

Pécsi Tudományegyetem Művészeti Kar Doktori Iskola

BAKOS ANDRÁS

A TÁRSADALMI MÉDIA SZEREPE AZ ONLINE MŰVÉSZET FEJLŐDÉSÉBEN

**KOLLABORATÍV TENDENCIÁK
AZ ONLINE MŰVÉSZETBEN**

DLA Értekezés

Témavezető: Valkó László, festőművész, egyetemi tanár

2015

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS.....	6
1.1. A DOLGOZAT CÉLJA	8
1.2. KRITIKAI ÉSZREVÉTELEK AZ ONLINE MŰVÉSZETTEL KAPCSOLATBAN.....	10
2. ALAPFOGALMAK.....	12
2.1. LEV MANOVICH: A KULTURÁLIS INTERFÉSZ FOGALMA	12
2.2. WEB 2.0	13
2.3. AZ INTERNET HATÁSA A TÁRSADALOMRA.....	14
2.3.1. AZ INTERNET MINT A KÖZSZFÉRA IDEOLÓGIÁJA.....	15
3. ONLINE MŰVÉSZET: NET.ART	17
3.1. AZ INTERNET MINT KULTURÁLIS FÓRUM	17
3.1.1. RHIZOME.ORG (1996–).....	17
3.1.2. NETTIME (1995–).....	18
3.2 AZ ONLINE MŰVÉSZET DEFINÍCIÓJA	19
3.3. PÉLDÁK NET.ART MŰVEKRE	20
3.3.1. E-MAIL ART (1990-ES ÉVEKTŐL)	20
3.3.2. TELEGARDEN (1995) (2. KÉP)	20
3.3.3. STOCK MARKET SKIRT (1998) (3. KÉP).....	21
3.3.4. LORNA MILLS (4. KÉP).....	21
3.3.5. IDENTITY (2009) (5. KÉP).....	22
3.3.6. MY BOYFRIEND CAME BACK FROM THE WAR (1996) (6. KÉP)	22
3.4. A NET.ART PROBLÉMAFELVETÉSE	23
4. A TÁRSADALMI MÉDIA ALAPÚ KREATIVITÁS: A CROWDSOURCING SZÜLETÉSE	25
4.1. A KOLLEKTÍV INTELLIGENCIA ELMÉLETE	25
4.2. A CROWDSOURCING DEFINÍCIÓJA.....	28
4.3. PÉLDÁK A CROWDSOURCING ALKALMAZÁSI TERÜLETEIRE.....	30
4.3.1. INNOCENTIVE.....	31
4.3.2. AMAZON MECHANICAL TURK.....	31
4.3.3. THREADLESS.....	31
4.3.4. IStockPHOTO	32
4.3.5. WILOGO	32
4.3.6. ATIZO.....	32
4.4. A CROWDSOURCING EGYÉB ALKALMAZÁSI TERÜLETEI	33
4.4.1. WIKIPEDIA.....	33
4.4.2. YOUTUBE	33
4.4.3. FACEBOOK, TWITTER ÉS BLOGOK	34
4.4.4. TV MŰSOROK.....	34
4.4.5. ZENE	34
4.4.6. DIZÁJN	34
4.5. A CROWDSOURCING SPECIÁLIS ESETE: CROWDFUNDING.....	35
5. CROWDSOURCING A MŰVÉSZETBEN	37

5.1. PÉLDÁK CROWDSOURCE-OLT MŰVEKRE.....	37
5.1.1. AARON KOBLIN MŰVEI	37
5.1.2. AARON KOBLIN: THE SHEEP MARKET (2006) (9. KÉP).....	38
5.1.3. AARON KOBLIN: TEN THOUSAND CENTS (2008) (10. KÉP)	39
5.1.4. AARON KOBLIN: BICYCLE BUILT FOR TWO THOUSAND 2009 (11. KÉP)	39
5.1.5. AARON KOBLIN: JOHNNY CASH PROJECT (2010) (12. KÉP)	40
5.1.6. AARON KOBLIN: THE WILDERNESS DOWNTOWN (2010) (13. KÉP)	41
5.1.7. AARON KOBLIN: THE EXQUISITE FOREST (2012) (14. KÉP)	41
5.1.8. SWARMSKETCH (WWW.SWARMSKETCH.COM) (15. KÉP).....	42
5.1.9. LEARNING TO LOVE YOU MORE (AKTÍV: 2002–2009) (16. KÉP)	43
5.1.10. STAR WARS UN CUT (2012) (17. KÉP).....	43
5.1.11. LIFE IN A DAY (2010) (18. KÉP)	44
5.1.12. CADAVRE EXQUIS (2010) (19. KÉP).....	45
5.1.13. VIRTUAL CHOIR 1-4 (2010–) (20.KÉP).....	45
5.1.14. THE WORLDS FIRST COLLABORATIVE SENTENCE (1994) (21.KÉP)	45
5.1.15. CROWDFUNDING PROJEKTEK A MŰVÉSZETBEN, MARINA ABRAMOVIĆ INSTITUTE	46
5.2. A TÁRSADALMI MÉDIA ALAPÚ MŰVEK ELEMZÉSE	48
5.3. A CROWDSOURCING ÉS NICOLAS BORRIAUD RELÁCIÓESZTÉTIKÁJA	52
<u>6. A FELHASZNÁLÓ SZEREPE A TÁRSADALMI MÉDIA ALAPÚ MŰVÉSZETBEN</u>	<u>55</u>
6.1. A MŰVÉSZ ÉS KÖZÖNSÉGE KOLLABORÁCIÓJÁNAK KRITIKAI ELEMZÉSE.	55
6.2. A FELHASZNÁLÓ MOTIVÁCIÓJA A RÉSZVÉTELRE A TÁRSADALMI MÉDIÁBAN.....	58
6.3. A FELHASZNÁLÓ SZEREPÉNEK MEGVÁLTOZÁSA A TÁRSADALMI MÉDIÁBAN.....	60
6.3.1. A FELHASZNÁLÓ SZEREPE AZ INFORMÁCIÓÁRAMLÁSBAN.....	60
6.4. A KURÁTOR KIFEJEZÉS DEMOKRATIZÁLÓDÁSA	62
6.5. A SZAKÉRTŐI PARADIGMA VÁLTOZÁSA, HATÁSA A MŰVÉSZ ÉS KURÁTOR SZEREPÉRE.....	65
6.6. A GUGGENHEIM MŰZEUM ÉS A YOUTUBE PLAY: EGY CROWDSOURCE-OLT MŰVÉSZETI ESEMÉNY ELEMZÉSE	68
<u>7. KÖZÖSSÉGI INTERPRETÁCIÓ: KÍSÉRLET MŰALKOTÁSOK CROWDSOURCE-OLT ELEMZÉSÉRE</u>	<u>74</u>
7.1. SAJÁT ÉRTELMEZÉSEM A DISZTÓPIA SZOROZATRÓL.....	76
7.2. KÖZÖSSÉGI ÉRTELMEZÉS	78
7.3. ÖSSZEFOGLALÁS	84
<u>8. ÖSSZEFOGLALÁS ÉS KONKLÚZIÓ</u>	<u>85</u>
<u>IRODALOMJEGYZÉK.....</u>	<u>88</u>
<u>KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS</u>	<u>93</u>
<u>SZAKMAI ÖNÉLETRAJZ.....</u>	<u>94</u>

„Azt látjuk, hogy a művészet az emberekkel való közvetlenebb kapcsolatra törekszik, mint amennyire azt a múzeum lehetővé teszi... ahogyan én látom, egy hármas transzformáció tanúi lehetünk, amely egyaránt érinti a művészet alkotásának folyamatát, a művészet intézményrendszerét és a közönséget.”

Arthur C. Danto¹

¹ *Danto, Arthur C. (1997), After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History. Princeton University Press 183 old. (ford. szerző)*

1. BEVEZETÉS

Az interneten létrejövő művészet története a kilencvenes évek elejére vezethető vissza. A legkorábbi műalkotások a Mail-art, azaz a levél, mint médium közvetítésével létrehozott alkotások digitális reinkarnációi voltak. A kezdetben elsősorban szöveg alapú médium hamarosan képekkel gazdagodott, amelyet követett a videó, mint csatolmány. Az internet vizuális nyelve több, régóta létező médium digitális térben történő újrafelhasználásából keletkezett.

Ez a régi-új paradigma azóta is végigvonul az online művészet történetén. Minden, amit az internet közvetítésével láthatunk, elérhető az interneten kívül is, azonban semmiképp sem olyan változékony kontextusban, mint online. Kijelenthetjük tehát, hogy művészeti szempontból az internet önmagában nem médium, hanem különféle médiumok ötvözete. Ez az ötvözet rendkívül képlékeny, technológiai, kulturális és üzleti alapokon is nyugszik. Mintegy ellenpontja ezzel a múzeum intézményének, amely stabil értékmegőrzőként évszázadok óta a művészet szentélyének számít. A kérdés, beszélhetünk-e online művészetről máig viszonylag nyitott maradt annak ellenére, hogy egyre több médiaművész tekinti a közeget fő médiumának. Julian Stallabrass, angol művészettörténész "Can Art History Digest Net Art?" című írásában kifejti: az internet legitimitása a művészeti világban olyan művészettörténészek munkássága ellenére, mint Rachel Greenberg mindmáig bizonyításra szorul.²

Ilyen előzmények mellett nehéz egyértelműen bizonyítani, hogy az internet nem csak meglévő médiumok reprodukálására alkalmas közeg, hanem képes olyan eredeti tartalmat közvetíteni, amely hagyományos keretek között nehezen, vagy egyáltalán nem megvalósítható. A bizonyítás nehézsége abban rejlik, hogy a művészettörténet mindmáig marginális figyelmet szentelt ennek a médiumnak a fejlődésére, néhány (fent említett) kivételtől eltekintve távolságtartással kezelte a témát. Ennek oka valószínűleg abban keresendő, hogy a művészettörténet, amely alapvetően kultúra-centrikus szempontokra épít, nehezen dolgozza fel a technológiai alapokra épülő kultúraalkotás gondolatát. Ez a szemlélet az új média színrelépésével helyenként megváltozni látszik, azonban az internet legitim művészeti médiumként történő széleskörű elfogadása máig várat magára.

Művészként mindig érdekelt a virtuális képek, videók látszólag végtelen és kaotikus tárházának kulturális hatása. Gyakran szolgáltak az interneten talált fotók, videók a festményeim alapjául. Ezeket a digitális médium egyfajta analóg remixének tekintettem, vagy

² http://143.50.30.21/static/publication09/np_stallabrass_09.pdf (utolsó letöltés ideje: 2015. 08. 19.)

még inkább reflexióknak, amelyek által mindarra az információ-túladagolásra reagáltam, amelynek az internet teszi ki felhasználóit. Hírportálok áldozatfotóit montázsoltam össze divatfotókkal, videókat 3D modellekkel. Mindezeket személyes perspektívából ábrázolva egyfajta disztópikus hangulattal átítatva állítottam kritikus mementót a kor túlpörgetett információáramának, a személyes tartalom digitális úton történő elszemélytelenedésének. Ez a kritikai attitűd vezetett az internet médiumának vizsgálatához. Mi az internet esztétikája? Van-e saját művészeti nyelve az online művészetnek, vagy csupán a meglévő művészet attribútumainak visszhangja tükröződik benne? Elválasztható-e az internetes művészet annak technikai feltételeitől? Amennyiben igen, akkor beszélhetünk-e igazi online művészetről, vagy a közeg csupán hordozóként szerepel?

Ezeket a kérdéseket kutatva jutottam el azokhoz a gondolatokhoz, amelyeket a dolgozatban szeretnék kifejteni, illetve példákkal alátámasztani. Az egyik alapgondolat, hogy a virtuális tér korlátozó tényező. A fizikai jelenlét hiánya meghatározza a néző interakcióját a szemlélt tárggyal. Ez az interakció kevés kivételtől eltekintve egy képernyőre (monitor) és egy vagy több beviteli eszközre (egér, billentyűzet) korlátozódik. Az utóbbi azonban nagyobb jelentőséggel bír, mivel az egyirányú információáramlás helyett a néző reflektálhat a látottakra, passzív szerepből az alkotás élményének irányítója lesz, legalábbis a saját maga számára rendezői szerepbe kerül. Ez rendkívül jelentős különbség a hagyományos kép, fotó, illetve videó műfajához képest, mivel ezt a részt az alkotó nem képes maradéktalanul irányítani. Az élmény irányításának centruma tehát elmozdul az alkotó felől a néző irányába.

