény alakult ki arra, hogy ezeket a szakrális tárgyakat gyűjteményként őrizték megvédés céljából.

A középkori ritkaságok, régiségek, művészi tárgyak kincstárai ugyanezt a funkciót látták el, ebből az időből rengeteg gyűjtemény vagy főként gyűjteménylisták maradtak fenn. Ugyanakkor az európai gyarmatosítók kincsmegőrző helyeit is múzeumnak nevezték. Ebben az időben a múzeumok célja csakis a védelem volt.

Ez a funkció a 18. századig alapvetően megmaradt, majd csak a 18. század második felében jelennek meg az első nyilvános múzeumok, amelyek lehetővé teszik a gyűjtemények megtekintését a nagyobb közönség számára is: a londoni British Museumot 1753-ban, majd a párizsi Louvre-t 1793-ban nyilvánították állami közgyűjteménnyé. A kasseli Museum Fridericianum királyi gyűjtemény, a világon az első múzeum célzattal készült épület volt, amely 1779-ben nyílt meg.

A múzeum mai értelemben vett jelentése (tárgyi gyűjtemény, szellemi feldolgozás, bemutató kiállítások szervezése stb.) csak a 19. században alakult ki, ami-

kor Európában elterjedtek a gyűjtemények. Ebben a korban mindent gyűjtöttek: ásványokat, érméket, pecsétet, régi okleveleket, festményeket, ritkaságokat, régiségeket. Ezek a gyűjtemények képezték nagyrészt a múzeumok alapját. Napjainkban is megmaradt a hagyományos, nemzeti múzeumok elrendezése, amelyek a gyűjtemények mellett az alkotásokat történelmi sorrendben mutatják be, az ókori, egyiptomi, afrikai stb. művészettől napjainkig.

A múzeumoknak ez a funkcióváltása annak is köszönhető, hogy Nyugat-Európában a hagyományos mecénatúra szerepét átveszi az állami támogatás, megerősödik a kultúrpolitika, és nemzeti státusszimbólummá válik a művészeti intézményrendszerek színvonala. Ennek köszönhetően jelennek meg a világhiállítások, mint például 1851-ben a londoni világhiállítás, utána Saint Louis, amelyet Párizs követett.

A hagyományos kiállítóterek – mint például a párizsi Salon – mellett megjelennek a magán- és kereskedelmi galériák, amelyek az eddig hagyományossá vált mecénatúra vagy állami támogatás mellett a polgári közönségnek biztosítottak teret a műalkotások vásárlása vagy tárlatok látogatása által. Ez a mozzanat paradigmaváltást is vont maga után, hiszen már nem a művész igazodott a megrendelő elvárásaihoz, hanem a közönség a már meglévő műalkotásokhoz. A munkák eladásának érdekében egyre hangsúlyosabbá vált a művészeti közvetítők – művészeti írók, kritikusok, galériatulajdonosok – szerepe, akiknek „propagandája”, mai szóval élve reklámja a társadalmi igények átformálására irányul a „műveltség” címszava alatt. Az állami ösztöndíjak mellett ezek a kiállítások biztosították a művészi társadalom megélhetési lehetőségét, és mivelhogy egyre több „diplomás” művész került ki az egyre inkább megerősödött főiskolákról, akadémiákról, erős konkurenciális közeg született. Ennek értelmében a tárlatok egyre zsúfoltabbá váltak, a festmények tapétaszerűen borították be a falakat, az egyre több jelentkező közül egyre több művész lett kiutasítva, főként stílári okok miatt.

