

tobaság kegyetlen ténykedése” fogalma alá sorolná ezeket) révén elvesszünk a fordításban, a hang eltolódik a képtől és önálló életre kel. Létrejön egy párhuzamos valóság, amely nincs kapcsolatban a mindennapi érzékeléseinkkel, de amely hajlamos helyettesíteni azokat. Balla Szabolcs és Székely Ágota kalauzol bennünket az utazás során az új virtuális valóságban, amely mindannyiunkat fogva tart.

A *Divas* a nőt mutatja be. A modern nőt, a sikeres asszonyt, aki elfogadja személyiségének megcsonkítását e siker érdekében. A nőt, a dicsőség nélküli győztest, a jelen szomorú diadalát. Kézdí Imola, Albert Csilla és Vass Zsuzsanna mozgással és hanggal egy modern, cinikus és valódi történetet formáznak meg. Fenntartások nélkül előadva a narráció egy frappáns koreográfia, azaz mozgással történő írás példáját kínálja. A kijelentés, a tétel felállítása – már ha a néző érzékei elég éberek – megfeythető, bár kevésbé a kimondott, sokkal inkább a többi érzékünknek szánt információkból. Egy kiváló előadás, mely ugyanakkor reális alternatívája a hivatalos kínálatnak.

Végül a *Paralell* az elfogadásról szól. Saját énünk, saját lényünk elfogadásáról, olyanként, amilyen. És, később, a másikéről. A toleranciához önmagunk elfogadásán keresztül vezet az út. De mit lépsz másik elfogadásáért (vagyis, pontosabban, az el-nem-fogadásuk ellen)? Koldulod? Megkeresed mindenáron? Kész vagy fizetni érte? Két példa, két sors, két élet jelenik meg a *Paralell*ben, az életnek nevezett temporális fluxus egy pillanatában, Lucia Mârneanu és Bodoki-Halmen Kata igen jó részvételével. Egy harmadik mindenképpen megnézendő *show*.

Ezenkívül a Groundfloor elhozta Kolozsvárra Urbán András színi társulatának darabjait, a frappáns *Urbi et Orbit* (az Ecsetgyár Stúdiótermének első előadásaiként, 2009-ben) és a *Béres Márta One Girl Show*-t. Ezek bizonyítják, hogy az újvidéki csapat egyike Délkelet-Európa legérdekesebbjeinek.

*

Vajon ez sok vagy kevés? Ez a kolozsvári színjátszás, próbálkozásaival, sikereivel és összeroppanásaival. Megpróbáltunk minél pontosabb leltárt készíteni, de a teljesség igénye nélkül. Mert a mindent kimerítő közlés unalmat teremt. Egyébiránt pedig a boncolási jegyzőkönyvek sem annyira teljeseek, mint ahogy azt híresztelik.

Király Farkas fordítása

Keszeg Anna

140 747 EURÓ ELŐSZÖR, MÁSODSZOR, HARMADSZOR

Kolozsvári képzőművész a román médiában

Miközben vigyázó szemeim, mint sok generációs társam, én is nyugatra vettem, a közvetlen környezetemben felnőtt a kortárs képzőművészet legerősebb kelet-közép-európai brandje, a Kolozsvári Iskola. 2013 szeptemberében futószalagon osztottuk meg a Facebookon a Huffington Post *Here Are the 12 Cities That Will Shake up the Art World in the 21st Century* című cikkét, mely Kolozsvárt a 3. helyen említette Delhi és Bogota után.¹ Írhatnék itt nyilván arról a fantasztikus érzésről, ami akkor keríti hatalmába a provincializmusát annyiféle környezetben megélt netolvasót, amikor hirtelen földrajzi értelemben a világ közepére repítik, úgy, hogy közben semmit sem tett ezért a költözésért. De most nem ez az igazán izgalmas, hanem az a sokféle változás, mely egyrészt a romániai, másrészt pedig a nemzetközi képzőművészetben történt, s ami miatt a Kolozsvárhoz kapcsolódó művészszevek piaci értéke ekkorát nőtt.²