A fenti felfedezés jelentette azt a fordulópontot a doktori kutatásban, amikor úgy döntöttem, hogy a festészet analóg, fizikai tárgyakra, objektumokra építő műfajának és az internet digitális, fizikailag korlátozott, de térben és időben korlátlan műfajának összehasonlítása helyett az egyén reflexióra való képességét állítom figyelmem középpontjába. Pontosabban az egyén reflexiója és az online művészeti törekvések egymásra hatása által létrehozható potenciális kulturális érték foglalkoztatott.

Milyen mértékben képes az egyén a kultúraalkotásban részt venni nem primér alkotóként? Aktív szerepet jelent ez a részvétel, vagy csupán a művész akaratának végrehajtását? Van-e az online kollaborációnak olyan sajátossága, amely azon kívül nem érvényes? Mit jelent a művész szempontjából a műalkotás kivitelezésének egy részét a közönségre bízni?

A döntés egyben azt is magával vonta, hogy a festészeti alkotómunkám, amelyet az interneten talált anyag remixének, illetve offline reflexiójának szántam, a dolgozat szempontjából kevésbé relevánssá vált, mivel az nem használta fel a néző reflexióra való

képességének erejét. Azonban a dolgozat témája nem hagyott nyugodni. Érdekelt, hogy ezt a kollektív szubjektivitást meg tudom-e valamiképpen jeleníteni nem online műalkotások esetében is. Ennek eldöntésére alkottam meg a Kollektív Interpretáció projektet, egy társadalmi média alapú munkát, amely a doktori iskolában festett képeim interpretációja során a közönség véleményét is kikéri, azt a műalkotás részévé téve. A kísérletet azért tartom fontosnak, mert felhasználja a társadalmi média lehetőségeit egy, az internettől alapvetően idegen médium továbbalkotására. A kísérletről bővebben a „Közösségi interpretáció: kísérlet műalkotások crowdsourcolt elemzésére” című fejezetben írok.

1.1. A dolgozat célja

A dolgozat célja egy, a médiaművészet iránt érdeklődő, annak eredményeit felhasználó alkotóművész szemszögéből vizsgálni az internet segítségével létrehozott műalkotások fejlődését, alkotói módszereinek összefonódását a társadalmi média taktikáival, módszereivel. A kutatás két alappilléret az interneten a kilencvenes évek óta működő médiaművészek, a Net.art generáció által lefektetett esztétikai alapok, valamint a képzőművészek azon törekvése képezi, hogy a közönséget kimozdítsák a passzív résztvevő szerepéből.

A Net.art mozgalom törekvéseit bővebben az „Online művészet: Net.art” című fejezetben fejtem ki. Az elemzésében *Rachel Greene* művészetkritikus 2000-ben és 2004-ben kiadott cikkeire és könyvére támaszkodom (ld. irodalomjegyzék), valamint *Julian Stallabrass* angol művészettörténész idevágó kutatásaira (ld. irodalomjegyzék). Az első művészgeneráció, amely az internetet elsődleges médiumnak tekintette a Net.art generáció volt. Médiaművészeti tevékenységük során lefektették az online alkotások esztétikai alapjait és alapvető taktikáit. Ezek közül fontos megemlítenem a hálózati művek létrehozását, az interneten található nyersanyag remixelését, a web-technológia „ready made” esztétikájának kihangsúlyozását. A Net.art mozgalom, valamint az őket követő médiaművészeti generáció hálózati munkái határozták meg a közeget, amelyben a kollaboratív, társadalmi médiára épülő műalkotások létrejöhetnek.

A dolgozatban bemutatott alkotások másik elméleti alapját a kollaboratív, néző bevonásával létrehozott műalkotások adják. Ez egy olyan tendencia, amely a művészettörténetben már az ötvenes-hatvanas évek óta meghatározó szerepet játszik. A performance-ból kibontakozó irányzatok hozták létre a társadalmilag elkötelezett művészetet, amely fő céljának tekintette különböző társadalmi rétegek, szubkultúrák bevonását a művészetbe. Dick Higgins, John Cage, Allan Kaprow és Nam June Paik Fluxus időszakában

alkotott munkái még főként instrukciókkal operálva terjesztették ki a műalkotás fogalmát a nézőre, mint cselekvő egyénre. A huszadik század végére ez a korlátozott részvétel kiszélesedett és társadalmi dimenziókat öltött. A Public Art és a Street Art művészei politikai nézeteik hangoztatására, illetve különböző társadalmi rétegek mozgósítására használják a köztéri művészetet.

Ezzel szemben a virtuális térben létrehozott, társadalmi médiára épülő alkotások dokumentálása és kielemezése máig várat magára. A Net.art fent említett elemzői tárgyalják a néző interakciójára épülő alkotások előnyeit és hátrányait, megpróbálva definiálni a valódi interaktivitás elméleti előfeltételeit.³ Azonban a Net.art művészei még egy technikailag limitált webes környezetben dolgoztak, amely erősen korlátozta a néző interakcióját az alkotással.

A valódi társadalmi médiára épülő alkotások technológiai alapját a web 2.0 technológia széles körű elterjedése tette lehetővé (a kilencvenes évek végétől), amelynek segítségével a felhasználó a szöveg mellett úgynevezett „gazdag” tartalmat (rich media), vagyis képet, hangot és videót is fel tudott tölteni. Ezáltal lehetőség nyílt arra is, hogy a néző saját tartalmat hozzon létre és osszon meg, azaz érdemben, alkotóként járuljon hozzá egy műhöz. Ez lehetővé tette a virtuális környezet egyfajta kreatív kollaborációs térré válását, amely a webes műalkotások irányát is megváltoztatta. A kétezres évek óta a neten dolgozó alkotók túlnyomó többsége felhasználja ennek a technológiának az előnyeit; sajátos, csak online környezetben értelmezhető alkotásokat hoznak létre.

Arra a kérdésre, hogy a virtuális térben létrejövő kollaboratív műalkotások hogyan viszonyulnak a köztéri Public Art-hoz, a két médium eltérő fejlődése és az alkotók eltérő stratégiája, illetve eltérő céljai miatt nehéz egyértelmű választ adni. A Public Art a társadalom terét kívánja alkotásaival célba venni. Médiumát, a közteret implicit módon használja, ahol a néző akarva-akaratlanul szembesül az alkotással a közösen elfoglalt tér révén. Módszere a meghökkentés, a kétértelmű, gondolatébresztő vagy társadalmilag elkötelezett üzenetek közvetítése. Ezzel szemben az internet alapú művészet explicit térben létezik, vagyis a néző akciója nélkül (kattintás, oldal megnyitása, tartalom feltöltése) nem jöhet létre. Emiatt az online művészet nem tekinthető a Public Art virtuális változatának. A két mozgalom közötti távolság a virtuális tér sajátosságai miatt jön létre.

Az elemzésben ennek megfelelően abból a felvetésből indulok ki, hogy bár a társadalmi médiát használó művészet a köztéri és a társadalmilag elkötelezett művészethez hasonlóan az ötvenes-hatvanas évek interaktív és kollaboratív mozgalmából fejlődött ki, a

³ Erről a témáról bővebben lásd a 7.2. fejezetet (A társadalmi média alapú művek kritikája).

technológiai alapjai miatt mégis önálló művészeti ágat képvisel. Explicitásának köszönhetően a hagyományos művészeti ágaktól eltérően viszonyul az interaktivitás kérdéséhez. Céлом ezeket a sajátosságokat bemutatni, az online kollaboráció előnyeit és hátrányait szemügyre venni és konkrét példákon keresztül elemezni.

1.2. Kritikai észrevételek az online művészettel kapcsolatban

Mivel az internet médium szempontjából agnosztikus, keveredik benne az üzleti világ, a tudomány és a kultúra. Ez kihatással van az ott megjelenő, illetve az internet segítségével létrehozott műalkotásokra is. Elsősorban a műalkotás fogalmának definíciója nyer kissé szabadabb értelmezést online környezetben, mint azon kívül. Hiányzik például a tárgy, a koncepció manifesztuma, amely a művész munkásságának lenyomatául szolgál.

Ez azért fontos, mert a műtárgyakkal ellentétben – amelyeknek ha csak egy fénykép vagy nyomat formájában is, de van fizikai manifesztuma, emiatt csak bizonyos keretek között reprodukálhatóak – az online művészet alapját képező kódot maradéktalanul újra lehet írni. Sőt nem csak újra lehet, újra is kell írni, amennyiben azt akarjuk, hogy modern számítógépek szoftverei által futtathatóak legyenek a technológia fejlődése miatt. Ez kihatással van a médium stabilitására: az újraírt kód ugyanis nem feltétlenül azonos esztétikai minőséget produkál, mint az előző. A médium képlékenysége elveti az eredeti és a másolat közötti különbséget, és gyakorlatilag végtelen önmásoló alkotásokat eredményez. A hagyományos értelemben vett eredeti és másolat szerepét az online környezetben a verziók veszik át.

Ugyanez a paradigmaváltás érvényesül a tömegtermékek és a magas kultúra egyedisége közötti kontraszt online felbomlásában. Az online környezet nem tesz különbséget egyszeri alkotás és sorozatgyártott termék között. A művész eredeti gondolata más közegben, akár más szerző által átvéve (appropriation) ugyanúgy érvényesül, mint az eredeti alkotásban. Az internet emiatt olyan tér, amely médiumtól független remixelésre, kulturális “átjátszásra” ad lehetőséget. Ez viszont magával vonja a szerzőiség kérdésének problematikáját is, amely a művészettörténet egyik legsarkalatosabb pontját jelenti (lásd például a Rembrandt munkáinak eredetiségével kapcsolatos vitákat). Az online művészetben nincs különbség eredeti, másolat és remixelt alkotás között. A szerzők ennek kivédésére ötleteiket kénytelenek szabadalmak útján védeni, amelyek viszont túlzottan is korlátozzák a munkák újrafelhasználhatóságát; ez a remixelés, kulturális újraértelmezés rovására megy. A jogi viták elkerülése végett alapították meg a szabadon felhasználható tartalmak licenzjogát (Creative Commons). Azonban ez csak akkor érvényesül, ha maga a szerző járul hozzá a tartalom teljes vagy részben történő

újrafelhasználásához. Az internet, mint kreatív tér, egyelőre tehát jogi viták kereszttüzében áll, ez nem feltétlenül segíti a médiumon belül kibontakozó művészetet.

Emellett szeretném arra is felhívni a figyelmet, hogy a műalkotás kevésbé különül el a kereskedelmi célú tartalomtól online közegben, mint a nem virtuális világban. Az online alkotások ugyanis eleve a néző szempontjának figyelembevételével kerültek megtervezésre. Egy weboldal, amennyiben senki által sem olvasható, értékelhetetlen. Egy oldal, amelyet senki nem talál meg, szintén nem közölhet semmilyen információt. Emiatt az online alkotások a közönség által válnak alkotássá, ugyanúgy, ahogyan egy kereskedelmi oldal sem töltheti be szerepét látogatók nélkül. Míg egy senki által nem látott műalkotás továbbra is műalkotás maradhat, egy senki által nem látogatott oldal nem tölthet be semmilyen szerepet sem.

Az online művészet ennél fogva fokozottabb figyelmet kell, hogy szenteljen a közönség szerepének, beleértve annak összetételét, célját és esztétikai értékítéletét is. Bár a művész megmarad a mű alkotójának, a közönség szükségszerűen a koncepció részévé válik, akár célja ez a művésznek, akár nem. Hogy ez mennyiben befolyásolja az alkotások művészeti értékét, nehéz egyértelműen eldönteni, mivel online és nem online alkotások között párhuzamot vonni véleményem szerint erőltetett és megkérdőjelezhető aktus lenne.

A dolgozatban ezért elsősorban az online művészet kollaboratív lehetőségeit szeretném kielemezni, anélkül, hogy a tágabb körben értelmezett művészet szemszögéből esztétikai értékítéletet mondanék felette. Úgy gondolom, mivel a művészetben belül egy sajátos, technikai alapokra építkező irányt elemzek, az online alkotások egymáshoz viszonyításával tudok csak objektív következtetéseket levonni. A művészi értéket szerintem itt elsősorban a koncepció, az online közönséggel való együttműködés aktusa hordozza.

2. ALAPFOGALMAK

2.1. Lev Manovich: A kulturális interfész fogalma

Az online interaktív és kollaboratív művészet elemzéséhez fontos megérteni annak technikai és kulturális fejlődését. Az internetet, mint jelenséget médiakutatók, társadalomtudósok és esztéták vizsgálják különböző szempontok alapján értékelve annak hatásait. Lev Manovich 2001-ben megjelent könyve "Az újmédia nyelve" olyan alapmű, amely nélkül nehéz lenne rendszerezni azokat a folyamatokat, amelyek már a kilencvenes években meghatározták a média fejlődésének irányát. Az azóta eltelt idő nagyrészt igazolta Manovich feltevéseit a technológia fejlődésének irányát tekintve. A modularitás (a digitális média elemeinek feldarabolása önálló elemekre), a végtelen variációk lehetősége és a valós világ "virtualizálása" mind lényeges elemét alkotják a kortárs számítógépes kultúrának. Manovich a VR-ban (Virtual Reality, vagyis Virtuális Valóság) látta a tökéletes HCI-t (Human Computer Interaction, azaz ember-gép interakcióját), és ezzel együtt az újmédia fejlődésének irányát. Az interfész az ő értelmezésében kulturális médium, mivel az ember-gép interakció valójában ember és kulturális adat közötti interakciót jelent. Az ő értelmezésében a UI (User Interface) így ablak a hálózatra, a digitális-virtuális kultúra világára.