Így született meg az Elutasítottak Tárlata 1860-ban, amely tárlat vízvonalzó volt mind művészettörténeti, mind művészetszociológiai szempontból. Ezt követően az 1877-ben a Durand-Ruel kereskedelmi galériában megrendezett tárlatuk⁶ szabad utat nyitott a modern és kortárs értelemben vett galériarendszerek és a „művészellenzék” csoportok kialakulásának, amelyekből majd kifejlődtek a klasszikus avantgárd izmusai.⁷ A művészetközvetítők mellett a művészek ráébredtek a reklám szerepére, amelyet főként a skandalumok által generált negatív reklámban fedeztek fel, így a botrány ezeknek az avantgárd csoportoknak⁸ az egyik fő elemévé vált. Az alternatív kiállítóterek és művészeti csoportosulások megjelenése következtében megtörik a hagyományos múzeumi gyűjteményes kiállítások monopóliuma, és a 19–20. században elterjedt és hagyományossá vált romantikus⁹ és univerzálissá¹⁰ vált múzeumi szemléletet kénytelen lesz megváltozni a 20. század végére.

Ennek értelmében a múzeum tevékenységek mai értelmezésében a gyűjtés, a megőrzés és a bemutatás hármas alapfunkciója több részfunkcióval, új múzeumi tevékenységekkel bővül. Ilyenek a múzeumi köztevékenységek, a muzeológiai tudományágak, a múzeumi anyagok szervezése, a múzeumpedagógia, a bemutatás-kiállítás új lehetőségei és technikái, a múzeumi publikációk és a dokumentálás vagy a múzeumi könyvtár fejlesztése.

A hagyományos értelemben vett gyűjtés-megőrzés-bemutatás témakörének kitágítása érdekében André Malraux megírta *A képzeletbeli múzeum* című munkáját. Abból az előfeltevésekből indult ki, hogy egy műalkotás minden esetben, amikor

más helyre van költöztetve, a hely függvényében megváltoztatja a már meglévő funkcióját, és az eredetitől eltérően teljesen más üzenetet közvetít. Ebből a szempontból égető etikai probléma vetődött fel, ami nemcsak az eredeti-másolat viszonyt tematizálta, hanem a műalkotások önkényes költöztetését is.

Malraux képzeletbeli múzeumának gondolatát elsősorban az motiválta, hogy fényképek segítségével hozza létre a világ reprezentatív művészeti gyűjteményeit. Ezen elveit több publikációban kifejtette, például *A világ szobrászatának képzeletbeli múzeuma* című, háromkötetes munkájában.¹¹ Malraux „képzeletbeli múzeuma” valójában fotóalbumok, könyvprojektek és bemutató előadások terveiből állt össze, ahol az előadások ugyanezeknek a gyűjteményeknek a verbális prezentációját kiegészítő diafilmes vetítések.

A „képzeletbeli múzeum” angol fordítása, a „museum without walls” („falak nélküli múzeum”), a múzeum értelmezésének több lehetőségét tárta fel. Ennek értelmében a múzeum tere kitágul, és bekebelezi a külvilág műtárgyait, így képebe kerülhetnek a várostér monumentális szobrai és történelmi emlékműveivel együtt az építészeti elemek is. Ebben az értelemben a képzeletbeli múzeum a kulturális gyűjtemény fogalmává bővül, amely megvalósításának egyik fontos mozgatórugója a közönség aktív jelenléte. Ebben az értelemben a gyűjtés-megőrzés-bemutató funkciója kitágul az interakció irányába a közönség vagy a minél nagyobb tömeg bevonásának igényével. A múzeumnak az élő művészet helyszínének kell lennie, nem a műtárgyak temetőjének, hiszen azáltal, hogy egy műalkotást kiragadunk eredeti környezetéből, megfosztjuk az aurájától, tárgyiasítjuk. Éppen ezért a „képzeletbeli múzeum” ötlete nem tárgyiasult emlékek tárházaként jelenik meg, hanem egy olyan gondolati tevékenység formáját ölti, amelynek mozgatója elsősorban a képzelet.