A romániai könyvesboltok polcain a cikk megírása előtt két héttel jelent meg Erwin Kessler könyve *X:20. Röntgenfelvétel az 1989 utáni román művészetről* címmel.³ A régóta várt kiadvány nem váltja minden szempontból valóra a hozzá fűzött elvárásokat (főként az első tíz évvel foglalkozik, egyoldalúan előnyben részesít bizonyos folyamatokat és túlhangsúlyozza bizonyos iskolák jelentőségét), viszont nagyon körültekintő dokumentáció áll mögötte. Kessler négy korszakra osztja e huszonvalahány évet: az első a Nemzeti Képzőművészeti Alap által dominált, a második a kormányfüggetlen szervezetek által irányított korszak, a harmadik a magángyűjtők idősza, a negyedik pedig a mű-

- 1 The Huffington Post 2013. szeptember 19., www.huffingtonpost.com/2013/09/19/art-cities-of-the-future_n_3949998.html.
- 2 Fontos nevek: a nagy (nem túl) öreg Victor Man (1974); a kurátor Mihai Pop; a fiatal művészek: Mircea Cantor (1977), Ciprian Mureșan (1977), Adrian Ghenie (1977), Șerban Savu (1978). Helyszínek: Plan B galéria (Kolozsvár, Berlin), Ecsetgyár. A Kolozsvári Iskola mint márka első említése: Ginanne Brownell globalposztos cikke (*Why Romanian arts have gone global*, Globalpost 2011. február 16., www.globalpost.com/dispatch/europe/110211/romania-art-music-film-romanian).
- 3 Erwin KESSLER, *X:20. O radiografie a artei românești după 1989*, Vellant, Bukarest, 2014.

vészet életmóddá, kommodifikált kulturális terméké válásának periódusa. S bár a szerző elismeri, hogy a négy korszakra jellemző folyamatok párhuzamosan továbbra is léteznek, az általam tárgyalt jelenségek szempontjából központi jelentősége van a román képzőművészet *lifestyle* rendszerének.

A másik központi és globális folyamat az, amit *art-market-bubble*-nak neveznek, s ami a kortárs képzőművészetbe való befektetés trendjét írja le. A fejlemény várható volt: a piaci spekulációk a pénzügyi válság után egy olyan terület felé orientálódtak, amelynek hierarchiája független a gazdasági befektetésektől, miközben mégiscsak köze lesz azokhoz.

A trendek és az autonóm társadalmi alrendszerek fejlődése azonban sosem képes közvetlen módon jelen lenni a társadalmi folyamatokban. Ezek a változások még nem alkalmasak arra, hogy a művészettel kapcsolatos társadalmi és kollektív reprezentációkat átalakítsák, a jelenségeket pontosabban tükrözőkké tegyék. Viszont megváltoztathatják a közvélekedés tartalmát. Én itt és most éppen erre vagyok kíváncsi: hogyan beszél a romániai média a kolozsvári iskola szinte észrevétlenül világhírűvé vált művészeiről, milyen értékek társaságában helyezi el őket? Az elemzés kiindulópontja az a 2013. február 14-én tematizálódó médiaesemény, mely Adrian Ghenie *Dr. Mengele 2* című festményének a Sotheby's által szervezett aukción 140 747 euróért történt eladását dolgozta fel (a festményt eredetileg 35 000 és 46 000 euró közötti értékre becsülték). Határozottan emlékszem arra a sokkra, amit Adrian Ghenie nevének elhangzása váltott ki bennem a legfőbb román kereskedelmi csatorna, a ProTV legnagyobb nézettségű, hétórai híradójában a román neotelevízió állandó sztárja, Andreea Esca bemondónő szájából. A következő napokban több médiatermék is közölt a hírrrel kapcsolatos anyagokat, most ezekre szeretnék koncentrálni. A kérdés tehát az: hogyan kezelte a román média a Kolozsvári Iskolát?

