

Képernyő-esztétika

A 21. század esztéticizmusa

Barts Livia

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Tervezőgrafika szak, BA végzett

Konzulens:

Tillmann József A., egyetemi tanár

Tartalom

A művészet vége	1
A múzeum halála	2
A tárgy mint szimbólum - Esztétikai szükségletek.....	4
Párhuzamok – művészet és design, „tanítás és gyönyörködtetés”, morál és esztétikum, művészet és élet	6
A design, a digitális, a virtuális.....	8
Tapasztalat és interface, interface mint tapasztalat	9
Képernyő-esztétika	12
Esztéticizmus	13
Kultusz	14
<i>Irodalom</i>	17

Az alábbi dolgozat a képernyő-esztétika fogalmát kívánja meghatározni a mai vizuális kultúrában a művészet és a design párhuzamos fejlődésének elemzésén keresztül. A fogalom, úgy is, mint jelenség kialakulását olyan kultúrtörténeti folyamatok eredményezték, mint a művészet mediális, intézményi és definíciós változásai, illetve válsága; a fogyasztói társadalom és ezzel párhuzamosan a mai design-fogalom kialakulása; a digitális kor adta képalkotási lehetőségek; illetve a piac és a kultusz összefonódása. Ezen folyamatok egymásra hatásának eredményeképpen egy erősen esztétizált és a fizikai valóságtól eltávolodott vizuális kultúra jöhetett létre. Ennek a vizualitásnak a tulajdonságait, kialakulásának okait, illetve következményeit kísérelem meg végigkövetni a következőkben.

A művészet vége

A második világháborút követő évtizedek a művészetek területén is lényeges fordulatot hoztak. Ez azonban nem pusztán új irányzatok és technikák megjelenését jelenti, hanem egy ennél jóval mélyebb változást jelez. Az ötvenes és főként a hatvanas évek alkotásait nézve egyre nehezebbé válik a művészettörténetben jól megszokott kérdések mentén meghatározni, hogy mit is tekinthetünk művészeti alkotásnak. Egyre inkább úgy tűnik, hogy a műalkotások kilépnek az „eredetiség”, a „szerzőiség”, a „megismételhetetlenség” vagy az esztétikum bűvköréből, sőt meg is haladják azt, szükségletlenné, de legalábbis majdnem lehetetlenné téve a művészeti alkotás fizikai szempontok szerint való körülírását.

A. C. Danto Andy Warhol *Brillo Box* installációját határozza meg, mint szimbolikus fordulópontot.¹ Az 1964 áprilisában, a new-yorki Stable Gallery-ben kiállított dobozok, melyeket bár Warhol állított elő, tökéletes hasonmásai egy közönséges, bármelyik boltban megtalálható mosópornak. Vagyis szemmel láthatólag semmilyen fizikai különbség nincs a két tárgy között. Ez pedig súlyos akadályt jelent a Platón-féle ideatan többlépcsős mimézisén alapuló klasszikus műértelmezés számára, még akkor is, ha például a Dadában már találkozunk a ready-made jelenségével, ahol

¹ A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 35. old.

kontextusváltás, némi módosítás, vagy egy aláírás révén művészeti objektummá avanzsál egy hétköznapi tárgy. Ez a gesztus azonban hiába fricska az akadémikus, illetve a mimetikus művészet felé, még belül marad az egyediség arisztokratikus meghatározásán, es nem veti el annak igényét, hogy egy tárgyat művészeti alkotássá deklaráljon.

Ugyan a modernista irányzatok megkérdőjelezték az akadémizmus hagyományait, még mindig az „igazi” vagy „igazibb” művészet kizáró fogalomrendszerében működtek tovább. Viszont a Modernizmus, a Manifesztumok Kora beemelt a művészetbe egy igen fontos pontot: a filozófiát.² Tehát azt, hogy egy művészeti alkotást nem csak formai, hanem filozófiai alapon határoz vagy ítél meg. A hatvanas évekkel, es például a *Brillo Box*-szal, a formai követelmény gyakorlatilag megszűnik, hiszen onnantól kezdve, hogy egy művészeti alkotás bármilyen formát ölthet, a különbség, a kritikus pont tisztán filozófiai. Amennyiben pedig egy műalkotás kinézhet bárhogyan, sőt, lehet bármi, úgy lehetővé válik bármilyen stílus, művészeti eszköztár, referencia választása, és nincs szükséges irány, amely felé a művészet haladna. Eszerint úgyszintén végképp feleslegessé válik bármilyen esztétikai vagy stilisztikai értékelés, de legalábbis a művészettörténetben megszilárdult esztétikai fogalomrendszer alkalmazhatósági hatálya meginog. Alapjában véve tehát ezzel a fordulattal a művészet kilép a hegei lineáris történet-rendszerből es történelem utánivá lesz. Danto ezt határozza meg mint a művészet, mint a művészettörténet végét. Innentől nincs szükséges lépés, nincs egy előremutató nagy narratíva, csupán lehetséges választások párhuzamosai.³

A múzeum halála

A művészetek – csak úgy, mint minden civilizációs folyamat – történetében lényeges szerepet kap a rendszer és a kritériumok kialakítása, az intézmények működése. A művészet intézményei határozott hierarchiával és elméletrendszerrel

² A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 28. old.