A malraux-i elképzelés az 1940-as években előremutató volt a napjaink virtuális múzeumainak és kiállítótereinek irányába. Később azonban sok bírálója akadt, hiszen sokan úgy vélték, hogy ez elképzelhetetlen, mivel a fényképes megjelenítés és reprodukálás során elvész a múzeumi tárgyak érzékelhető formáinak és dimenzióinak minősége, bár a technikai reprodukálhatóság megjelenésének első sokkhatása után és a digitális médiumok fejlődése által napjaink művészeti felfogásában és elfogadásában ez már nem okoz feltétlenül gondot. Ettől függetlenül napjainkban is sokan negatívan viszonyulnak a digitális platformokon történő információközvetítéshez. A malraux-i képzeletbeli múzeum ötletét rengeteg művész kamatoztatta saját munkájában annak érdekében, hogy a digitális médiumok interaktív lehetőségei által a közönséggel közvetlenebb viszonyt tudjanak kialakítani.

Így például Tjebbe van Tijen, tovább bővítve a malraux-i „képzeletbeli múzeum” fogalmát, kifejtette, hogy a múzeum mint képi emlékezet elsősorban a képzeletünkben van. Nem a képek passzív tárházaként látja, mint egy fényképgyűjteményt, hanem a képzelet aktív szerepére fókuszál. Ezáltal az emlékképeink és az értelmezéseink között létrejövő keresztkapcsolásokban és jelentésképzésekben a képek teljes mértékben szubjektív konnotációkat nyernek. Ennek értelmében az Amszterdamban élő képzőművész a kollektív memória és archíválás tematikával számos munkát és interaktív installációt készít. Mindezt megelőlegezően már 1965–1968 között rengeteg happeninget, szalagtekercset és vetített előadást hoz létre ebben a témakörben, ugyanakkor megalapítja és jelenleg is kurátora a Documentation Center of Social Movements at the University Library of Amsterdam központnak.

Ugyanakkor a számítógépes technológia fejlődése által létrejönnek az interaktív adatbankok is, amelyek a statikus adatbankok és archívumok interaktív formáiként lehetővé tették az interaktív beavatkozást és az asszociatív jelentésképzés szabadabb formáját is. A hiperlinkek, a különböző ablakok és átjárások segítségével rálátás nyílik más tartalmakra is, így akár egy interaktív viszony is kialakulhat a néző és az alkotás között.

Ennek a lehetőségét használják ki Tjeppe Van Tijen digitális szalagtekercei, amelyeket úgy is felfoghatunk, mint többrétegű kollázsokat. A digitális szalagkollázsokon „az emlékezet emblematisz tárgyainak és eseményeinek képmásai rétegződnek egymásra: régi, megfakult fényképek, kódexek, szerszámok, szimbolikus jelek, kordokumentumok és pecsétek, tapéták és események képei. Ez a fényképekből és szövegekből álló többrétegű kontingenst görgethetjük a számítógép kezelőfelületén megjelenő horizontális sávban, és bármikor élhetünk a kontingens rétegek közötti átkapcsolással, a képszalag virtuális tekercesével, negatív visszajátzásával. Tetszés szerint kiemelhetünk részleteket egy jó felbontásban, és az asszociatív kapcsolatok révén új jelentéseket képezhetünk.”^{12, 13}

A virtuális terek egyre inkább lehetővé tették az interaktív művészeti munkák létrejöttét. Ilyen például Jeffrey Shaw médiaművész *Legible City*¹⁴ című alkotása, amelyben felépített egy virtuális várost, ahol a néző ebben a betűvárosban biciklizik. A kerékpárral neki lehet hajtani akár a falnak is, mert nem üti meg magát, hanem átcsúszik rajta. Egy interjúban a művész elmondta, hogy egyszer egy olasz városban, egy templomban állította ki a munkáját. A nézők biciklivel mentek a kiállításra, nekitámasztották a bringákat a templom falának, a kiállítás során pedig folytatták a kerékpározást a virtuális térben. Miután megtekintették a kiállítást, felültek a saját biciklijükre, és hazahajtottak. A művész pedig nézte, hogyan pedáloznak hazafelé, miközben azon aggódott, nehogy behajtsanak egy valós falba. Ebben a pillanatban tudatosult benne is az a tény, hogy a virtuális és a valóságos bringázás közötti különbség csak fokozati.