A kétfedelű (vizuális) kultúra

Mini sajtódosszié-elemzésemet előzze meg azonban egy rövid összefoglaló a Kolozsvári Iskoláról. Ötven percen keresztül hámozza a burgonyát öt, harminc év körüli katonaruhás fiatalember egy félig fehérre csempézett, félig fehér olajfestékekkel kifestett, a kommunizmus közönségi tereire emlékeztető térben. Lábuknál két fekete edény és a folya-

matosan apadó burgonyahegy. Ritkán szólnak egymáshoz, a munka kommentár nélkül megy jól. A jobboldali figura Mihai Pop, a többiek a fiúk. Ez az ötven perc egy videóinstalláció,⁴ mely (kis csúsztatással) a Kolozsvári Iskolát viszi színre. Az átmenetet megteremtő generáció így képes dolgozni: ezekkel a díszletekkel, halkan, csoportban, professzionálisan, komolyan – sok-sok öniróniával.

Meséljük most el az eredettörténetet háromféleképpen.

1. Mindenekelőtt ott volt Victor Man, a mai '77–78-as generációnál alig négy évvel idősebb művész, aki számára nem volt nagyobb evidencia annál, mint hogy Kolozsváron nem lehet releváns vizuális nyelvet létrehozni. Viszont nem szakított teljesen tanulmányai helyszínével, s karrierépítési modellje, vizuális formanyelve inspirálta a galéria és az Ecsetgyár-jelenség köré szerveződő neveket. Mant a második prágai biennálén fedezte fel Giancarlo Politi kurátor, és valahol itt indult a Kolozsvári Iskola iránti kereslet.⁵

2. A kolozsvári képzőművészeti egyetemnek van egy izgalmas személyiségnek számító igazgatója, Ioan Sbârciu, aki egy másik kulcs ehhez a történethez, mert tudatosan építette diákjai számára a nemzetközi kapcsolatokat. S bár a Plan B és a Kolozsvári Iskola nem kapcsolható közvetlenül össze az egyetemmel (hiszen a képzés elleni lázadás gesztusa sok esetben része a '77-es generáció életművének), mégis ez az a közeg, ahol a kiskatonák gondolkodni kezdtek a mesterségen.

3. 2005-ben – s ez már az Adrian Ghenie által elmesélt történet – hazakerülnek Kolozsvárra az akkor 27 év körüli, nyugaton szerencsét próbált és kudarcot vallott évfolyamtársak, és részben e kudarc orvoslására létrehozzák a Plan B galériát. A galéria neve tükrözi azt, hogy mindez nem más, mint menekülőpálya. A fiúk a szüleikkel élnek, se megélhetésük, se elképzelésük arról, milyen lesz a tervezett, várt, megálmodott jövő. Ebből a közös elkeseredésből lesz a sikeres B-terv.⁶

Most pedig ugorjunk át a konszokráció folyamatát, s nézzük meg azt, milyen a jelenség mai romániai megítélése. A szakértők szerint az a nemzetközileg elismert vizuális látásmód, amit a Kolozsvári Iskola

4 Ciprian MURESAN, *Untitled (Soldiers)*, 2009.

5 Ez az a történet, melyet részben Erwin Kessler is megerősít, miközben a második verzió melletti érvekre is találunk példát nála (lásd KESSLER, *I. m.*, 243–260). A kortárs román képzőművészet állapotát egyébként is konfliktusban álló energiák és fórumok egymásmellettségeként reprodukálják, lásd Mara RAȚIU, *Romanian Contemporary Visual Arts World after 1989. Tension and Fragmentation*, Studia UBB 2011/3., 107–127.