³ Uo, 124. old., 140. old.

épültek ki, hagyományok és szabályok mentén szerveződtek, működtek és változtak, és egy igen feszes keretet képeztek a művészet körül. A 19. század közepére az arisztokrácia szalonjai helyébe a múzeumok kerültek, és a művészet patronálási rendszere is nyíltabb területekre, piacra lépett.⁴ Így kiépült egy igen erős rendszer, melynek a múzeumok, iskolák, galériák, kritikusok, elméletírók és gyűjtők alappilléreivé váltak.

Ezen belül is érdekes a múzeumok kérdése, hiszen egy intézmény, amely egy adott nemzet, illetve kultúra termelt vagy szerzett kulturális kincseit hivatott megosztani a nagyközönséggel, határozott politikai tartalommal bír.⁵ A kultúra tulajdon és érték, birtoklása az uralkodó osztály kiváltsága, jobban mondva a művészet birtoklása a nemesség, és így a hatalom definíciójának része. Ezen győzelmi kincsek közszemlére tétele pedig e tulajdon szimbolikus megosztása. A részvétel az intézményben, a művészet birtoklása vagy szimbolikus birtoklása a „legitim kultúrába”⁶ való belépést jelenti, vagy legalábbis látszik jelenteni. Mindenesetre ez a gesztus, amit egy múzeum magában hordoz, feltételezi a „kincs” meglétét, különbségét a „többtől” – sőt, ennél tovább megy, hiszen meg is határozza azt: válogat, kanonizál, és kizár.

Ha azonban a művészet mint történet véget ér, és nem definiálható egy általános narratíva, úgy a szelekció is válságba kerül. Vagy a másik oldalról: ha párhuzamos választások lehetségesek, nincs jobb vagy rosszabb, igazabb vagy kevésbé igaz művészet sem, tehát a narratíva és a kritériumrendszer jószerén inkább önkényes, mint bárhogyan megalapozott. És nem véletlen, hogy a hatvanas, hetvenes évek posztmodern gondolkodói nem az „igaz” és a „hamis” éteri dichotómiája, hanem a „hatalom” és az „elnyomás” változó rendszerei mentén definiálták a kulturális

⁴ A folyamat részletezése ugyan nem fér a dolgozat kereteibe, de lásd például L. Calé és M. Myrone leírását a művészet demokratizálódási folyamatáról a 19. sz. elején, ahogy az arisztokrácia helyett a kereskedelem, a tőke kezdi meghatározni a művészet patronálását; egy új, polgári mecénás réteggel, a művészeti újságírás kialakulásával, éves kiállításokkal stb.

Luisa Calé (2006): *Fuseli's Milton Gallery – Turning Readers into Spectators* (Oxford: Clarendon Press), 17-27. old. M. Myrone és C. Frayling és M. Warner (2006): *Gothic Nightmares – Fuseli, Blake, and the Romantic Imagination* (London: Tate Publishing), 34-35. old.

⁵ A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 146. old.

⁶ Pierre Bourdieu: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Introduction), web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu1.pdf, 2011. november 15.

intézményrendszert is, elutasítván azt a konzervatív és kizáró narratívát, amit az kiépített.⁷

A posztmodern művészet pedig egyre kevésbé fért bele, illetve akart beleférni ebbe a rendszerbe. Egyrészt azért sem, mert vagy lényegileg nem materiális tárgyakból állt vagy reprodukciós eljárások⁸ szülötte volt, és így nem fért sem a „kincsek” gyűjtésének és elzárásának gyakorlatába, sem az egyediségre és megismételhetetlenségre épülő klasszikus narratívába. Így, ha mást nem, nehezen gyűjthetővé és kiállíthatóvá vált.

A status quo leginkább konzervatív, és így igen sok posztmodern kritikus által kárhoztatott továbbvivője a festészet maradt, melynek ellenében a fotográfia kapott egyre nagyobb hangsúlyt, amely a festészettel szemben lényegileg elveti az egyediség fogalmát.⁹ Szintén érdekes viszont a fotográfia helyzete a múzeumok rendszerében, hiszen egy reprodukált tárgy múzeumi keretekbe vonása eleve feltételezi a konzervatív rend megbontását (hiszen miért is az a kiállított „Egy”), de egyben a kívül maradó megszélesítését is. Mindenesetre a fotográfia felemelkedése önmagában is kikezdte a múzeumot mint egy bizonyos politika bástyáját.¹⁰

A tárgy mint szimbólum - Esztétikai szükségletek

Az intézményi struktúrák mindeközben tulajdonképpen kényelmesek, és egy jól összehangolt háttérként működnek a viszonyok megteremtéséhez. Amíg egy rendszer szilárdan fennáll, viszonyítási pont lesz; és akár a rendszeren *belül*, akár azon *kívül*, de mindennek megvan a maga helye hozzá *képest*. Ez alkotja végeredményben a legitim kultúra keretrendszerét, és teszi lehetővé annak megszilárdítását és továbbadását viszonylag nagy tömegek számára. És nem pusztán a múzeumok falainak

⁷ A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 145. old.