Az elmúlt fél évtized bebizonyította, hogy az újmédia leginkább meghatározó tényezője a networking, azaz a hálózatra való csatlakozás, valamint a hálózaton való tevékenység lehetősége. Az interfész fejlődése ennek megfelelően a mozgás közbeni (mobilitás) hálózaton történő tevékenységet segíti. Mobil eszközök egész serege áll rendelkezésünkre (okostelefon, tablet, Smart Watch, Google Glass), amelyek célja, hogy a lehető legközvetlenebb módon irányíthassuk a hálózati tevékenységünket (böngészés, telefonhívások), valamint számos élethelyzetben segítsenek bennünket a tájékozódásban (különböző naptár és üzenő funkciók, interaktív térképek).

Az interfész ennek megfelelően már nem a Virtuális Realitást hívatott támogatni (a VR, azaz a számítógépes tér tökéletes illúziója javarészt a szórakoztatóipar szegmensére korlátozódik). Az új cél az Augmented Reality, vagyis a "kibővített valóság" lett. Az AR előfeltétele egy olyan eszköz, amely bemenettel (videokamera, GPS), kimenettel (képernyő) illetve egy feldolgozóegységgel (processzor) rendelkezik. A ma árult hordozható elektronikai termékek többsége megfelel ennek a kritériumnak, tehát a belépési küszöb az AR esetében nagyon alacsony. Az eszköz például a kamera segítségével feltérképezi a valóságot, és a képernyőre a valóság feldolgozott (kibővített) változatát vetíti. Ez lehet egy utca névtáblájának lefényképezése esetében az ott lakó ismerőseink listája, vagy egy étterem

névének digitalizálása esetén az aktuális menü kijelzése. Az AR a felhasználó kezébe adja annak lehetőségét, hogy a valóság képét az eszköz segítségével megváltoztassa. Lehet, hogy egy térképet vetítünk a felvett város utcáira, amely segít a tájékozódásban, de az is lehet, hogy egy algoritmus segítségével a valós tér virtuális másolatát készítjük el, amely saját személyes látásmódunkkal bővíti a látványt (színek, jelképek, stb.).

A technológia nem állt meg a saját virtuális valóság elkészítésének lehetőségénél. A felhasználó a web 2.0 alkalmazások segítségével (amelyeket elsősorban a társadalmi média használ) közösségi tartalomépítésre kap lehetőséget, megnyitva ezzel az utat a virtuális közösségi kultúra fejlődése előtt.

2.2. Web 2.0

Az internet a hatvanas évek óta a kezdeti egyirányú adatküldésre/-fogadásra kifejlesztett hálózatból kétirányú, kollaboratív platformmá nőtte ki magát (vö. Lee és mtsai., 2008 335–345. o.). A web 2.0 alkalmazások azokat a szoftvereket jelölik, amelyek révén létrejöhet a kétirányú kollaboratív kommunikáció, azaz lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy tartalmat hozzanak létre és osszanak meg egymással (vö. *Kleemann* és mtsai., 2008, 4. o. skk.). Példaként ide sorolhatóak a közösségi oldalak (Facebook, Google+), a blogok, a képmegosztó (Flickr, Picasa) és videó megosztó (YouTube) oldalak. Legfőbb jellemzőjük a nyitottságra, az együttműködésre és részvételre épülő tartalomkezelés. Valójában minden felhasználó egyszerre fogyasztója és alkotója is a tartalomnak.

A web 2.0 elterjedése a 2000-es évtől számítható. Ebben az évben a legtöbb ember a nyugati világban már nemcsak rendelkezett internetkapcsolattal, hanem ez a kapcsolat már viszonylag nagysebességű volt, lehetővé téve multimédiás tartalmak le- és feltöltését a világhálóra. A web 2.0 révén alakulhattak ki az online közösségi hálók (social networking). A különbség a többi weboldalhoz viszonyítva annyi, hogy míg a „normál” weboldalak tartalmát a weboldal üzemeltetője szolgáltatja, addig a közösségi weboldalak a felhasználóra és a felhasználók közötti interakcióra fókuszálnak. Az online közösségi média legfontosabb hozadékai a felhasználók által generált virtuális közösségek, amelyeket hasonló érdeklődési körrel rendelkező emberek alkotnak. Kulturális viszonylatban jelentős előrelépés az a lehetőség, hogy a közösségi oldalakon olyan információ is fellelhető, amely lokális viszonylatban elérhetetlen lenne (vö. *McLure, Wasko, Faraj*, 2000, 155–173. o.). Kiváló

példa erre a Wikipedia⁴ mint online enciklopédia modellje, illetve a YouTube⁵ mint közösségi multimédiás platform.

2.3. Az internet hatása a társadalomra

Az interaktivitás nagyobb mértékű demokratizálódása tükrözi azt a generációs hozzáállást, amely a huszadik század végén született (ún. Y generáció) szemléletét jellemzi.⁶ Az új generáció az interaktivitást részesíti előnyben a passzív információáradattal (TV, rádió, nyomtatott média) szemben. Célja, hogy kreativitását megélhesse és kiteljesíthesse.

Az új média legeredetibb újításai a hálózatra kifejlesztett alkalmazásokkal (mobilinternet, mobil Facebook kliens, chat applikációk) ennek az igénynek igyekeznek megfelelni. Egy 2005-ös tanulmány szerint (*Lenhardt és Madden, 2005, 2. o. sk.*) az amerikai tinédzserek több mint fele aktív tartalomalkotó az online környezetben. Például nem csak olvassa a mások által megosztott tartalmat, hanem saját blogoldalt, weboldalt üzemeltet, vagy online naplót vezet.

A médiakutatás az online tartalomalkotást és megosztást elemezve jutott el a „participatív kultúra” kifejezés bevezetéséhez, amely magában foglalja nem csak az új tartalom létrehozását, hanem a meglévő tartalomra való reflexiókat és azok remixelését is (vö. *Jenkins és társai. 2006a, 4. o. skk.*).

A közönség aktív részvételére épülő média korai modellje már megjelenik Jürgen Habermas elméletében is (pl. *Habermas, 1989, 1992, 1998; Calhoun, 1992.*)⁷ Még nem technológia által mediált formában, azonban az internet széleskörű elterjedésével a gyakorlatban is lehetővé válik egy olyan médiatípus fenntartása, amely helytől és időtől függetlenül (web archívumok) elérhető, ahol nincsen előre definiált hierarchia a résztvevők között.

Az interkonnectivitás kultúrára vonatkozó hatásait hosszú távon csak megbecsülni lehet, mivel az egyén (és vele együtt a társadalom) fókusza a multimédiáról a hipermédiára, a valós világról a virtuálisra, a tömegmédiáról a közösségi médiára (social media) helyeződik

⁴ www.wikipedia.org

⁵ www.youtube.com

⁶ Vö.: Twenge, Jean M. Ph.D. : *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled and More Miserable Than Ever Before* (Atria Books, 2007) 1. o. skk.

⁷ A participatív média általánosságban minden olyan médium, amely lehetővé teszi a közönség számára az aktív részvételt a tartalom kialakításában. A kifejezést ma elsősorban a különböző közösségi média (Facebook, Twitter, stb.) képviselőire használjuk.

át. A kultúra hagyományos bástyái, úgymint a könyvtárak, művészeti vásárok, galériák, zeneintézmények és műhelyek eddig főként eszközként használták a közösségi médiát saját maguk reklámozására. A hipermédia azonban (és vele együtt a mobil kommunikációs eszközök) fejlődésének üteme előre vetíti, hogy a hagyományos médiumok teret veszhetnek a művészeti piacon a könnyen terjeszthető digitális tartalmakkal szemben. Ez a folyamat már javában megfigyelhető a könyvkiadás terén, ahol az e-book formátum, ha egyelőre nem is veszi át a nyomtatott könyv helyét, fokozatosan teret nyer azzal szemben,⁸ illetve a zenekiadás világában, ahol a digitális zeneterjesztés már teljesen átvette a CD szerepét.

2.3.1. Az internet mint a közszféra ideológiája

Elterjedése óta az internet a társadalomtudományok vizsgálódásának tárgyát képezi. Az egyik fő kérdés, amely a mai napig foglalkoztatja a szakértőket az, hogy vajon az internet közszféraként erősíti-e a demokratikus párbeszédet. Az a tény, hogy az internet viszonylag könnyen hozzáférhető médium (egyelőre legalábbis a nyugati világban), azt az elképzelést hozza magával, hogy szélesebb közönség tud aktívabban részt venni a közszféra vitáiban, valamint, hogy a kevés anyagi erőforrással rendelkező közszereplők számára is biztosít szereplési lehetőséget. Kultúraelemzés szempontjából érdemes párhuzamot vonni az online közszféra és az online kultúra fejlődése között.

Jürgen Habermas, a közszféra normatív teoretikusa társadalmi kollaborációra épülő modellje szerint a közszféra akkor tölti be a leghatékonyabban a szerepét, ha a lehető legtöbb releváns téma fejtegetésére ad lehetőséget a lehető legszélesebb körből jövő résztvevők számára (vö. *Ferree, M.M., W.A. Gamson, J. Gerhards és D. Rucht* 2002a: 296 sk.). Ezen modell alapján a tömegmédiá (TV, újság, stb.) radikálisan lecsökkenti a párbeszéd komplexitását, mivel a szereplők közül mindössze néhányat képes publikálni, valamint ezek a médiatípusok politikai és gazdasági nyomás alatt is működnek, ezáltal a valóságot torzítva ábrázolják. Ennek eredményeképpen a média a társadalmi kommunikáció erősen korlátozott modelljét testesíti meg, amely bizonyos közszereplőket előnyös helyzetbe hoz, és valójában megakadályozza a szélesebb körű társadalmi párbeszéd kialakulását.

Gerhards és Schäfer „Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the US and Germany (2009, 1. o. skk)” című tanulmányában a tudományról (Human Genome Research) szóló diskurzusok függvényében vizsgálták az internet mint közszféra hatékonyságát, szembeállítva a hagyományos médiával. Felvetésük alapján a „jobb”

⁸ Egy internetes felmérés alapján: <http://blog.surveymonkey.com/blog/2013/03/25/print-books-vs-e-books-whats-the-future-of-reading/> (utolsó letöltés: 2013. 10.18.)

közsféra több szereplő szerepeltetésével és a köz részéről aktívabb részvétellel jellemezhető. Két ország (Németország és USA) internet felhasználóinak hozzászólásait, a résztvevők számát, társadalmi és szakmai eloszlását elemezve arra a következtetésre jutottak, hogy a különbség a hagyományos (nyomtatott) média és az internetes fórumok között kisebb, mint azt az internet könnyű hozzáférhetősége sejtetné. A szakmai oldalak és szereplők ugyanis a laikusoknál nagyobb súllyal esnek latba a téma tárgyalásakor. Ennek oka véleményem szerint az, hogy a szakmai fórumok előnyösebb pozícióban jelennek meg egy téma tárgyalásakor az internetes keresési eredmények között, mint az amatőr blogok.

Gerhards és Schäfer megemlíti, hogy az eredmények valószínűleg jelentős eltérést mutattak volna olyan országok esetében, mint Kína, ahol a sajtó erősen felülről irányított. Ugyanakkor a tanulmány nem veszi figyelembe a felhasználó által generált tartalmak mennyiségét, az indirekt reflexiók (hozzászólásokra való reagálás, előző hozzászólás gondolatának továbbvitele) és a spontán csoportosulások lehetőségét, amelyre a felülről irányított média esetében kevesebb a lehetőség. A közsféra érdekében történő internetes társadalmi kollaboráció lehetőségei még kétségkívül korlátozottak. A felhasználók reflexiójának bevonása a döntéshozatalba, valamint a diskurzus továbbvitele a virtuális közösségben egyelőre mindössze opcionális lehetőség. A közsféra jövőbeli kiterjesztésében a legfontosabb szerepet szerintem az alulról jövő kezdeményezések játszhatják, amelyeket maguk a felhasználók üzemeltetnek.