6 Ehhez lásd Ovidiu Cornea összeállítását: Ziua de Cluj 2013. április 18., <http://ziua.ro/realitatea.net/cultura/pictorul-adrian-ghenie-dezastru-ca-emigrant-artist-de-talie-mondiala-cei-de-la-academia-din-cluj-m-au-lasat-in-pace-video--110185.html>.

képvisel, sajnos nem hozta magával a hétköznapi életvilágok globális átesztétizálásának trendjét. Kessler monográfiája így diagnosztizál: „a nyugati civilizációkkal ellentétben, ahol a művészet növekedése a társadalom és annak (városi, de nem kizárólag városi) kultúrája természetes növekedésével összhangban történt, Romániában a (»haladó«) művészet mesterséges jelenség (volt), egy nagyon szűk társadalmi réteg erőfeszítése, mely az elmúlt évtizedekben létrehozta és elkülönítette létezésének, tudatosságának és alkotásának sajátos közegeit, melyek a tömegkultúra és a civilizáció konkrét adottságaitól radikálisan különböznek.”⁷ Úgy vált belőlük márkaérték, hogy márkahű fogyasztók a helyszíntől csak nagyon távol akadnak. S ezért az iskola szintén Victor Mantól eredeztethető vizuális látásmódja, festészetre fókuszálása, illetve attitűdje a felelős: „Ha a bukaresti kétezres generáció gyakran a fotórealizmus és a neopop területéről táplálkozik, a Kolozsvári Iskola határozottan anti-pop, realizmusa elliptikus és elitista, enyhén mágiikus hangulatú, s semmilyen megfelelője sincs a 2000-es bukaresti generáció munkáiban. [...] A művész festőként, a festőnek a történelem (a saját művészet) szubjektumaként való újragondolása az, amivel a Kolozsvári Iskola hozzájárult a kortárs esztétika újraképzéséhez.”⁸

A Kolozsvári Iskola és az ahhoz hasonlóan kontextus nélküli nemzetközi filmfesztivál hozzájárul létrehozta Kolozsvár Románián belüli zárvány-szerűségének benyomását is, miközben e két márkaérték szűk szakmai közösségek által létrehozott eredmény, s jellegénél fogva elitista. Ez az elitizmus azonban ráépül arra a változásra, amit a művészet megítélésének átalakulása jelent. Az átmenet Romániájában a művészet új helyet talál magának, olyan helyszíneket, melyek képesek a láthatóság biztosítására. Ezek a helyszínek a 2000-es években alakulnak ki. S hogy mennyire nincs előzményük, arra a Balkon című, 1999-ben alapított folyóirat 2001-es *Hol keressük a művészetet?* című összeállításra a példa. Ez a lapszám tekinti át azoknak a helyszíneknek a sorát, amelyek a megbízható minőségű képzőművészet láthatóságát biztosítják. Ami ezen a listán feltűnő, az a kereskedelmi galériák szinte teljes hiánya (a listán szereplő tizenhét helyszín közül mindössze kettő vállalt fel kereskedelmi tevékenységet); a következő négy-öt év volt az, amikor a képzőművészet piaci értéke és értékesítésének lehetősége tematizálódott. Művészetszociológiai szempontból ez az elmozdulás volt szükséges ahhoz, hogy a Kolozsvári Iskola-fenomén létrejöhessen. A képlet

7 KESSLER, I. m., 45.

8 Uo., 244–245.

izgalmas: fel kell ismerni a vizuális művészet kereskedelmi értékét, kereskedelmi tevékenységet folytató helyszíneket kell létrehozni, viszont meg kell kerülni annak a közegnek a vizuális kultúráját, melyben a piaci forgalomba kerülő kulturális termékek létrejönnek.

Mintha a román kulturális termelésnek azok a sikertermékei (a film, a DJ-kultúra, a képzőművészet, a divattervezés és csak legvégül az irodalom), amelyek a nemzetközi érdeklődés középpontjába kerültek, exportárúnak számítanának, és célközönségük az országon kívül lenne. Az otthoni fogyasztásra készült termékek más jellegűek és más jelentőségűek (vesd össze Cătălin Botezatu *versus* Oláh Gyárfás: Patzaikin 2014).