⁸ Walter Benjamin: A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában, frankfurt.tek.bke.hu/media/szoveg/benjamin_sokszorosit.htm, 2011.10.29.

⁹ Irving Sandler (1998): *Art of the Postmodern Era: from the late 1960s to the early 1990s* (New York: HarperCollins Publishers), 335. old.

¹⁰ A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 144. old.

szelekciós paradigmája ez, hanem például az iskolák követelményrendszere is, amely azokat favorizálja, akik hozzáféréssel rendelkeznek a válogatott kulturális javakhoz. A kód pedig, amely mentén a diskurzusba illesztés és illeszkedés történik, olyan szimbolikus jelentéseket rögzít, melyek például egy kulturális tárgy birtoklásának presztízs-értékét definiálják.¹¹

Azonban amint a struktúra meginog, nehezen körülhatárolhatóvá válik, vagy veszít erejéből, úgy definíciói is elhomályosodnak. Ha pedig az olyan dichotómiák, mint a *magas-alacsony*, *legitim-kívülálló*, *jó-rossz* meginognak (mint ahogy ez a posztmodernnel történt), és ha többé már nem kapcsolhatóak egyszerűen egy intézményrendszer világos határaihoz (akar a szó legszorosabb értelmében véve a múzeum falaihoz), akkor a kiigazodás roppant energiát, tájékozottságot és információt követel, és az a bizonyos „presztízs” is referenciapontját veszti.

Emellett a kulturális, vagy szűkebb értelemben vett művészeti tárgyak birtoklása általában esztétikai értékkel bíró tárgyak birtoklását jelenti. És bár a favorizált esztétikai érték lényege vagy fajtája változó, mindig is jól definiálható volt egy adott korban és kultúrában. Ha azonban a művészeti tárgy többé nem fizikai, stilisztikai vagy esztétikai tulajdonságai szerint különül el, ha elveszti materiális szükségszerűségeit és lényege pusztán filozófiai, akkor az „esztétikai érték” fogalma is értelmetlenné válik.

Azzal, hogy mind az intézményi, mind a fogalmi, mind pedig a tárgyi feltételek biztonsági halója meggyengült, velük együtt a megszokott kulturális hierarchia és a benne hordozott szimbolikus presztízsérték is nehezen meghatározhatóvá vált. Ez azonban közel sem járt együtt a presztízs igényének vagy az esztétikum birtoklásának igényének elvesztésével.

¹¹ Pierre Bourdieu: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Introduction), web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu1.pdf, 2011.november 15.

Párhuzamok – művészet és design, „tanítás és gyönyörködtetés”, morál és esztétikum, művészet és élet

Amennyiben a „művészeti alkotás” többé nem „műtárgy”, hanem sokkal inkább egy kijelentés vagy cselekedet, úgy az „élet” kiterjesztése lesz, a szó hétköznapi értelmében. Elmozdul abból az elefántcsonttoronyból, amely évszázadokon át őrizte, és a hétköznapi terekbe lép. Becsben tartott tárgyak helyett koncepciókon alapul, passzív és statikus helyett aktív és egyre inkább interaktív helyzeteket teremt, és végeredményben a társadalomba szövődik az arisztokratikus kiemeltség helyett.

Mindez persze közel sem független a történelmi helyzettől, helyzetektől, melyek ezt a folyamatot keretezték a második világháború után, illetve azóta. Az Egyesült Államokban jelentkezik legkorábban a változás, mind gazdaságilag, mind ezzel egybefonódva kulturálisan. Azzal egy időben, hogy a művészet meghatározottsága filozófiává kezd válni, az úgynevezett fogyasztói társadalom is kialakul, saját vizuális kultúrájával, és az abból lepárolt saját ikonjaival. Mindezek sorban a művészet referenciapontjaivá, sőt részévé is válnak.¹² A Pop Art, a Camp és a giccs jelenségei teljes természetességgel sűrítik magukba ezt a kultúrát, amivel többek között végképp irrelevánssá teszik a „magas művészet” elkülönítését, és végeredményben leszámolnak a (hierarchiában és intézményekben gyökerező) arisztokráciával is.

A fogyasztói társadalom berendezkedése új preferenciákat is jelent. Több tőkével több igény jelentkezik, mely szélesebb választékot követel, mely még több fogyasztót vonz, még több tőkét halmoz fel stb. Ahhoz azonban, hogy a körforgás megmaradjon, azaz, hogy az emberek tovább vásároljanak, igen jó indok kell. Ez pedig maga a design – és a „legújabb divat” eszménye.