Végezetül – bár lehetne még sorolni – megemlítem Antoni Muntadas *The File Room* (Az irattár, 1994) című internetes munkáját, amelyben a művész megalakította a cenzúra múzeumát, és amely egyúttal online adatbank és installáció. Arról a hatalmi erőszakról szól, amely szubjektív, morális és politikai megfontolások alapján kulturális termékeket (szavak, hangok, képek) zár el a nyilvánosság elől. A látogatók új cenzúraeseteket adhatnak az adatbázishoz egy egyszerű internetes űrlap kitöltésével. A Chicagóban található installáció korai emblémája annak a fent említett digitális adatbázisnak, amely azóta hatalmasra duzzadt az interneten.

Ezek a „műzeumi” törekvések a közönséggel való interakció, párbeszéd megvalósításának célját tűzik ki maguk elé, viszont ugyanolyan fontos ebben a kontextusban megemlíteni a művészeknek azt a gesztusát is, amelyben elhagyják a kiállítótereket, kivonulnak a szabadba, ugyancsak a közönséggel való párbeszéd megteremtése végett. A 60-as, 70-es években bontakozik ki Nyugat-Európában a body art műfaja, amely magában foglalja a happeninget és a performanszt. Közös előfeltevés, hogy az emberi test válik a műalkotás médiumává, amely már nem kötődik a galériák teréhez, a produkció a szabadban bárhol véghez vihető, egyszeri, megismételhetetlen, és a közönség bevonásával történik meg.

Mondhatni ezek a – közönség felé forduló – jó szándékú művészeti gesztusok a 60-as évek végére kiüresedtek, anélkül, hogy az élet és művészet közötti határok lebontásának célját valóban elérték volna. Ebben a periódusban lép színre

az a stílusirányzat, amely ebből a szempontból gyökeres változást hoz: a pop-art. Témaválasztásával, a hétköznapi életből vett tárgyaival, erőteljes zenei kötöttségével¹⁵ sikerült megteremtenie azt a kapcsolatot a tömeggel, amelyet eddig még egyetlen stílusirányzatnak sem. A pop-art művészei azok, akik felismerik és egyre tudatosabban használják a reklám erejét a vizuális kommunikációban. Andy Warhol híres kijelentése, miszerint mindenki lehet sztár, egyre igazabbnak és megvalósíthatóbbnak tűnik ebben a világban. A sztárság viszont tömeget feltételez. A sztárművész tipológiája ekkor erősödik meg, bár ennek előzményei már Salvador Dali életstílusában is fellelhetőek. Az élet és a művészet határainak eltörlése a reklám, a sztárság segítségével végre valóra válik.

Ez a tendencia megmarad a posztmodern művészetében, és az új szenszibilizmus művészete esetében már nem beszélhetünk „alacsony” és „magas” művészetről – a posztmodern pedig egyértelműen kezdi felvállalni a modernizmus elitizmusával szembeni ellenreakcióját. Andreas Huysen amerikai kritikus egyértelműen hangsúlyozza, hogy a posztmodern egyik legfontosabb törekvése a magas- és a tömegművészet közötti határok lebontása. A digitális technika fejlődése is nagymértékben hozzájárul ehhez a törekvéshez, a tömegkommunikáció pedig a kultúra fogyasztásához.

A tömegkommunikációban egybeolvad a magas és a mély, az elit és a populáris, így mindinkább értelmüket veszítik ezek a viszonyfogalmak. Benne a reklám csodálatos otthonra talál, és megjelennek a social media új sztárjai, az influenszerek.

A YouTube-videók, Insta-szelfik az üzenetükben hűségnyilatkozatot tesznek bizonyos márka, termék vagy szolgáltatás mellett. Napjainkban a user generated content¹⁶ mint a márkaépítés eleme egyre inkább a fiatalabb generációk közkedvelt kifejezőeszközévé válik. Ebben a szegmensben válik érdekessé a az Instagram és a TikTok, alapvetően a fiatalabb generációk kommunikációs felületei, amelyek potenciálját kihasználva a kortárs művészeti galériák, múzeumok, művészeti események egyre nagyobb tömeghez, közönséghez jutnak el.