A román média

A fenti képletből kiindulva nem meglepő az a tanácstalanság, amellyel a román kereskedelmi média kezeli a Kolozsvári Iskola-jelenséget. A cikkek a Sotheby's-aukciót követően kezdtek sokasodni, s a kolozsvári médiatermékek jórészt ekkor közöltek interjút a művésszel, illetve a galérialapítóval. A február végi aukciót követően áprilisra tehető a részletes interjúk. A Sotheby's-aukció kisebb médiaeseményként épül fel: hírré válik, hogy milyen román képzőművészeket promotálnak a kortárs képzőművészetnek szentelt legnagyobb árverések (az említett aukciós házak: a Sotheby's, a Christie's és a Drouot), hogy milyen nemzetközi hírvű művészek mellett kerülnek forgalomba a román nevek, az aukció maga, majd a 140 000 euró, amelyért a *Dr. Mengele 2* elkelt. Ez a helyzet legalábbis az adevarul.ro portálon,⁹ ahol a hír a kultúra kategóriába kerül. Az aukciót megelőzően, február 10-én egy olyan tematikájú cikk is olvasható volt a portálon, amely azoknak a román képzőművészeknek a listáját hozza, akik a legjobb gazdasági befektetésnek számítanak. Az evz.ro portálon a 140 000 euróval kapcsolatos hír kontextus nélküli, kizárólag a gazdasági mutatók iránt érdeklődik, s az összeg megnevezésén túl ezzel a címmel kerül a portálra: *Egy román betört a nemzetközi művészeti piacra*.¹⁰ A hír szövegében a következő kifejezések fordulnak elő: hihetetlen, elképzelhetetlen, központi jelentőségű, előzmény nélküli, híres, fiatal stb. Ghenie munkásságának

9 Lásd http://adevarul.ro/cultura/arte/artisti-romani-fac-istorie-new-york-mircea-cantor-adrian-ghenie-ciprian-muresan-1_5284caf3c7b855f56f54353/index.html.

10 Lásd www.evz.ro/detalii/stiri/un-roman-da-lovitura-pe-piata-de-arta-1023651.html.

művészeti beágyazottsága mindössze két összefüggésben szerepel: ezek a román festőiskola nemzetközi hírnévre törése (nem véletlen, hogy nem kolozsváriként, hanem románként említik), illetve a 20. századi történelem eseményeit feldolgozó festmények.

Izgalmas példa a b1 tévécsatorna híradása, amely a Mondén rovatba helyezi a Ghenie sikeréhez kapcsolódó leírást.¹¹ Hasonló jellegű a ProTV csatorna vonatkozó híre, amely *Sikerés ifjú festő* szalagcím alatt közvetít az árverésről. A felvezető szöveg, mely az eladási összeget hangsúlyozza, a következő mondatot tartalmazza még: „A siker nemcsak a szerencse függvénye, a barátok azt mesélik, hogy a festő sokat és megfeszítetten dolgozik.” Az aukcióról való közvetítés a felkonferálónak azt a mondatát emeli ki, amely az est két sztárjaként az árverésen először részt vevő két fiatal festőt, Gheniét és Hurvin Andersont aposztrofálja, majd az összeg kihirdetését. Közben a szalagcím változik, és a képernyő jobb sarkában ezt a szójátékot olvashatjuk: „Ghenie, a berámázandó név”. A tudósítás a következőkben bejuttatja azt a Youtube-videót, melyet a Palazzo GrassiTV készített Ghenie-portré gyanánt,¹² s amelyben Ghenie arról beszél, mennyire nincs elképzelésünk arról, milyen textúrája lehetett mondjuk JFK bőrének. A másik megszólaltatott Mihai Pop, a kurátor, aki a feszültséget, a sikerhez vezető út rögzességét emeli ki, és ezzel vezet át a hír a Plan B galériára, a Kolozsvári Iskolára, s itt a már említett igazgató is megszólal – a kép háttérében a kolozsvári művészeti egyetem dizájn karának kárminvörös épülete látszik, legvégül pedig az ArtMark részvényese nyilatkozik. A legutolsó megszólaló a román film nemzetközi sikere mellé helyezi a román képzőművészet valamivel később érkező, de azonos szintű elismertségét. A cikk narrátora a következő kiállítási helyszínekről és a korábban eladott munkákról, illetve azok értékéről tudósít.¹³ Ezek a tudósítások sztárként kezelik Gheniét, életmódtrendet képzelnek mögé, miközben a kereskedelmi média sztárjainak sikertörténeteikhez képest nagyon nehezen összeálló pályaképet kell kidolgozniuk. A piaci érték egyértelműen a sztár kategóriába helyezi a képzőművészt, a médianyelvnek viszont meg kell küzdenie azzal, hogy itt a megfeszített munkát (is), és nemcsak a szerencsét kell megfizetni.