A presztízs kimutatásának igénye állandó, és mindenképpen megköveteli, hogy valamilyen tárgy, valamilyen kézzelfogható és meg is mutatható tárgy magában hordozza azt a szimbolikus értéket (minőséget, esztétikumot, hatalmat stb.), amin a presztízs alapul, és amelyet így magáénak tudhat a tárgy birtokosa. Azonban művészeti alkotásokkal egyre nehezebben kielégíthető ez az igény. Egyrészt mivel az intézményi

¹² A.C. Danto (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* (Princeton, N.J.: Princeton University Press), 128-130. old.

meghatározottság meginog, illetve a múzeumon kívüli és a „stúdió utáni” művészet, a konceptuális vagy az akcióművészet igen nehezen megközelíthető, és csak kevesek számára látható és érthető igazán.¹³ Másrészt mivel a birtokolható *tárgy* többnyire megszűnik, zavarba ejtő formát ölt, vagy legalábbis nem „kompakt”, nem rakható ki a falra, mint egy Picasso egy Monet vagy egy Renoir. A design-termék azonban könnyen és igen készségesen veszi át a presztízs szimbolizálásának ezt a szerepét. Ráadásul a design-termék, vele együtt tehát ez a presztízs is, egy lényegesen szélesebb társadalmi réteg számára elérhető.

Felmerülnek azonban olyan kényes kérdések, hogy a design-tárgy hordoz-e a presztízs szimbolizálásán túl más jelentést is; hogy van-e az esztétikain kívül más értéke is; kell-e lennie; illetve hogy mennyiben „művészet” a design. Mindezek erősen emlékeztetnek a „forma” és a „tartalom” fogalompárt körülvevő folytonos diskurzusra, mely hol az egyiket, hol a másikat tekintette mérvadónak a művészeti érték meghatározásában. Ugyanakkor ez a kettősség is megkérdőjeleződik a posztmodern dekonstrukcióval, bár megszabadulni tőle nehéz.¹⁴ Mindenesetre e fogalompár mentén megkockáztatom, hogy a design-termék alapvetően az esztétikum, a forma, a felszín felé orientálódik, és nem hordoz, nem is kíván hordozni semmilyen „politikai” tartalmat (leszámítva például a napjainkban szinte kötelezővé váló öko-tudatosságot vagy akadálymentesítést). És mivel egyrészt a Pop Art és a posztmodern megszünteti az arisztokratikus „magas kultúra” elsőbbségét, és ugyanannak a fogyasztói társadalomnak az ikonjait veszi be a művészetbe, aminek a szülötte a design; másrészt pedig mivel a múzeumon kívüli művészet egyre kevésbé megközelíthető – a látható esztétikai (művészeti vagy design) termékek általánosan egy vizuális banalizáción, pontosabban „depolitizálódáson” mennek keresztül. Mindez ugyan nem egy minőségbeli negatívum, de mindenképpen egy mentalitásbeli változás. Hiszen egy olyan irányt feltételez, ahol a minket körülvevő tárgyak lényegében csupán esztétikai, formai játékok és divatok, mégis rendelkeznek egy nagyon erős szimbolikus jelentéssel: a presztízs-értékkel.

¹³ Irving Sandler (1998): *Art of the Postmodern Era: from the late 1960s to the early 1990s* (New York: HarperCollins Publishers), 354. old.

¹⁴ Susan Sontag (2009): *On Style*, in. *Against Interpretations and Other Essays* (London: Penguin), 20. old.

A design, a digitális, a virtuális

A design-termék alapvetően szabad volt a művészeti diskurzusokat terhelő olyan fogalmaktól, mint „egyediség” és „reprodukció”, hiszen eredendően sokszorosított fogyasztói termékeket jelentett. Viszont az a hihetetlen kreatív szabadság, amit engedett, sőt követelt, hamar túllépett a funkcionalitást kielégíteni kívánó kreativitáson, és így a design maga is egyfajta művészet lett, még ha ez elsősorban az esztétikai tökéletesítést, ízlést és ízlésformálást jelentette is. (Még akkor is, ha az esetek többségében volt és van megoldandó kiindulási probléma, a rá adott válasz általában esztétikai fókuszú)

És bár az alkalmazott- vagy iparművészet már évszázadok óta létezik, a maga történetével, evolúciójával, sőt divatjaival, az, amit ma „design”-nak nevezünk, lényegileg különbözik, például mert a presztízs, amit szimbolizál, éppen hogy nem értékállóságában, hanem folyamatos változtatásában és lecserélésében rejlik.

Végeredményben a design-tárgy egyfajta fétissé, egy erősen esztétizált fétissé válik. És ami kezdetben elérhető volt majdnem mindenki számára, differenciálódni kezd, és kitermeli saját magas kultúráját (talán nem is meglepő módon átvéve a művészetből eredő megkülönböztetést), és ezzel együtt egy erős esztéticizmust (sznobizmust?) is szül.