3. ONLINE MŰVÉSZET: NET.ART

3.1. Az internet mint kulturális fórum⁹

Felvetődik a kérdés, hogy az internet mint decentralizált közeg, mennyiben befolyásolja a rajta keresztül megjelenő művészet és kultúra fejlődését. A művészet hagyományos formái is kezdeményezésekre építenek, amelyek jöhetnek a művészeti intézmények oldaláról (felülről jövő szervezés), de ugyanúgy lehetnek kezdeményezői maguk a művészek is (alulról felfelé történő szerveződés). Az interneten ugyanez a felosztás sokkal lazább formában figyelhető meg a kultúra terén: egy-egy befolyásosabb alapítvány vagy intézmény által üzemeltetett fórum felvállalhatja az új kulturális értékek terjesztését, azonban a művészek nincsenek kizárólagosan ráutalva az ezeken az oldalakon való megjelenésre. Az alábbiakban két példát mutatnék be arra, hogy művészek, illetve művészeti téren dolgozó szakemberek által elindított levelezőlisták, weboldalak önmagukon túlnöve befolyásolhatják a képzőművészeti diskurzus mentét akár szélesebb körben is, mint ahogy létrehozóik eredetileg elképzelték.

3.1.1. *Rhizome.org* (1996–)

Kiváló példája az internet előnyeit kihasználó szervezetnek a Rhizome.org, amelyet 1996-ban alapított Mark Tribe, művész és kurátor. Kezdetben levelezőlistát hozott létre azok részére, akikkel Tribe az Ars Electronic-án találkozott. 1998-ban egy weboldalt is elindított, amely hamarosan nagy olvasótábort szerzett magának. A kezdetben alulról felfelé történő szerveződéssel létrejövő Rhizome még 1998-ban non-profit szervezetté vált. Céljával az újmédiára épülő művészet online közegben történő terjesztését tűzte ki. Egyedisége abban rejlett, hogy tartalmát nyitott fórumként kezelték; például bárki kezdeményezhetett diskurzust nyílt és moderálás nélküli levelezőlistában. Éppen a kritika hiánya volt a Rhizome kezdeti hiányossága, mivel Mark Tribe egyfajta interkonnektív, kollaboratív platformként tekintett rá, amelyet újmédia művészek, kurátorok, kritikusok és a közönség egyaránt üzemeltet.

2003 óta a Rhizome.org és a New York-i modern művészetek múzeuma (The New Museum of Contemporary Art) között partnerségi kapcsolat alakult ki. A szervezet ma már kiállításokat és művészeti eseményeket szervez, valamint weboldalán több mint 2000 újmédia műalkotás archívuma található.

A Rhizome.org példája arra világít rá, online közegben is megjelenhetnek olyan folyamatok, amelyek az offline világ művészeti életét befolyásolhatják. Az online közeg

⁹ A Rhizome és a Nettime elemzésekor sokat támaszkodom Rachel Greene: *Internet Art* (2004) című könyvére.

jelentősége abban rejlik, hogy képes erőfeszítés nélkül támogatni az alulról jövő kezdeményezéseket, amelyek esetenként számottevő anyagi forrás nélkül is képesek befolyásoló tényezővé válni a művészeti életben.

3.1.2. *Nettime (1995–)*

A Nettime eredetileg nem kifejezetten művészeti tartalmak közlésére létrehozott levelezőlista volt. Sokkal inkább az internetre vonatkozó szélesebb körű diskurzust szolgálta. Létrehozói (Geert Lovnik és Pit Schultz) az internet amerikai értelmezésével szemben – amely értelmében az internet a szabad piac támogatását szolgáló utópisztikus platform – kívántak egy alternatív, kritikai alapokon működő közösséget létrehozni.

A Nettime művészeti témáiban tevékeny alkotók 1997-ben elindítottak egy konferenciasorozatot „The Beauty and the East” címmel. A Soros György által is támogatott esemény Budapesten és Ljubljanában került megrendezésre. Témája az internet mint társadalmi és kulturális „produktum” kritikai elemzése, valamint az egykori keleti blokk művészeinek, kulturális szakembereinek médiumban történő politikai részvétele volt.

A kelet-nyugat közötti szakadék paradigmáját a csoport az internet szociokulturális terének szempontjából elemezte. A keleti országokat fenyegető „balkanizálódás” krízisére a kultúra szemszögéből próbáltak választ találni. Ugyanakkor a konferenciák alatt a kultúra fennálló intézményeinek kritikája is helyet kapott. A szervezői kiáltvány problémaleírása szerint válaszok keresése helyett a kultúra intézményei a „tegnap társadalmi mozgalmi szlogenjeinek újrafeldolgozásával” próbáltak értéket alkotni. Az intézmények problémakerülő magatartását egyfajta konformista politikai felfogással azonosították.

Ezzel szemben az internetre, mint az aktivizmus terére tekintettek, ahol a művészek szabad kísérletezésbe kezdhettek. A Nettime aktivistái a virtuális médiumot társadalmi és kulturális mozgalmak színhelyeként kezelték. Véleményem szerint párhuzamot vonhatunk a Public Art köztereket társadalmi kommunikáció terévé alakító aktivitása és a korai Nettime résztvevőinek hasonló célkitűzései között.

A Nettime művészeti jelentősége elsősorban az, hogy a Net.art megszületéséhez nélkülözhetetlen kontextust adta. Az oldal egyszerű levelezőlístából kulturális fórummá nőtte ki magát, és az újmédia iránt lelkes alkotók gyűjtőhelye lett. A korai Net.art generáció képviselői „találkoztak” ezen a fórumon. Heath Bunting, Vuk Ćosić, Alexei Shulgin és sok más művész rendszeres hozzájárulása révén alakult ki egy olyan online művészeti diskurzus, amely művészi intervenciókon, e-mail art-on és humoros levelek küldésén alapult. Amikor a Nettime moderátorai korlátozni kezdték a művészek kreativitását, a technológiáról szóló

komolyabb diskurzus megtartása érdekében Ćosić, Bunting és Shulgin egyszerűen létrehoztak egy művészeti orientációjú levelezőlistát (7-11), kialakítva ezzel egy moderáció nélküli fórumot.

A Rhizome, a Nettime és számos más korai online művészeti kezdeményezés illusztrálja annak az elképzelésnek a létjogosultságát, amely alapján az internet mint kulturális fórum képes befolyásolni a művészet sorsát. A főként alulról induló (művészek, illetve közönség által kezdeményezett) projektek esetében fenáll a lehetőség, hogy a szélesebb körben értelmezett művészeti világ is felfigyel jelentőségükre. A formálódó kezdeményezések az online közeg képlékenysége miatt rendkívül nyitottak az új ötletek befogadására, a tagokat pedig kizárólag hozzájárulásuk mértéke és minősége rangsorolja.

3.2 Az online művészet definíciója

Az online művészet alatt elsősorban nem műalkotások digitalizálását és online feltöltését kell érteni. Sokkal inkább vonatkozik ez a kifejezés azokra a munkákra, amelyek létének alapja a hálózati közeg. Ezeknek az alkotásoknak többnyire, de nem szükségszerűen attribútuma az ideiglenesség, valamint a gyűjtés és az archiválás nehézsége. Az interneten terjedő művészet nemcsak a hagyományos galéria- és múzeumrendszer kikerülését eredményezte. A böngészőn keresztül már a kezdetekkor is lehetőséget adott a felhasználók virtuális közönségének a műtárgyakkal történő interakciójára. Maga a Net.art elnevezés – Rachel Greene leírásában – Vuk Ćosić szlovéniai művésztől származik, aki egy névtelen e-mailt megnyitva azt tapasztalta, hogy a levél tartalma digitális úton károsodott és olvashatatlan lett. A szövegben Ćosić számára az egyetlen értelmezhető szó a „Net.art” volt (Greene, 2000/05, 162. o.).

Julian Stallabrass, angol művészettörténész az internetes művészetről írt könyvében (Stallabrass, 2003 5. o. skk.) kifejti, hogy az internet az a közeg, ahol a művészet és a kereskedelmi célú tartalomalkotás között a legkeskenyebb a határvonal. A közösen elfoglalt tér, a technikához való kötöttség ugyanis a Net.art számára ugyanazokat a feltételeket szabja, mint a nem művészi célú tartalmak számára. Továbbá kifejti azt is, hogy a Net.art nem ritkán az irónia szemszögéből szemlélve bár, de inspiráció forrásának tekinti a kommerciális webtartalmat.

A mozgalom technikai alapokon működő jelenségként látszólag kevésbé köthető a huszadik század tendenciáihoz, azonban művészeti hatásmechanizmusának gyökerei nyomon követhetőek számos huszadik századi művészeti irányzatban.

Sok Net.art művész például szoros kapcsolatot érez Marcel Duchamp, és a Dadaisták műveivel. A Dadaisták voltak ugyanis azok, akik először véletlenszerű szavakból, valamint instrukciók alapján költöttek verseket. A neten ennek analógiái az algoritmusok és a kód.

A következő nagyobb inspirációforrást az Event-ek és a Happening-ek jelentik (Fluxus csoport – Alan Kaprow, Robert Watts, George Brecht és Yoko Ono), amelyek munkamódszerüket tekintve ugyancsak utasításokra és a közönség aktív részvételére építettek. A Fluxus csoportnak a közönség bevonásával történő művészeti alkotómunkája mintaként szolgálhat az interaktív művészi alkalmazások elemzéséhez. Az online közegben történő aktív részvételre épülő kultúra modelljének művészettörténeti alapjait képezi.

Közvetlenebb kapcsolatot jelentenek a Net.art-al a médiaművészek munkái, például Nam June Paik „Participation TV”-je (1963 – *1. kép*). Azzal, hogy Paik egy mikrofonba bement hangot vizuális jellé alakít át a néző technikai közegbe történő, alkotáshoz nélkülözhetetlen elemként való bevonását kísérte meg.

Véleményem szerint az összes később elemzett műalkotás eszmei és technikai alapját a Net.art képezi. Ezért szeretnék részletesebben bemutatni néhány alkotást a kilencvenes évek alkotásaiból, valamint azokból az újabb munkákból, amelyek szervesen építkeznek Net.art hagyományokra.

3.3. Példák Net.art művekre

3.3.1. E-mail Art (1990-es évektől)

A hatvanas évek mail art mozgalmanak mintájára fejlődött ki, azaz e-mailen keresztül történő művészi célú kommunikációt jelent. A papír alapú mail art-hoz képest annyi a különbség, hogy számítógépes grafikát, animációkat, szkennelrel digitalizált képeket is tartalmazhat. Az első e-mail art munkák Chuck Welch-hez, a mail art egyik művészeinek nevéhez fűződnek. Az interaktivitás módjára jellemző, hogy főként művészek vesznek részt az alkotásban, akik más művészek által küldött levelekre reagálva, azokat jelentésben kiegészítve online műveken keresztül válaszolnak. A műalkotás magának a kommunikációnak az eredménye.

3.3.2. Telegarden (1995) (2. kép)

Korai példája lehet a valóságot az internettel összekötő interaktív művészetnek az 1995-ös „*Telegarden*” (Ken Goldberg és Joseph Santarromana). Műfaját tekintve telerobotikai műalkotásként kategorizálható, mivel a felhasználók az interneten keresztül egy valódi

robotkart irányítottak, amely valódi kertben ültetett magokat és locsolta a talajt. A rendszer üzemelésének kilenc éve alatt egyfajta virtuális kertészközösség alakult ki a projekt révén. A Telegarden metaforája a virtuális közösségeknek, amelyeket szintén az egyén a közösség ügyében történő tevékenysége tart fent. Fontos, hogy a közönség ebben az esetben autonóm döntéseket hozhatott, mivel mindenkinek egyformán hozzáférése volt a robotkarhoz, és amennyiben nem tartotta tiszteletben a mások által művelt területet, lehetősége volt rá, hogy elpusztítsa mások munkáját. Interaktivitás szempontjából a Telegarden véleményem szerint kiemelkedik a hasonló alkotások közül, mivel a közönséget morális döntések meghozatalára készítette.

3.3.3. *Stock Market Skirt* (1998) (3. kép)

Nancy Paterson telerobotikai alkotása. A munka egy próbababára felhelyezett elegáns ruhából és több videó kijelzőből áll, amelyek valós idejű tőzsdei adatokat mutatnak. Egy számítógépes program folyamatosan követi a tőzsdei adatok mozgását, és pozitív vagy negatív impulzusokat küld egy elrejtett elektromotornak. A motor ezután nehezekek és kábelek segítségével felfelé vagy lefelé mozgatja a szoknya alsó szegélyét, ezzel reflektálva Desmond Morris és Helmut Gaus elméletére. Az elmélet szerint a női ruhák, különös tekintettel a ruha szegélyének magasságára, tükrözik a gazdaság hangulatát. Az elmélet szerint a romló gazdasági körülmények eredményeképpen a női ruhák szegélye lejjebb kerül, míg maguk a ruhák kevésbé színesek. Javuló gazdasági körülmények hatására a szoknyák rövidebbek és színesebbek lesznek.