11 Lásd www.b1.ro/stiri/monden/pictorul-roman-adrian-ghenie-elogiat-de-pres-a-din-sua-toate-tablourile-sale-s-au-vandut-inainte-vernisa-julii-din-new-york-foto-53204.html.

12 Lásd www.youtube.com/watch?v=NT3ocTs1qxw.

13 Lásd <http://stirileprotv.ro/stiri/financiar/un-tablou-al-pictorului-roman-adrian-ghenie-vandut-cu-pesto-140-000-de-euro-la-licitatie-in-londra.html>.

Ez a tabloidizáció technikáit erőteljesen hordozó híradás kerül a középpontba a nacionalista értékrendet képviselő felületes szalagcímekben, illetve az olyan helyi érdekeltségű, a lokális sajtó kereteit át nem lépő tudósításokban, amelyek felkeresik a helyszíneket, interjút készítenek a kurátorral, a művésszel, stratégiát, tapasztalatszagú területet keresnek. Ebben a kategóriába leginkább az adevarul.ro kolozsvári kiadásának tudósításai, illetve a transindex.ro-n Rácz Tímea Mihai Poppal készített komoly interjúja¹⁴ sorolható. A transindex.ro egyébként is folyamatosan figyelte ennek a területnek az alakulását; a román médiatermékekhez képest pontosabb, a jelenségek környezetét jobban ismerő fogalomhasználatával közelített a kolozsvári képzőművészethez, s nem utolsósorban hagyta saját szókészletét érvényre juttatni. Érdekes viszont, hogy a transindex.ro által 2006. június 13-án K. A. szignóval jegyzett, Mihai Poppal készített interjú kérdéseinek hangneme enyhén támadó, sokszor kényszeríti védekező álláspontba az interjúalanyt. A választott alcím is a jelenségek ismerete, illetve az interjú figyelmes elolvasása esetében érthető igazán, kritikai él nélkül: *Többre taksál kortárs képzőművészeket a hazai piac, mint Bécs vagy Párizs*. Tetten érhető tehát egy határozott „trendsztetter” attitűd, viszont enyhe türelmetlenség is az elvárások magaslatára még nem egyértelműen emelkedő trenddel szemben.¹⁵

Sok a jó és a vicces példa. Viszont e híradások hármasságát is igen jól látszik. Mindhárom kategória sikerként, rekordként beszél az eladásról, és teszik ezt akár úgy, hogy a román nemzeti kultúra sikerét látják benne (szerencsére erre a tálalásra egyre kevesebb a példa), vagy pedig bulvárhósként viszonyulnak a festőhöz, akihez magánkörnyezetén (barátokon, tanárokon) keresztül vezet az út, illetve legvégül oly módon, ahogyan azok a professzionális híradások teszik, melyek a működési univerzumokban keresik a jelenség értelmezéséhez a kulcsot.

Ezt a minivizsgálatot két-három éven belül jó lenne ismét elvégezni: sikerül-e felzárkóztatni a médianyelvet az átalakuló művészeti piac trendjeihez? Vagy szükségszerű ezeknek a progresszív fórumoknak a makrokontextus-nélkülisége a román kultúrában, miközben mikrokontextusaik annyira vonzóak és jól márkázhatóak?

14 Rácz Tímea, *Imázsépítés. Hogyan kerül a Plan B galéria a világ legjobbjai közé?*, Transindex 2013. április 25., <http://multikult.transindex.ro/?cikk=20151>.

15 Lásd <http://eletmod.transindex.ro/?cikk=4382>.