A digitális korba való átlépéssel a „reprodukció” fogalma végképp értelmét veszti, ami nem csak a művészetre, de a design-ra is erős hatással van. Egy „design” nem önmagában álló tárgy, hanem részét képezi *minden egyes* megjelenése, és mivel soha nem szorult a művészetet sújtó, egyediségen alapuló intézményi keretek közé, a digitális kor hozta lehetőség a vírus-szerű terjeszkedésre előnyére válik, és kihasználja azt. A digitális design pedig nem „a design megjelenése digitális formában”, hanem sokkal inkább egy teljesen új világ teljesen új design-ja, legyen szó tárgyról vagy magáról a technikai kommunikációról. Jobban mondva nem csupán az eszköztára változott meg, hanem maga a design is, és jószerén virtualitások kialakítása felé mozdult, melyek kapcsolata a fizikai valósággal lényegileg különbözik a klasszikus kép-dolog viszonytól. És mivel az úgymond funkcionális design a display-ek és interface-ek

területén is hamar megoldottá vált (válik), a figyelem az esztétikai kidolgozás, az esztétikai élmény, az elvonatkoztatás felé fordul, mígnem a virtuális térben maga az élmény válik esztétizálttá.

Tapasztalat és interface, interface mint tapasztalat

Habár a technológiai médiumok, a digitális, illetve virtuális kommunikációs felületek látszólag elsősorban technikai újítások, melyek a kommunikációt gyorsabbá, hatékonyabbá, látványosabbá tehetik, jelentőségük főként mégsem ebben áll. A médium maga, annak szerkezete és működésmódja meghatározza magát a benne, vagy rajta keresztül folyó kommunikációt, a kommunikáció tartalmának konstrukcióját, és így végeredményben magát a tartalmat is.¹⁵ Ezek a kommunikációs hálózatok tehát nem egyszerűen szimbolikus tartalmakat és információkötegeket közvetítenek egyének között, akiknek egymáshoz való kapcsolata ezen kívül változatlan. Maga a kommunikációs média alapjaiban változtatja meg a társadalom időbeli és térbeli érzékelését.¹⁶

A ma már elterjedt displayek, interface-ek, az internetes társadalmi hálózatok (illetve mindezek folyamatos és egyre szorosabb egymásba fonódása) egyfelől nyilván működnek úgy is, mint platformok az információ, és ezen belül a tapasztalatok megosztására és rögzítésére, de ez a funkciójuk a folytonos belső visszacsatolás révén át is alakult. Rövid idő alatt ezek az interface-ek maguk váltak a tapasztalat részeivé, kialakítva egy olyan diskurzust, melyben a tartalmak gyökere, referenciája lényegileg különbözik attól, amit úgy mond „hagyományos” tapasztalatnak nevezhetünk. Ilyenformán a tartalmak lefejtődtek a fizikai térről, nem szükségszerűen kapcsolódnak hozzá, még ha fogalomrendszerük hasonló is. A „tér” fogalma például áthelyezve egy virtuális rendszerbe csupán egy metafora, ami nagymértékben különbözik attól, ahogy a fizikai térben egy helyszínen, a gravitáció révén a földhöz kötve, egy meghatározott horizontot látva tapasztalunk, mégis, amint ez a tér, és benne az objektumok

¹⁵ Marshall McLuhan (1997): *Myth and Mass Media*, in *Media Research: Technology, Art, Communication* (Amsterdam [etc.] : G+B Arts International), 5-6. old.

¹⁶ John B. Thompson (1995): *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media* (Cambridge: Polity), 4. old.

megjelennek, a saját rendszerükben éppúgy érvényes rájuk ok és okozat törvénye - bármily különböző is ez a fizikai terekétől.¹⁷ Ezzel jelenlétük, és jelentőségük kikerülhetetlen, és bár lehet, eredetileg csupán szórakoztatásul épültek a fizikai terek mellé, bizonyos értelemben fölértek.

Ahogy Guy Debord az árucikkek kapcsán levezeti, a valóság helyettesítődik saját képeivel.¹⁸ Amikor az áru, a fizikai tárgy megléte látszólag garantált, a figyelem a tárgyra mint jelre kerül át, ami szimbolikus tartalmat a reklám hivatott leírni és közvetíteni, mígnem maga a reklám, a kép válik áruvá és valósággá. Ebből kiindulva pedig az internetes interface-ek nem csupán tárgyakat, hanem individuumokat, társadalmi kapcsolatokat hoznak hasonló helyzetbe, szimbólumokként kapcsolva őket egymáshoz, sokszoros belső (virtuális), és egyben külső (fizikai) referenciákkal, mígnem a kettő elválasztása zavarba ejtően bonyolult, és beáll a hiperrealitás problémája¹⁹.