Ennek a fajta kommunikációs felületnek a tágulása új múzeumtevékenységi stratégiák fejlesztésének ad lehetőséget, amelyek egyre sikeresebb módjaivá válnak a tömegek és főként a fiatalok megszólításának. Általuk összekapcsolják a kultúrát a szabadidős tevékenységekkel (jó példa erre a TikTokon és Instagramon létező edutainment és a fun-fact jelensége). Nyilván a Covid-járvány is nagyban hozzájárult a művészeti intézmények digitális kommunikációs tereinek a kitágításához és a tömegek elérésének új lehetőségeihez, mivelhogy ez a fajta új, virtuális valóság csakis a digitális kommunikációban és médiamarketingben tud kiteljesedni.

Végezetül fontosnak tartom megemlíteni a mesterséges intelligencia által generálható képi tartalmakat, amelyek új kihívások elé állítják mind a művészeket, mind a közönséget. Az egyre gyakrabban felbukkanó szerzői jogi botrányok, illetve annak a felismerése, hogy egy új világ kezdetének vagyunk a tanúi, megosztja mind a művész-, mind a „fogyasztó” társadalmat. Hogy milyen változásokat hoz mindez a jövőben, egyelőre nem tudni. Ami engem illet, kíváncsian várom a fejleményeket.

■ JEGYZETEK

1. Steinert, Heinz: *Kulturindustrie*. Westfälisches Dampfboot, Münster, 1998. 119. Idézi: Olay Csaba: *Művészet és tömegkultúra: Frankfurti Iskola, Arendt és a következmények*. https://real-d.mtak.hu/1311/7/dc_1785_20_doktori_mu.pdf

2. Guy Debord: *A spektakulum társadalma*. Balassi Kiadó – BAE Tartóshullám, Bp., 2006.
3. Jelen tanulmány nem törekszik arra, hogy kitérjen a művészet és szórakoztatás fogalmainak meghatározásaira. A 20. században ezeket főként a tömegkultúrára vonatkozó elméletek tárgyalják, amelyek a szórakoztatóipar égisze alatt a magas és a populáris művészet közé egyenlőséget tesznek.
4. Ez a fogalom ugyancsak a demokratizálódási folyamat lényeges eleme.
5. Nadas Péter: *Ami mellette szól, s ami ellene*. Élet és Irodalom, 2013. szeptember 13. 4.
6. Impresszionisták.
7. Ezt követően az 1856-ban alapított és a Champs Elysées-n álló Iparpalotában rendezett hivatalos Salonból 1889-ben különvált a Nemzeti Képzőművészeti Társaság (Société Nationale des Beaux-Arts), amely a Champs de Marson, a Szépművészetek Palotájában állított ki. Budapesten a Nemzeti Szalon (1894) a Műcsarnoktól, illetve az Országos Képzőművészeti Társulattól próbált függetlenné válni.
8. A csoportokba szerveződés a stílusirányzat jegye alatt a mai értelemben vett trademark szerepét is játszotta.
9. Főként a népi, historizáló emléktárgyak kiállítása.
10. A nemzeti kultúrát egy teljes és klasszikus műveltség részeként tárgyalva, a nemzeti értékeket az európai kultúr hagyatéék függvényében mutatja be.
11. André Malraux: *Le Musée imaginaire de la sculpture mondiale – Des bas-reliefs aux grottes sacrées – Le monde chrétien*. Gallimard, 1952.
12. Antik Sándor: *A memória szemantikus értelmezései és metaforikus képei a művészetben*. DLA értekezés, Magyar Képzőművészeti Egyetem Doktori Iskola, 2008.
13. Tjebbe van Tijen – Fred Gales: *Neosámánizmus, interaktív képpergető dob*. Multimédia-installáció. Tokió, 1997–1998.
14. Jeffrey Shaw: *Legible City*. Responsive Environment 1988–1991. Komputergrafika installáció.
15. Például Andy Warhol kapcsolata a Velvet Undergroundal.
16. Felhasználók által gyártott tartalom.