Paterson kiberfeminista alkotása kritikája egy olyan világnak, amelyet férfiak irányítanak technológia mögé bújva, míg a nők tárgyiasított produktumai ezeknek a folyamatoknak. Közvetlen interaktivitásról nem beszélhetünk a mű esetében, viszont érdekes példáját látom benne egy olyan alkotásnak, amelynek keretében egy személytelen adatot (napi gazdasági és tőzsdei információk) személyes dimenzióba emel át.

3.3.4. *Lorna Mills* (4. kép)

Lorna Mills, kanadai internet művész egy olyan médiumban dolgozik, amely elsősorban internetes animált tartalmak terjesztésére szolgált: animált GIF fájlokat szerkeszt, olyan képsorokat, amelyek összefűzve rövid videóként funkcionálhatnak. Mills a médiumot spontaneitása, szükségzavúsága és a benne rejlő technikai kihívások miatt választotta, valamint azért, mert kifejezetten az internet közegehez köthető. Alkotói hozzáállását elsősorban a remixelés jellemzi: az interneten talált tartalmakat letölti és manipulálja, így hoz létre egyedi

narratívát. A GIF technikai korlátai miatt valahol a fotográfia és a videó között helyezkedik el. Az animáció kimozdítja a képet a mozdulatlanságból, de a mozdulat végtelenített ismétlődése egyben olyan merevségbe is kényszeríti az alkotásokat, ami inkább a múzeumok, képtárak műveire jellemző. Mills ebben a köztes világban alkotja hisztérikusan kaotikus és kissé sötét hangulatú műveit, amelyek társadalmi szatíráként is értelmezhetők: az internet társadalmának patológikus oldalára reflektálnak.

3.3.5. *Identity* (2009) (5. kép)

Ralph Ueltzhoeffer, német konceptuális művész az interneten található tartalmat helyezi vizsgálódásának fókuszába. A tartalom, szöveg és kép kombinációjaként jelenik meg, hasonlóan Joseph Kossuth munkáihoz. Azonban Ueltzhoeffer nem a médium mint tartalomközvetítő szerepét kutatja. Sokkal inkább reflektál a digitalizált szöveg és kép felcserélhetőségére, a digitális tartalmakkal való visszaélés lehetőségére és az internetes tartalom művészi médiumként való értelmezésének lehetőségére. Műfaji meghatározása a szövegportré, azaz olyan arcképek sorozata, amelyek mögül átsejlik egy a témára reflektáló szövegrész (leggyakrabban a portré alanyának életrajza).

Az *Identity* című munkája kifejezetten virtuális publikálásra szánt portré. Főle mozgatva a kurzort megmutatja a portrét felépítő szöveg részletét, amely a virtuális személyiség-tolvajlásról szól. Ezzel a munkával Ueltzhoeffer az interneten található személyes adatok veszélyes vonatkozásaira hívja fel a figyelmet.

3.3.6. *My Boyfriend Came back From the War* (1996) (6. kép)

Olia Lialina Net.art alkotása. A művésznő alkotása egyike az első hipertext narratíváknak, ahol a történet azáltal bontakozik ki, hogy a néző különböző méretű ablakokban lévő szövegekre, illetve képekre kattint. A szöveg és a képek együttese a háborúból hazatérő férfival való kommunikálás nehézségeit írja le. Szó esik házasságról és megcsalásról is, ezeket párhuzamos történetvezetés formájában talál a műalkotás. A kattintások sorrendje teljesen szabad, az egymás mellett lévő ablakok az interaktivitás képzetét keltik a nézőben. A narratíva viszont egyirányú, mivel minden kattintás egy lépéssel viszi tovább a történet egyik képkockáját. Lialina munkája időközben számos net-művész remixének tárgya lett. Hatását annak köszönheti, hogy érzelmileg gazdag narratívát képes egy webes környezetben megjeleníteni olyan mértékű drámaisággal, amelyre csak kiforrottabb médiumok képesek, mint amilyen a film.

3.4. A Net.art problémafelvetése

Mint a fent bemutatott néhány munka is jelzi, az online művészet jellegében heterogén. A weboldaltól kezdve a távolról mozgatott robotkarig mindenféle kísérlet megtalálható. Annak eldöntéséhez, hogy szigorú értelemben mi minősül műalkotásnak és mi nem, a virtuális közeg kevés támpontot nyújt. Véleményem szerint a művészet definícióját itt tágabban kell értelmezni, mint általában, mivel az áthatás a művészeti munka, a tudományos kísérlet és a kereskedelmi tartalom között nagyobb a virtuális térben, mint a fizikai világban.

Ezt a kaotikus keveredést hívatott szatirikusan reprezentálni az Alexei Shulgin által alapított internetes művészeti pszeudodíj, a WWWART AWARD-díj is, melynek archivált változatát a művész weboldalán érhetjük el (www.easylife.org/award/¹¹). A díj weboldala szerint „Az internet egy nyílt tér, ahol a »művészet« és a »nem művészet« közötti határvonal jobban elmosódik, mint bármikor a huszadik század folyamán. Emiatt találunk olyan kevés »művészt« ebben a térben. Itt fennáll a lehetősége a félreértelmezésnek, illetve a »művészi« identitás elvesztésének. Ez ugyanakkor jó is lehet. A megszokott művészeti intézmények és infrastruktúra itt nem létezik. Az internet művészetet eddig még nem fizetik meg igazán jól...»¹²

A művész értelmezésében az internet nem rendelkezik azokkal a hierarchikus struktúrákkal, amelyek a való életben a művészetet meghatározzák. A művészi identitás elvesztését akár pozitív fejleményként is értékeli, amely rámutat azokra a folyamatokra, amelyek a Net.art megszületéséhez vezettek: a Net.art művészek többsége Kelet-Európából érkezik, ahol a hagyományos társadalmi keretek megváltozására a művészek az új technológiák adoptálásával reagáltak. A művészek underground találkozókat szerveztek (például a Beauty and the East találkozóval párhuzamosan volt Ljubljanában az első Net.art találkozó is), levelezőlistákat sajtótítottak ki művészeti diskurzusokhoz. Szerepük a korai internet történetében leginkább a gerillaharcosokéhoz hasonlított. Vuk Ćosić például egy az egyben lemásolta a CNN weboldalát és azt internet művészetre vonatkozó tartalommal töltötte ki. Ezzel a politikai célokkal történő hackertámadások módszerét alkalmazza a művészetben. Shulgin az interneten leggyakrabban használt ready-made elemekből, beviteli mezőkből és gombokból rajzolt interaktív tankot, ezzel kritizálva az internet sémákra építő

¹⁰ (utolsó letöltés: 2015. 08. 20.)

¹¹ (utolsó letöltés: 2015. 08. 20.)

¹² „internet is an open space where the difference between "art" and "not art" has become blurred as never before in XX century. that's why there are so few "artists" in this space. there is possibility of misinterpretation and loss of "artistic" identity here. this might be welcome. there are no familiar art institutions and infrastructures here. internet art is not well paid so far...” (ford: szerző, utolsó letöltés: 2015. 08. 20.)

konformitását. Ilyen és ehhez hasonló underground megmozdulások alakították ki a Net.art esztétikai hitvallását, amely javarészt meglévő tartalmak újraértelmezéséből indult ki, vagy a technológiát használta fel társadalom- és művészetkritika megfogalmazásához.

A Net.art jelentőségét számomra a tartalom szabad felhasználása adja, mivel függetlenül a tartalom eredeti létrehozójától, más kontextusba helyezve azt, egészen másfajta értéket képes közvetíteni. A Net.art művészei tehát a művészet és a nem-művészet közötti határvonal szándékos elmosásával, kereskedelmi tartalmak átértelmezésével, viszonylag egyszerű eszközökkel hoznak létre reflexiókra épülő műalkotásokat.

4. A TÁRSADALMI MÉDIA ALAPÚ KREATIVITÁS: A CROWDSOURCING SZÜLETÉSE

A Net.art korai szakaszát követően a kilencvenes évek végén az internet technológiai lehetőségei érettebb korba léptek. Az addigi multimédiás tartalmak mellett egyre nagyobb szerepet kapott az interaktivitás és a hálózat azon tulajdonsága, hogy embereket köt össze a világ minden tájáról. Ez a figyelem-eltolódás a kétirányú kommunikáció felé katalizátorként hatott a web 2.0 elterjedésére. A virtuálisan magányos felhasználó, aki egy monitor előtt ülve leginkább fogyasztója volt a tartalomnak, hirtelen egy virtuális közösség részévé vált.

Ez a közösség időtől és tértől függetlenül elérhető, valamint anonim, amely egyszerre szolgál előnyül és hátrányul is. Előnye, hogy a közösség résztvevői közt nincsen hierarchia vagy alá- és fölérendeltségi viszony. Az egyetlen fokmérő a közösség érdekében végzett tevékenység. Az aktívabb tagok és az oldalon régebb óta tevékenyek megbecsültebbek, mint a passzív szemlélők. Hátránya, hogy az információ értéke kétséges, mivel forrása gyakran ellenőrizhetetlen.

Mivel az interneten az információ (és ezzel együtt a gondolatok) közel fénysebességgel áramlik, az idő korlátozó tényezőjét gyakorlatilag figyelmen kívül hagyhatjuk. Ez radikálisan felgyorsítja a kreatív ötletek kicserélődését. Az internet így széleskörű elérhetőségének köszönhetően globális fórumként működik. Az időbeli és térbeli korlátok megszűnése mellett nagy előnye még az aszinkronitás: a feltöltött információ nem igényel azonnali reagálást, mivel későbbi időpontban is rendelkezésre áll. Mindez hozzájárul a felhasználó, illetve a médiafogyasztó emancipációjához, aki ezáltal az információ passzív fogyasztójából a feltöltött tartalom aktív létrehozójává válhat.

Számos filozófus, társadalomtudós és kommunikációelméleti szakértő vizsgálja az online közösségek tagjai közötti kommunikációt és szerveződésük mintáit. Mivel a társadalmi média alapú művészet a virtuális közösségekben történő online interakcióra épít, ezért a crowdsourcing tárgyalása előtt szeretnék egy rövid bepillantást nyújtani a területet kutatók azon elméleteibe, amelyeket az online kultúra fejlődését tekintve a legrelevánsabbnak tartok.

4.1. A kollektív intelligencia elmélete

Surowiecki (2004) a „The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations” című könyvében azt az elméletet vázolja fel, hogy megfelelő körülmények között egy csoport

sokkal intelligensebb és hatékonyabb problémamegoldó lehet, mint a csoportban lévő legokosabb ember. Ehhez azonban három tényezőnek kell teljesülnie: a csoportnak függetlennek kell lennie, diverznek és bizonyos szempontból decentralizálnak.

Példaként felhossa a „Legyen ön is Milliomos” (Who Wants to Be a Millionaire) című kvízműsört, amelyben a résztvevőnek tizenöt kérdésre kell sorban válaszolnia, hogy elérje az egymillió dolláros nyereményt. Amennyiben a résztvevő bizonytalan a választ illetően, több lehetősége van: az egyik megkérdezni a közönséget, egy másik pedig egy általa választott személyt felhívni. A statisztikák szerint a megkérdezett személyek esetén a válaszok 65%-a volt helyes. Ugyanez a közönség esetében 91%-os arányt mutat. Surowiecki a statisztikai különbséget a diverz nézőpontok aggregációjaként értelmezi, amely túlmutat az egyedi nézőpontok hatékonyságán.

Az elmélet kritikusai az empirikus kutatáson alapuló bizonyítékok hiányát róják fel,¹³ valamint azzal érvelnek, hogy a hipotézis elsősorban akkor érvényes a gyakorlatban is, amennyiben nincsen szükség speciális képzettségre; a fent említett nyereményjátékban például a felvetett kérdések többsége vagy mindegyike megválaszolható speciális előképzettség nélkül is.

Az utóbbi érvelésnek azonban ellentmondanak a szoftverfejlesztés újabb tendenciái. Az elmúlt egy-két évtizedben egyre nagyobb teret hódít ugyanis az ún. „open source”,¹⁴ vagyis a nyílt forráskódú szoftverkészítés (például: Linux operációs rendszer). Ez lehetővé teszi az egymástól szervezetileg teljesen független fejlesztők együttműködését. Az open source formátum egyik első pártfogója Eric S. Raymond (vö. *Raymond, Eric S.* 1999, 19. o. skk.) kétféle nyílt forráskódú szoftverfejlesztési módszert vázol fel: a „Katedrális” és a „Bazár” modelljét. A „Katedrális” modell esetében a forráskód a szoftver kiadásakor válik elérhetővé. A fejlesztési idő alatt csupán egy kisebb csoport fejlesztőre korlátozódik a hozzáférés.