A virtuális tér viszonya a valós térhez pedig éppen annak a posztmodern fordulatnak a megvalósulása, ami a kulturális intézményrendszert is kivonja az igaz-hamis dualizmusból, helyette egy folyamatosan változó, szinte szubjektív hatalmi rendszerként értelmezve azt. Sőt, a *forma* és a *tartalom* kényelmes elválaszthatóságának megszűnése, a formalista esztétika konzervatívvá minősítése is ugyanehhez a problémához kapcsolódik. Hiszen végeredményben mindkettő a reprezentáció kérdését érinti, azaz azt, hogy van-e egy *valódi* és egy *másolat*, egy *lényeg* és egy *burok*, és hogy mi határozza meg a kettő különbségét. Más szóval, hogy van-e valami, ami meghatározza, és számít-e ez egyáltalán. A virtualításban az igaz-hamis, az idea-mimézis, a tartalom-forma és a dolog-jel elkülönítés meginog, és többé nem a reprezentáció különböző formáival állunk szemben, hanem a szimulációval.²⁰ Ahogy Baudrillard írja, a szimuláció nem *képe* a valóságnak, hanem a helyébe lép, nincs

¹⁷ Margaret Morse (1998): *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture* (Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press), 178. old.

¹⁸ Guy Debord és Ken Knabb: *Society of the Spectacle*, books.google.es/books?id=yBB4f_dQ3rIC&pg=PA18&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false, 2011.november 29.

¹⁹ Jean Baudrillard: *Simulacra and Simulations*, www.egs.edu/faculty/jean-baudrillard/articles/simulacra-and-simulations/, 2011.november 29.

²⁰ Uo.

szüksége rá, referenciái önmagára mutatnak, nincs dolog és képe, csak a szimuláció van.

Tehát hasonlóan ahhoz, ahogyan a korábban említett legitim kultúra megközelítése is csak egy bizonyos kódrendszer (pl. iskola) ismeretében lehetséges, úgy a virtuális rendszerek referenciális tere sem magától értetődő, hiszen bármennyire is kapcsolódik, kapcsolódott a fizikai térhez, leválik arról, és túllép rajta, egy új vizuális kultúrát körvonalazva.

Ezzel együtt a virtuális tereknek megvan az a nagy előnye és vonzereje, hogy változtathatóak, hogy reagálnak a saját beavatkozásunkra. És valószínűleg ez, nem pedig a fizikai tárgyak vagy terek imitációjának képessége az, amitől a szórakoztatás valósággá szilárdul. A virtuális térben egyszerre vagyunk része és ura a képnek.²¹ Ez a kontroll, amit egy virtuális tér a benne lévő tárgyak és események fölött megenged, végtelen sok „kép” alkotását teszi lehetővé. És ahogy a posztmodern elméletek leszámoltak az onnipotens narrátorral, mind történelmi értelemben, mind az individuum egységét illetően, és helyette a világot és az egyént párhuzamos lehetőségek arénájaként határozták meg,²² úgy a szimulációs találmányok, az internet és a virtuális terek tökéletesen megvalósították ezt az elméletet is. (És nem csupán az olyan radikális öndefiníciókat tekintve, mint párhuzamos személyiségek fenntartása, szerepjátékok stb., hanem például önmagában az, hogy milyen oldalakat "like"-ol valaki a Facebookon). Ez a fajta kontroll másfelől igény is lett, ami kiterjed az objektumok meghatározására - mint például a fotorealistikus reprezentációk, 3D, és általában a displayek imitációs képessége, mely látszólag a fizikai dolog élethű képi reprezentációja, valójában egyre inkább utal saját magára, mint egy szükségszerűen létező tárgyra.

²¹ Margaret Morse (1998): *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture* (Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press), 182. old.

²² Irving Sandler (1998): *Art of the Postmodern Era: from the late 1960s to the early 1990s* (New York: HarperCollins Publishers), 358-59. old.

Képernyő-esztétika

A digitális média, a displayek, interface-ek, eszközök és alkalmazások esztétikáját nevezem itt képernyő-esztétikának. Azt az audiovizuális design-rendszert és vizuális kultúrát, ami ezeknek a felületeknek a közös sajátja, még akkor is, ha konkrétumaikban végtelenül különbözőek. Ez a design pedig alapvetően nem funkciótól, hanem esztétikától vezérelt, pontosabban a funkcionalitás részét képezi a működés könnyedsége, finomsága, és végeredményben szépsége. Ezen felül az esztétikum nem pusztán kiegészítője, burkolata a működésnek, nem díszítő funkciója, hanem saját jelenléte van. A *kép* leválik a *tárgyról* és önmagában lesz szimbolikus tartalom, ráadásul a digitális rendszerek azt az érzést is keltik, hogy nem igényelnek fizikai referenciapontot – saját világukban működnek, más szabályokkal, könnyedséggel, szépséggel, tökéletességgel. Az az esztétikai kidolgozás pedig, ami ebből következik, egy tökéletes, időtlen, személytelen, androgün szépség – talán épp, mint maga az idea, ami évezredek kutatása után végre megvalósulhat, mivel nem gátolja fizikai tökéletlenség.

Miközben a művészet többnyire megkérdőjelezte az időt, a teret, a társadalmi helyzeteket és rendszereket, sőt magát a valóságot is – a design sajátot alkot. Természetesen a kettő egyáltalán nem független egymástól, de a hozzáállás nagyon is különböző. Míg a virtuális terek fejlesztése és fejlődése a könnyedséget, szépséget, határtalan lehetőségeket, és már-már a fizikai valóságtól való teljes függetlenség álmoképet tűzi ki célul, addig a művészet ezt veszi célba, és (jó esetben) kritikus marad.²³

A virtuális tereknek, virtuális valóságoknak ez a „tér-idő-kontinuuma” egy olyan képet alakít és vetít ki, amiben a (valójában tárgyától elszakadt) képi reprezentáció perfekcionizmusa (3D, fotorealistikus kép, hangtechnika) és a tiszta esztéticizmus összefonódik. És mivel a technikai lehetőségek folyamatosan megújulnak, a képalkotásnak csak még inkább tágulnak a határai (pl. hologram).

²³ Dekonstrukció és politikai művészet, mely épp a média képeit és eszközeit felhasználva lép fel a média ellen. Irving Sandler (1998): *Art of the Postmodern Era: from the late 1960s to the early 1990s* (New York: HarperCollins Publishers), 380-385. old.

Ahogy pedig az interface-ek nem egyszerűen kommunikációs platformok, hanem a tapasztalat saját és közvetlen felületei, úgy ez az alkotott kép, ez a képernyő-esztétika is a tapasztalat részévé válik. És mint minden hasonló folyamatos percepció, ez sem marad passzív, hanem hatással van arra is, amit a továbbiakban várunk a minket körülvevő világtól.

Esztéticizmus

Végeredményben tehát ez a képernyő-esztétika visszagyűrűzik a fizikai valóságba. A virtuális valóság esztétikája hatással van a percepcióinkra és az elvárásainkra, de nem pusztán a saját produkciójával szemben, hanem a fizikai valóság produkciójával szemben is, mivel a két tér egyre szorosabban összefonódik, olyannyira, hogy már jószereén a fizikai terek szorulnak digitális támogatásra. És mivel a virtuális „kép” még mindig a valóságot látszik reprezentálni és a hit az alkotott kép fizikai referenciájában tovább él, ez azt a következtetést implikálná, hogy a fizikai valóság is olyan, vagy lehet olyan, mint ez a tökéletesített kép. Azonban a virtualitás saját szimulációs világát éli, fizikai szükségletek nélkül, és a függési viszony megfordul.

Ez a világ visszavetül a fizikaira, és a reprezentáció, a mimézis, ami első körben a fizikaiból a digitális felé mutatott, reciprokára fordul. Így a digitális technológiák esztétikája hatással van, például, a fizikai objektumok esztétikájára is. Legszorosabb kapcsolódásként a design tárgyakon érhető tetten ez a hatás, úgymint berendezési tárgyak, sőt, belső terek és épületek futurisztikus, „high-tech” kialakítása, ami egy olyan tisztított, irányított esztétikát valósít meg, mintha egy számítógép-generált 3D szimuláció öltene fizikai formát. De éppúgy megjelenik ez a hatás a fotográfiában, a divatban és általában a szépségideálban is, egy szinte kortalan és nemtelen próbababaszépséget követelve. Így ez az időtlen és testetlen virtuális szépség, a tökéletesség igénye átszáll a létezés fizikai tereire.

Kultusz

A párhuzamos folyamatok a művészet és a design területein természetesen egyáltalán nem szeparálódnak – a párhuzam közeledéssé is válik, sőt, metszéspontokat is talál. A fentiekben vázolt vizuális kultúra külön művészeti és külön termelési központú gyökereztetése azonban nem teljes, hiszen kialakulása erős közös kultúrtörténeti okokra is visszavezethető. Ennek pedig része az a Weber-féle „varázstalanítás” is, ami a Nyugati kultúrákra jellemző racionalizálás, és ami végeredményben a transzcendens helyett a világit választja civilizációs bázisául. Azonban a *kultusz*, mint olyan, nem szűnt, nem szűnhetett meg, mivel mindenkori társadalomszervező, összetartó szerepe vitathatatlan. A vallás tévesztésével az *Egy* transzcendense helyett egyrészt a társadalmi rang vált kultikussá, az arisztokrácia eltűnésével pedig egy még ennél is hétköznapiabb dolog: a pénz. Ez a három paradigma persze se nem egymást követő, se nem különül el egymástól, de tulajdonképpen a felvilágosodás racionalizmusa, a romantika individualizmusa, a 19. század kapitalizmusa és ipari forradalma, a 20. század továbbfejlesztett piaci szerveződése, a háborúk okozta egzisztenciális válság, a fogyasztói és az információs társadalom kiépülése mind olyan kapcsolódó folyamatok, melyek a kultuszt a piac és a pénz köré szőtték.