A „Bazár” modell ezzel szemben valódi nyílt fejlesztési modellt jelent. Az interneten keresztül történő fejlesztés során a közönség is bepillantást nyerhet a folyamatba. A „Bazár” modell előnye Raymond szerint, hogy a forráskódot szélesebb körben és változatosabb környezetben tesztelik, ezáltal minden hibára hamarabb fény derülhet. Ezzel szemben a „Katedrális” modell esetében sokkal több erőforrást kell áldozni a hibakeresésre, ugyanis a

¹³ Vö.: *ter Kuile, Franciscus Alexander* (2011), *The State of Crowdfunding: A Review of Business Models and Platforms*. Master Thesis, Universiteit van Amsterdam. 7. o. sk.

¹⁴ Az open source szoftverek nyílt, azaz szabadon szerkeszthető forráskóddal rendelkeznek. A licenzmentes szoftverkészítés előnye, hogy bármilyen fejlesztés az eredeti kódon, szabadon kiadható jogdíj fizetése nélkül. Legjellemzőbb példája a Linux operációs rendszer. Egyéb példák: Blender és Gimp (3D modellezés és fotóretusálás), Arduino (kontroller szoftver, amellyel hardvert irányíthatunk).

kódba csak néhány fejlesztő lát bele. Raymond „Bazár” modellje azt illusztrálja, hogy az egész világra kiterjedő kollaborációval és csapatmunkával sokkal hatékonyabban lehet létrehozni tartalmat, mint hagyományos eszközökkel.

Page (2007, 23. o. skk.) Surowiecki elméletét továbbgondolva kifejti, hogy egy problémamegoldó szituációban a folyamatnak előnyére válik, amennyiben egy probléma megoldására több különböző perspektívát képviselő ember ad javaslatot. Különösen érvényes ez abban az esetben, amennyiben ezek az emberek nem szakemberei az adott területnek. Ez az elmélet szintén érvként hozható fel a „Bazár” modell elosztott tudást (distributed knowledge) kamatoztató módszere mellett.

Az online közösségek kooperatív projektjei Raymond „Bazár” modelljének analógiájára épülnek, amennyiben a közösség nyitott a többi internet felhasználó számára. Az online környezetben ugyanakkor Surowiecki három követelményének is könnyebb megfelelni, mint hagyományos intézményi keretek között. Emiatt ez a környezet kedvezőbb feltételeket biztosít az úgynevezett kollektív intelligencia jelenségének vizsgálatára.

A kollektív intelligencia elméletét Pierre Lévy, médiateoretikus vezette be, amely hálózati alapokon működve egyfajta kollektív tudás és megosztott intelligencia létrejöttét feltételezi. Lévy szerint „senki nem tud mindent, mindenki tud valamit” (Lévy, 1997, 13. o. sk.).¹⁵ Amennyiben ez a részleges tudás és tapasztalat egy valós idejű, fejlődő hálózat részévé válik, nagyobb egység alakulhat ki: a kollektív intelligencia. Ez a nagyobb egység nem egyenlő a részleges intelligencia átlagával; sokkal inkább azok aggregátumát jelenti (vö. *Brabham*, 2013).¹⁶ Lévy kollektív intelligencia elmélete azért vált az egyik legfontosabb kibertársadalom-elméletté, mert a legtöbb kortárs elemzővel szemben a szerző az internetben nem csak a piaci potenciált látta meg, hanem egy megnyíló szellemi közeget, amely a tudás számára biztosít teret. A szerző szavaival a technológia lehetővé teszi egy közösség tagjai számára egy virtuális „tudásuniverzumon” belül a közöttük történő interakció koordinálását. Ez az önszerveződés ideális esetben ahhoz vezet, hogy az egyén diverz képességeit a közösség felismeri és elismeri, ezáltal mobilizálja a közös tudás és a kollektív intelligencia felépítése érdekében. A szellemi kapcsolat és közösségépítés, illetve az ezen keresztül manifesztálódó invenció és kreativitás Lévy szerint nem automatizálható, ezért mindig értékes marad.

¹⁵ „No one knows everything, everyone knows something...” ford.: a szerző

¹⁶ *Brabham, Daren C.* Crowdsourcing MIT Press Essential Knowledge, 2013. 05. 10. Fejezet címe: Collective Intelligence and the Wisdom of Crowds. (E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek).

A szerző által felvázolt szellemi közeg független a virtuális kereskedelem terétől; sőt azzal szemben áll, mivel a kollektív tudás építésében való részvétel Lévy szerint feloldja a kapitalizmus által okozott elidegenedést. Szerinte a nemzetállamok hegemoniáját és a vállalati kapitalizmus gazdasági hatalmát a közeljövőben felemelkedő, tudáson alapuló közösségek ellensúlyozzák majd. Mivel ezek a közösségek hálózati alapokon működnek, lehetőséget teremtenének arra, hogy a gazdasági és politikai határok által fenntartott nemzetközi feszültségek feloldódjanak.

A szerző által felvázolt „virtuális agora”, azaz a virtuális közegben működő közvetlen demokrácia (direct democracy) – amely lehetővé tenné, hogy mindenki a saját életét rendezze közvetlen állami vagy egyéb intézményi befolyás nélkül – kísértetiesen hasonlít a hatvanas években divatos újbaloldali mozgalmak elveinek utópisztikus víziójára.¹⁷ Emiatt a gondolat egyfajta kiberutópia képzetét kelti. Lévy elmélete ennek ellenére kiválóan alkalmazható az olyan virtuális jelenségek elemzésekor, mint például a crowdsourcing vagy az open source projektek, ahol a felhasználók részben vagy egészében önszerveződő közösségekként járulnak hozzá a kollektív tudás összegyűjtéséhez, létrehozásához.

4.2. A crowdsourcing definíciója

A crowdsourcing az utóbbi években egyre több kutatás témájaként szerepel, mint olyan lehetőség tömegek aktív részvételével történő tartalomalkotásra, amely szervesen épít az elmúlt évtized technikai fejlődésére. Maga a kifejezés azt a tevékenységet jelöli, amikor egy egyén, szervezet vagy cég olyan feladatokkal, amelyeket előzőleg alkalmazottak láttak el, emberek egy meghatározatlan (általában nagyszámú) csoportját bízta meg, nyílt felhívás formájában (Howe, 2006). Brabham (2013) értelmezésében az interneten kívül nem értelmezhető a crowdsourcing jelensége, mivel egyedül a világháló tesz lehetővé hatékony, hálózati alapú kreatív gondolkodást.¹⁸

Jeff Howe (2006), a Wired magazin munkatársa vezette be a köztudatba a kifejezést, a crowd (tömeg) és az outsourcing (vállalkozáson kívüli erőforrások igénybevétele) szavak összevonásával. A hagyományos outsourcinghoz képest, ami a gyakorlatban olcsó külföldi munkaerő bevonását jelenti a termelési folyamatba, a crowdsourcing kihasználja a web 2.0 alkalmazások kollaborációt támogató előnyeit, valamint az internet azon tulajdonságát, hogy

¹⁷ Vö.: Richard Barbrook Pierre Lévy kollektív intelligenciaelméletéről írt kritikájával: Barbrook, Richard (1997): A review of Pierre Lévy's Collective Intelligence. In: New Scientist 2112, 1997. 12. 13.

¹⁸ Brabham, Daren C. Crowdsourcing MIT Press Essential Knowledge, 2013. 05. 10. Fejezet címe: Drawing Boundaries (E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek).

egyszerre nagyszámú potenciális bedolgozót képes bevonni egy folyamatba. Különbség még az is, hogy a hagyományos outsourcing többnyire cégek bevonását jelenti, míg a crowdsourcing közvetlenül a munkát végzőket veszi célba egy online felhívás keretein belül.

Schenk, (2009, 3. o.) kifejti, annak ellenére, hogy az első crowdourcing platformot, az InnoCentive-t 2001-ben indította el egy gyógyszergyártó cég (Eli Lilly), és Howe cikke 2006-ban közismertté tette az üzleti világban, a tudományos körökben arányaiban kevés elemzés tárgyalja a jelentőségét. A legtöbb forrás indirekt módon foglalkozik vele az Open Source és a web 2.0 függvényében (vö. *Dahlander és Magnusson*, 2008; *Ågerfalk és Fitzgerald*, 2008, *Tapscott és Williams*, 2007; *Albors és mtsai.*, 2008).

A crowdsourcing jelentős előnye az outsourcinghoz képest, hogy nyílt felhívásos alapon működik; a problémaleírás nem csak szakemberekhez jut el, hanem sokkal szélesebb közönséghez is. Howe cikkének egyik példája az InnoCentive weboldala, ahol a nagy cégek (Colgate-Palmolive, Procter and Gamble) kutatási és fejlesztési laboratóriumai által felvetett problémák 30 százalékát külsős emberek oldják meg. Megoldásonként a cégek 10 000-100 000 dollárt fizetnek, ami általában jelentősen kisebb összeg, mint amibe a laboratóriumi kutatás kerülne. A hosszú távú elképzelés az, hogy a decentralizált, hálózaton felosztott tudás korában a vállalatok nem támaszkodhatnak pusztán a saját kutatási és fejlesztési forrásaikra (vö. *Schenk*, 2009, 7. o.). Emellett a problémával foglalkozók diverz szakmai háttere is előny jelenthet a megoldásnál.

Jeppesen és Lakhani (2010, in: *Organization Science* 21, 1016–1033) kutatása alátámasztja azt az elméletet, amely szerint az InnoCentive esetében egy problémát nagyobb eséllyel old meg valaki, akinek a szakterülete nem esik egybe a kutatott probléma szakterületével. Elméletük alapján egy biológus előbb képes megoldani egy olyan kémiai problémát, amely a szakterületnél szélesebb látókört igényel, mint egy vegyész. Ezzel párhuzamosan Jeppesen és Lakhani azt is megállapította, hogy a nők, akik a tudományos intézményekben kevésbé jelentős számban és jelentőséggel képviseltetik magukat, jobb teljesítményt értek el az online problémamegoldás során, mint a férfiak. Mindez annak köszönhető, hogy a szakterület margóiról jövő „külsősök” olyan egyedi nézőpontokat képviselhetnek, amelyekre a szakmabeliek képzettségük miatt nem képesek.

Véleményem szerint Lévy kollektív intelligenciaelméletére építve (misperint egy olyan egységesen elosztott intelligencia, amely állandó fejlődésen megy keresztül és valós időben koordinált, a képességek hatékonyabb kihasználáshoz vezet), a crowdsourcing lehetőséget ad kollaboratív kutatómunka vagy egyéb kreativitást igénylő feladat hatékony elvégzéséhez. Megfelelő körülmények között és megfelelő motiváltság esetén ugyanis

nagyobb embercsoportok is képesek olyan módon együttműködni, hogy kollektív intelligenciájuk kiaknázásával hatékony eredményeket érjenek el.¹⁹

A crowdsourcing igénybevételével zajló ötletbörze Mark Granovetter, szociológus elméletére is épít. Szerinte a leghatékonyabb hálózatok azok, amelyek a legszélesebb körből származó információ, tudás és tapasztalat kapcsolódásából születnek (*Granovetter*, 1973, in: *American Journal of Sociology* 1360–1380. o.). *Brabham* (2013) megkülönbözteti az open source (szabad szervezésű) projektet a crowdsourcingtól, azon elv alapján, hogy a crowdsourcing minden esetben felülről jövő (szervezet vagy egyén általi) szervezést igényel.²⁰

Bár a crowdsourcing mint metodológia legtöbb alkalmazási területe üzleti alapokon működik, az anyagi kompenzáció motivációs tényezőként nem elengedhetetlen része a résztvevők motivációjának (vö. *Literat*, 2012, 2963. o. sk.). Tulajdonképpen egy rugalmas modellel állunk szemben, amely az árucikkek termelésétől kezdve, a multimédia-tartalom szerkesztésén keresztül tudományos, művészeti és politikai kérdések megoldásáig használható.

Jeff Howe (2008, 146. o. skk.) négy különböző típusú crowdsourcing metódust különböztet meg annak alapján, hogy a felhasználóktól milyen típusú hozzájárulást várnak: tudást (crowd wisdom), alkotást (crowd creation), szavazást (crowd voting), illetve pénzügyi hozzájárulást (crowd funding).