Így pedig, visszatérve, sem a művészet filozófia felé való lépése, sem a presztízsérték fogyasztáson alapuló definiálódása nem meglepő. Emellett viszont egy olyan közeledés is érzékelhető, ami a művészet mai piacorientációjához, a design (kvázi)művészetté avanzálásához, valamiféle státus-fetisizmusához, és a két terület közös sztárkultuszához vezetett. Említhetnénk például a Damien Hirst jelenségét, aki tökéletesen kivitelezett, bizarr és esztétizált munkáival, illetve tudatos ön-kultusz építésével lovagolja meg a piac adta lehetőségeket (hisztériát); Jeff Koonst, aki a banális botrányos fetisizálódását használja ki; vagy Tracey Emint, aki szinte valóságshow-szerűen teszi közzsemlére életét. De a másik oldalról Karim Rashidot és a „sztárdesigner” jelenséget is, ahol már egyértelműen nem a funkcionalizmus vagy egy tárgy jó használhatósága a lényeges, hanem a világteremtés és az öndefiníció,

pontosabban az ön-design, azaz – megint – a kultusz. Ennek szélsőségig vitt helyzete a „kényelmetlenül élés” jelensége²⁴, amikor egy design-tárgy azzal hívja fel magára a figyelmet, hogy direkt *nem* simul bele a használhatóságba, ezzel kívánva úgymond művészeti tárggyá válni (más kérdés persze, hogy ez közel sem elégséges ehhez). Végeredményben tehát megint a konkrét tárgyak helyett az azoktól elemelt presztízs-érték és a szereplők kultusza az, amire a figyelem irányul, és amit a piac szinte irreális, de mindenképpen törékeny szövete tart fenn.

Az említett transzcendens, a természetfeletti térvesztése és az a tökéletesítési törekvés, ami a digitális technikák és a virtualitás lehetőségeinek eredményeképpen ma erősebb (és sikerebb), mint valaha, egymásba fonódó jelenségek. A transzcendens és a tökéletesség tulajdonképpen rokon fogalmak, amennyiben a tökéletesség lényegileg természetellenes, és így természetfeletti. A virtualitások perfekcionizmusa és esztéticizmusa, illetve az a show- és sztár-kultúra, amit mind a design, mind a művészet világa teremteni látszik, együttesen fejtik le magukat a dologság fizikai meghatározottságáról, és lépnek egy másik, kultikus síkra. Ez a kreált sík pedig a képernyő síkja, ami mindenhol látható, mindenhol jelenlévő, de sehol sem igazán valóságos.

Miután a forma és a tartalom kölcsönös meghatározottsága a művészetben – és a társadalom felületein általában – meggyengült, a digitális technikák csak tovább fokozták a leválasztást. A virtuális szimuláció képi világa pedig nem csak hogy nem független saját szimbolikus tartalmaitól, de a fizikai valóság tartalmait is meghatározza. Veszélye pedig abban rejlik, hogy még mindig hiszünk a klasszikus reprezentációs viszonyban, és vele együtt abban is, hogy van különbség *kép* és *dolog* között. Ez a viszony azonban a szimulációban már nem él, így sem az elkülönítés nem lehetséges, sem a választás. A képernyő-esztétika világa, és vele együtt esztéticizmusa nem választás kérdése a *forma* és a *tartalom* között, ahogy ez az előző századfordulón

²⁴ Boris Groys és Pierre Doze beszélgetése: Kényelmetlenül élni, *Balkon*, 2010(5)

például a l'art pour l'art számára a moralista művészettel szemben lehetséges volt, hanem elkerülhetetlen, és mindenütt jelenlévő. A tökéletesség ideálképe pedig nem egyszerűen az esztétikai kidolgozásban érhető tetten, hanem egy olyan kultuszt is teremt, ami egy saját értékrend mentén, saját sztárokkal, saját díszlettel színre vitt csillogó show.

Irodalom

- Baudrillard, Jean: Simulacra and Simulations, www.egs.edu/faculty/jean-baudrillard/articles/simulacra-and-simulations/, 2011.11.29.
- Benjamin, Walter: A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában, frankfurt.tek.bke.hu/media/szoveg/benjamin_sokszorosit.htm, 2011.10.29.
- Bourdieu, Pierre: Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste (Introduction), web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu1.pdf, 2011.11.15.
- (Calé, Luisa (2006): *Fuseli's Milton Gallery – Turning Readers into Spectators*. Oxford: Clarendon Press.)
- Danto, A. C. (1997): *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Debord, Guy és Ken Knabb: Society of the Spectacle, books.google.es/books?id=yBB4f_dQ3rIC&pg=PA18&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false, 2011.11.29.
- Groys, Boris és Pierre Doze beszélgetése: Kényelmetlenül élni, *Balkon*, 2010(5)
- McLuhan, Marshall (1997): Myth and Mass Media. In *Media Research: Technology, Art, Communication*, Michel A. Moos szerk. Amsterdam [etc.] : G+B Arts International.
- Morse, Margaret (1998): *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture*. Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press.
- (Myrone, M. és C. Frayling és M. Warner (2006): *Gothic Nightmares – Fuseli, Blake, and the Romantic Imagination*. London: Tate Publishing.)
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.
- Sandler, Irving (1998): *Art of the Postmodern Era: from the late 1960s to the early 1990s*. New York: HarperCollins Publishers.
- Sontag, Susan (2009): On style. In *Against Interpretation and Other Essays*. London: Penguin.