4.3. Példák a crowdsourcing alkalmazási területeire

Mielőtt a művészet terén alkalmazott crowdsourcing bemutatására térnék, szeretnék röviden ismertetni a nem művészeti célú crowdsourcing projektek közül néhányat elsősorban ismeretterjesztés céljából. A crowdsourcinggal foglalkozó kutatási anyagok többsége ugyanis a módszer gazdasági oldalát hangsúlyozza ki, mivel az outsourcinghoz hasonlóan a crowdsourcing is jelentős anyagi és időbeli megtakarítást jelent a cégek számára. Az egyik első crowdsourcing weboldalt, az InnoCentive-et is kifejezetten olyan problémák megoldására alapították, amelyek megoldása túlzottan sok időbeli és pénzügyi erőforrást emésztene fel, amennyiben cégen belül keresnének rá megoldást. A kollektív kreativitás crowdsourcolása

¹⁹ Vö.: idevágó kutatások: Benkler, 2006; Rheingold, 2002; Surowiecki, 2004.

²⁰ Brabham, Daren C. *Crowdsourcing MIT Press Essential Knowledge*, 2013. 05. 10. Fejezet címe: Commonly Considered to Be Crowdsourcing—but Technically Not Crowdsourcing (E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek).

azonban hamarosan felkeltette a kreatív szakma figyelmét is, többek között például az iStockphoto-ét, amely amatőr és félprofi fotósok képeinek eladásával jelentős árelőnyt tudott felmutatni a profi fotósok munkadíjához képest. Az alábbiakban néhány példát mutatok be a crowdsourcing alkalmazási lehetőségeiről. A lista nem a teljesség igényével készült; célja, hogy áttekintést adjon a crowdsourcing lehetőségeiről és nem művészeti felhasználási területeiről.

4.3.1. *InnoCentive*

Innovációs projektek kiszervezésével foglalkozó weboldal. Számos tudományterületet ölel fel: mérnöki, informatikai, matematikai, vegyészeti, természettudományos, fizika és üzleti témájú problémákat hirdethetünk meg rajta nyílt felhívás formájában. A meghirdetett pénzjutalmat a legjobb megoldás szállítója nyeri el, azok közül, akik megfeleltek a kihívás paramétereinek. A jutalom többnyire 10 000–100 000 dollár közötti összeg. Az Innocentive legnagyobb kliensei a Procter and Gamble, az alapító Eli Lilly and Company; de megtalálható a megrendelők között a NASA, az amerikai légierő kutatólaboratóriuma (Air Force Research Lab), valamint a Rockefeller alapítvány is.

4.3.2. *Amazon Mechanical Turk*

A crowdsourcing piacaként is ismert Mechanical Turk az egyik legismertebb crowdsourcing weboldal. Feladata a kollektív intelligencia és feladatmegoldás lehetőségeinek kihasználása céljából összekötni munkaadót és munkavállalót. Elsősorban cégek, valamint szervezetek számára teszi lehetővé, hogy egyes részfeladatokat online dolgozóközösség bevonásával olcsón és hatékonyan végeztessenek el. Példák: fordítás, felmérések adatainak feldolgozása, információgyűjtés és egyéb feladatok, amelyeket emberek a számítógépeknél hatékonyabban képesek elvégezni. A nagyobb feladatokat kisebb részfeladatokra osztják fel. Ezek megoldását darabonként lehet vállalni. Egy-egy részfeladat megoldásáért kisebb összegű kifizetés jár (általában kevesebb, mint egy dollár).

4.3.3. *Threadless*

Pólóeladásra specializálódott weboldal. Bárki feltölthet dizájntervet, amelyet a közösség többi tagja nullától ötig tartó skálán értékel. A legtöbb pontot kapott pólóterveket a Threadless chicagói központjában legyártják, és online felületen eladják a közösség tagjainak. A nyertes dizájn készítője 2000 dollárt kap készpénzben, valamint egy 500 dolláros vásárlási utalványt.

A cég számára a crowdsourcing lehetőséget ad, hogy a tervezés mellett egyben piackutatást is végezzenek, és csak a legnépszerűbb terveket valósítsák meg, ezzel minimalizálva az új termék bevezetésének rizikóját (vö. *Brabham, 2013*).²¹

4.3.4. *iStockphoto*

Jogdíjmentes fotók eladására specializálódott weboldal. Bárki lehet feltöltő. A hagyományos fotólicenckhez képest, amelyek több száz dollárba kerültek, az iStockphoto már egy dollár körüli összegért kínál jó minőségű fotókat. Az oldal sikeressége abban rejlik, hogy kihasználja az amatőr fotósok egyre növekvő tömegét, a fotózás (korábbihoz képest) kisebb anyagi és pénzügyi előfeltételeit.

4.3.5. *Wilogo*

Crowdsourcing alapú design-ra épülő weboldal. A kreatív feladatokat (általában logótervezés) nyílt felhívás formájában kapják meg az oldalon működő felhasználók, ezért egy feladatra több dizájnér is jelentkezhet.

4.3.6. *Atizo*

Az Atizo egy kreatív crowdsourcing platform, amely a legkülönbözőbb problémák megoldását vállalhatja. Ezek általában valamilyen új termék kifejlesztését célozzák meg.

1. táblázat: Összehasonlító táblázat üzleti crowdsourcing projektek céljairól és díjazási rendszeréről

Elnevezés	Cél	Elindítva	Díjazás
InnoCentive	Problémamegoldás és innovációs projektek támogatása	Eli Lilly, 2001	1000–1,000,000 USD
Mechanical Turk (MTurk)	Tartalomkezelés és mesterséges intelligencia	Amazon, 2005	Mikrokifizetések (<1 USD)

²¹ *Brabham, Daren C.* Crowdsourcing MIT Press Essential Knowledge, 2013 05. 10. Fejezet címe: Crowdsourcing in Action. (E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek).

Threadless	Grafika, pólótervezés	Start-up, 2000	2000–2500 USD
iStockphoto	fotó	Start-up, 2000	1–150 USD / kép
Wilogo	Grafika, dizájn	Start-up, 2006	körülbelül 300 EUR
Atizo	Innovációs koncepek	Start-up, 2007	>2000 CHF

4.4. A crowdsourcing egyéb alkalmazási területei

4.4.1. Wikipedia

A crowdsourcing felhasználása az üzleti célú projektek mellett az információáramlásban és a kultúrában is jelentős. A legjobb példa erre a Wikimedia Foundation online enciklopédia projektje, a Wikipedia. A Wikipedia a legnépszerűbb online enciklopédia, amely tartalmát teljes egészében az online közösség munkájának köszönheti.

Brabham (2013, 1. fejezet) szerint a Wikipedia nem sorolható a hagyományos értelemben vett crowdsourcing alapú projektek közé.²² Sokkal inkább a szabad szervezésű open source projektekhez tartozik, mivel a cikkek megírásakor nincs felülről jövő direktíva azok témájára, illetve tartalmára vonatkozóan. A Wikimedia Foundation inkább csak eszközt biztosít a felhasználók számára, a szabad tartalomalkotáshoz. A crowdsourcing jellemző módszere, hogy a projekt felülről jövő kezdeményezés hatására (top-down) jön létre, és itt megfordul, mivel a kezdeményezés a felhasználók kezébe kerül (bottom-up). *Brabham* elmélete, bár leszűkíti a crowdsourcing definícióját, egyelőre nem vált általánosan elfogadott véleménnyé a crowdsourcing kutatásában.

4.4.2. YouTube

A YouTube talán a világ legsikeresebb videómegosztó weboldala, ahol a tartalmat kizárólag felhasználók töltik fel. A Google által fenntartott oldal online videó feltöltésére és megtekintésére specializálódott platform, amely egyben társadalmi média (fórum) funkcióval is rendelkezik, vagyis kizárólag crowdsourcing-olt tartalmat jelenít meg. A videókat lehet „lájkolni”, kommentálni, válaszvideókkal reagálni rájuk. A Wikipediával ellentétben nem non-profit oldal. A jövedelmet az egyes videók előtt lejátszott rövid reklámfilmekből termeli.

²² Alfejezet címe: Birth and Buzz. E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek.

4.4.3. Facebook, Twitter és blogok

Közös tulajdonságuk, hogy mindegyik online tartalmegosztó funkcióval rendelkezik. A cél a felhasználók által feltöltött tartalmakat mások számára láthatóvá tenni. A felhasználók (az esetek többségében) reagálhatnak, kommentárokat fűzhetnek a tartalomhoz, illetve olvashatják egymás hozzászólásait. A feltöltött szöveg, kép vagy videó így nem az üzemeltetőtől jön, hanem crowdsourcing útján kerül feltöltésre.

4.4.4. TV műsorok

Jeff Howe eredeti cikkében (2006) megemlíti néhány tévéműsort az Egyesült Államokban, amelyek vetítési anyagukat crowdsourcing útján szerzik (pl.: America's Funniest Home Videos). A crowdsourcing előnye ebben az esetben, hogy míg egy fél órás tévéműsor előállításának költsége megközelítheti az egymillió dollárt, addig a crowdsourcing-olt anyag ennek töredékéért megszerezhető.

4.4.5. Zene

Példa lehet crowdsourcingra még a Canadian Broadcast Corporation (CBC) felhívása az egyik legnépszerűbb műsoruk, a „Hockey Night in Canada” nyitózenéjének szerzésére 2008-ban. Az eredeti nagy népszerűségnek örvendő zeneszámot (Hockey Theme, 2010) szerzői jogi viták miatt kellett lecserélni. A CBC 100 000 dollárt és a szerzői jogok 50%-át ajánlotta fel az online verseny győztesének. Feltehetően az összeg jóval kevesebb volt, mint az eredeti zenét újralicenzelni (*Bannerman, 2013*).

4.4.6. Dizájn

Megemlítené még a Next Stop Design projekt kulturális vonatkozása, amelyben a résztvevők célja Utah város tömegközlekedési vállalata számára megálló tervezése volt. Minden pénzügyi jutalom nélkül, illetve biztosíték híján, hogy a megálló valaha is megépülne, közel 3200 regisztrált felhasználó 260 buszmegállótervet töltött fel. A nyerteseket szintén a felhasználók pontozásai alapján választották ki. Ez és más ehhez hasonló „területtervező” projektek lehetőséget biztosítanak a lakosok számára aktívan részt venni lakóterületük élhetőbbé tételében; ezzel egy időben eszközöket adnak a tervezők kezébe, hogyan alakítsanak ki sikeres közterületterveket.

4.5. A crowdsourcing speciális esete: Crowdfunding

A társadalmi médiára épülő művészetben is alkalmazott taktikák körében megemlítendő még a crowdfunding, amely a crowdsourcing speciális esetének tekinthető. Metódusa a hálózaton jelenlévő tömegekben rejlő lehetőségek kihasználása valamilyen cél elérése érdekében. A crowdfunding nyílt felhívást intéz a felhasználók felé egy-egy projekt pénzügyi támogatására. A pénzt online gyűjtik össze, általában kisebb összegekből, amelyet magánemberek ajánlanak fel. A crowdfunding (tömegfinanszírozás), mint jelenség egyáltalán nem új. Minden kollektív pénzügyi erőfeszítés besorolható ebbe a kategóriába, a politikai kampánypénzek gyűjtésétől a katasztrófák túlélőinek megsegítéséig. Azonban az internet kollektív fórumként az elmúlt pár évben teljesen újradefiniálta a crowdfunding módszereit és hatékonyságát. A társadalmi média platformjai (Facebook, Twitter) lehetővé teszik olyan online közösségek létrehozását, amelyeket hasonló érdeklődési körrel rendelkező egyének alkotnak (vö. *Mislove és mtsai*, 2007 1. o. skk). Az egyének közötti kommunikáció, érdekegyeztetés és a virtuális közösségek létrehozása mind kulcsszerepet játszottak a crowdfunding utóbbi időben megfigyelhető látványos fejlődésében. Ezen felül az internet mediátori szerepe sem hanyagolható el, mivel a hagyományos értelemben vett közvetítők kizárása növeli a pénzügyi hozzájárulás hatékonyságát (vö. *ter Kuile*, 2011, 3. o.). Az interneten vált például lehetővé először, hogy kisvállalkozások multinacionális cégekhez hasonló feltételek mellett hirdessenek (vö. *Lee és mtsai.*, 2008, 335–345. o.). A crowdfunding hasonló módon teszi lehetővé szellemi termékek megvalósítását szervezeti korlátok nélkül.

A kultúrára gyakorolt hatása szempontjából a crowdfunding elsősorban azért érdekes, mivel megváltoztathatja kreatív ötletek megvalósításának szabályait azáltal, hogy hatással van a kultúra és művészet mai finanszírozási rendszerére és módszereire. Amennyiben ugyanis a közösség egy csoportja képes finanszírozni egy közös érdekeltségű projektet, azzal függetlenítheti magát az állami, illetve egyéb mecénási forrásoktól. A projekt online platformon történő hirdetése hatalmat ad a közösség kezébe, hogy minél több befektetőt tudjanak bevonni. Ez által nagyobb eséllyel valósulhatnak meg közösségi kreatív projektek. A crowdfunding a crowdsourcinghoz hasonlóan a kultúra finanszírozásának demokratikusabb módját teremti meg azzal, hogy megszünteti annak felülről jövő irányítottságát és decentralizált döntéshozatali rendszerrel helyettesíti (vö. *Bannerman*, 2013, 1.o. skk).

A crowdfunding négy különböző válfaját különböztethetjük meg: adományozásra épülő, jutalomra épülő, kölcsönzésre épülő és befektetésként funkcionáló projekteket. Az adományozásra épülő projektek esetében a résztvevők adakozhatnak egy projekt céljának

érdekében anélkül, hogy ezért ellenszolgáltatást kapnának. A jutalomelvű projektek esetében az adakozók nem pénzügyi jellegű jutalomban részesülnek, úgy mint: pólók, film esetén egy magánvetítés, zenei produkció esetén személyes találkozás a zenekarral. A kölcsönzésre alapozott projektek esetében a kölcsönzők visszakapják a kölcsönzött összeget, míg a befektetésként működő projektek esetében a hozamból részesülnek. Egy tanulmány kimutatta, hogy 2011-ben a crowdfunding projektek többsége (43%) jutalom alapú működési elvet követett (vö. *Massolution*, 2012, 25. old).

A crowdfunding művészetben történő alkalmazását a következő fejezetben, elsősorban Marina Abramović szerb származású New York-i művésznő munkásságának ide vonatkozó részének tárgyalásával mutatom be.

5. CROWDSOURCING A MŰVÉSZETBEN

Az eddig tárgyalt crowdsourcing alapú munkák, projektek vagy kizárólag üzleti célokat szolgáltak, vagy csak indirekt módon kapcsolódtak a művészethez. A kimondottan crowdsourcing útján keletkezett műalkotásokat ebben a fejezetben elemzem. Konkrét példákon keresztül szeretném bemutatni a társadalmi média alkalmazásának különböző lehetőségeit, amelyek valamilyen formában a meglévő Net.art és kollaboratív művészeti gyakorlatokra épülve alkotnak virtuális műveket.

A művészetben alkalmazott crowdsourcing a társadalmi média tömegeket megmozgató hatását használja fel közösségi alkotások létrehozására. Célja az internet mint aktív részvételre buzdító fórum segítségével a közönséget közvetlenül bevonni egy művészeti alkotás elkészítésébe. A részvétel a nem művészeti crowdsourcing gyakorlatának megfelelően nyílt felhívás formájában történik, amelyet egy online fórumon hirdetnek ki. Ezzel ellentétben a művészetben alkalmazott crowdsourcing esetében a pénzügyi jutalom nem az egyetlen motiváló tényező. Némely alkotó anyagi honoráriumot ad a résztvevőknek, de a többségük arra épít, hogy a közönség szívesen vesz részt kreatív közösségi projekteken. A részvétel pszichológiájáról részletesen írok az ide vonatkozó fejezetben.

5.1. Példák crowdsource-olt művekre²³

5.1.1. Aaron Koblin művei

Aaron Koblin, amerikai médiaművész adat-vizualizációval (data visualization) és crowdsource-olt műalkotások készítésével foglalkozik. Korai munkái közé tartozik a 2005-ös „Flight Patterns” (8. kép), amely az Egyesült Államokban lévő repülőterek légiforgalmát jeleníti meg vékony fénycsíkok formájában sötét háttér előtt. A repülőterek be- és kimenő légiforgalma megközelítőleg kirajzolja az Egyesült Államok térképét, valamint a különbséget a napszakok között is (a keleti parton hamarabb kezdődik a napi forgalom, mint a nyugati parton). A projekt célja egy eddig csak számokkal megjelenített adatot (az amerikai kormány és a légiforgalom-irányítás egy adott időpillanatban akár 140 000 repülő útvonalát képes nyomon követni) vizuálisan is leképezni, ezáltal mindenki számára érthetővé tenni a szám mögött meghúzódó rendszert.

Koblin, aki műveivel a linzi Ars Electronicán, a párizsi Pompidou központban és a New York-i MoMa-ban is szerepelt, az internet társadalmi oldalára fókuszál műveiben. Korai

²³ A művészeti példákat egyrészt saját kutatás alapján válogattam össze, másrésztől segítségemre volt Ioana Literat idevonatkozó tanulmánya (*Literat*, 2012).

munkáiban az internet személytelenségének állít görbe tükröt azáltal, hogy névtelen „bedolgozók” seregével készítteti a műveit. Később személyes hangvétellű interaktív alkotások irányába terelődik figyelme, ahol a közönség kreativitása egyre nagyobb hangsúlyt kap. Ilyen például a Johnny Cash projekt, ahol a közönség segítségével kollaboratív videót alkot képkockáinként, szabadon megrajzolt rajzokból. Koblin azért jelentős a közönség bevonásával készült online alkotásokat alkotó művészek között, mivel a digitális közeg eredendően a szakterülete (programozónak tanult, később fordult a művészet irányába). Talán ennek köszönhető, hogy az internet technikai megkötéseit nem korlátként, sokkal inkább lehetőségként használja fel.

5.1.2. Aaron Koblin: *The Sheep Market* (2006) (9. kép)

A „The Sheep Market” az Amazon Mechanical Turk platformja segítségével jött létre, amelyet Kempelen Farkas Sakkozógépéről neveztek el. A platform célja olyan problémákra megoldást találni a crowdsourcing módszerével, amelyek emberek számára könnyen kivitelezhetőek, számítógépes algoritmusok önmagukban viszont képtelenek megoldani. Koblin nyílt felhívást intézett a Mechanical Turk oldalán résztvevő „megoldókhoz”: az általa készített egyszerű webes rajzfelületre egy „balra néző bárányt” kellett rajzolni, rajzonként két centért. Később Koblin az első elkészült 10 000 bárányt feltöltötte egy weboldalra, ahol húszasával meg lehetett vásárolni őket. A weboldal címe bárány piac (Sheep Market) lett. Koblin statisztikái (forrás: *Koblin TED Talk*, 2011) alapján 7599 egyedi IP címről érkezett munka. Átlagban 105 másodpercet tett ki egy-egy bárány megrajzolása. Az átlag órabér mindössze 0,69 dollár volt a munkáért, amely önmagában valószínűleg nem lett volna elegendő motivációs tényező a munka elvégzéséhez. A részvételi kedvet feltehetőleg a feladat szokatlan mivolta is fellendítette.

A művész szerint a választás azért esett a bárány témájára, mivel ez az állatfajta volt az első, amelyet mechanikus feldolgozásra szánt termékek (gyapjú) miatt tartottak, az első állat, amelyet a gyapjútermelési képességei miatt szelektíven pároztattak, valamint az első állat, amelyet klónoztak. Ugyanakkor szimbolikus jelentőségekkel is bír, kezdve a vallásos hívóktól (a jó pásztor analógiája) egészen a Kis Herceg narrátoráig, aki egy sorozatot rajzol bárányokból. A „The Sheep Market” Koblin első és egyben legeredetibb crowdsourcing-olt műve. Egy olyan feladattal bízta meg a Mechanical Turk platformon résztvevőket, amelyet számítógép nem feltétlenül tudna értelmezni. Ezen kívül az eredményt látva felvetődik a kérdés, hogy az emberi kreativitás „tömegfarmolt” formája elsősorban ipari méretű dizájnprojektként vagy műalkotásként értelmezhető-e? Koblin maga is eljátszik a gondolattal,

hiszen a birkanyáj analógiája nem minden esetben idéz pozitív asszociációkat a felhasználókkal kapcsolatban. Ugyanakkor a bárányok változatos leképzése (Koblin szerint a legrövidebb rajzolási idő 4 másodperc, míg a leghosszabb 46 perc volt) azt mutatja, hogy mindenki saját szájíze szerint értelmezte a feladatot: volt, akinek csak egy gyors vonalat ért meg a 2 centet fizető feladat, volt, aki lehetőséget látott benne kreativitása kifejezésre juttatásához. Jelentőségét tekintve ez az első olyan „tömegfarmolt” műalkotás, amely a közönséget a műalkotás kivitelezőjeként kezelte. Az alkotás utóéletére jellemző, hogy az alkotók azt sajátjuknak érezték, és amikor Koblin eladta a bárányokat egy internetes petíció indult útjára, amelyben az alkotók megpróbálták megállítani alkotásaik árucikké válását.

5.1.3. Aaron Koblin: *Ten Thousand Cents* (2008) (10. kép)

Koblin a Sheep Market után egy új projektbe fogott, amely elmondása szerint a „Mechanical Turk”-ot végre arra használja, amire eredetileg tervezték: pénzcserinálásra (Koblin, 2011). A feladat nagyon hasonló volt a „The Sheep Market”-hez egy különbséggel: a résztvevők nem tudták, pontosan mit is rajzolnak. Koblin ugyanis egy százdolláros bankjegyet osztott fel 10 000 darabra, a feladat egy-egy rész lerajzolása volt, anélkül, hogy a végeredményt bárki tudta volna. A díjazás ennél a projektnél mindössze egy cent volt részenként, amely összeadva kiadta a százdolláros bankjegy értékét. A „The Sheep Market”-hez képest itt nem volt kritérium az, hogy a rajz hasonlítson az eredeti részletre, emiatt a feladat megoldása közt fellelhető a nagyon pontosan lemásolt precíz munka és az oda nem illő firák is. Koblin a feladat teljes absztrahálásával a felhasználót döntés elé állítja: vagy vakon engedelmessé elvégez egy számára értelmetlen feladatot, vagy ellenszegül az instrukcióknak és nem járul hozzá a virtuális közösség munkájához. A művet 2008-ban kiállították a linzi Ars Electronica kortárs médiaművészeti fesztiválon.

5.1.4. Aaron Koblin: *Bicycle built for Two Thousand* 2009 (11. kép)

Aaron Koblin és Daniel Massey közös projektje. A „Daisy Bell (Bicycle Built for Two)” egy 19. században írt népszerű dal, amelyet 1961-ben John Kelly, Carol Lochbaum és Max Matthews, a Bell laboratórium munkatársai az első beszéd szintetizációra képes számítógépbe, az IBM 704-be programoztak. Koblin szerint ez a mérföldkő jelentette a számítógép emberibbé válását (Koblin, 2011). Koblin és Massey megfordították a koncepciót a Mechanical Turk segítségével. Esetükben ugyanis a számítógép „énekelte” dalt felosztották sávokra és szegmensekre. Ezeket lejátszották a Turk „munkásainak”, akik saját hangjuk segítségével kellett, hogy visszaadják a dallamot, mintegy visszajára fordítva a

beszédszintetizációt. Ez esetben ugyanis nem a számítógép imitálja az emberi hangot, hanem az ember imitálja a számítógépet. Koblinék kísérlete egyben azt is kutatta, mennyiben alkalmazható a crowdsourcing az online generált zenében.

5.1.5. Aaron Koblin: Johnny Cash Project (2010) (12. kép)

Koblin Chris Milk rendezővel együttműködve hozta létre a „Johnny Cash Project”-et, amely egy kollektív alkotótechnikával készült animált zenei videó. A résztvevők egy webes alkalmazás segítségével rajzolták meg a videót képkockánként. A néző egy interaktív weboldal segítségével megnézheti az elkészült videót, vagy egyenként felnagyíthatja az egyes képkockákat.

Mivel maga a videó csak 8 képkocka/másodperces sebességgel játszható le, így az egyes képkockák külön-külön is megfigyelhetők, ugyanis a lejátszás sebessége lassabb, mint egy mozgókép esetében (24 képkocka/másodperc). Ez lehetőséget ad az egyes alkotók személyes interpretációjának bemutatkozására. A projekt interaktív eszköztárának segítségével különböző stílusokban megrajzolt képek között válogathatunk (absztrakt, realista, pointilista), illetve akár az egyes képkockák megrajzolásának folyamatát is végignézhetjük. A projekt témájára jellemző, hogy mivel egy nemrég elhunyt, népszerű zeneszerzőnek állít emléket, nagyszámú alkotót sikerült bevonni a világ minden tájáról, ezúttal pénzjutalom nélkül is. Az alkotók az egyes képkockákon alig észrevehető üzeneteket helyeztek el, mint például: „RIP Johnny Cash”.

A tény, hogy nem egy alkotó keze munkáját látjuk a videóban, a Johnny Cash Project esetében előny, mivel sok ember személyes interpretációján keresztül minden egyes képkocka személyes dimenziókat nyit meg a téma értelmezésében. Koblin korábbi személytelen és „tömegfarmolt” alkotásaihoz képest sok különbség figyelhető meg. Egyrészt a nyílt felhívás itt nem egy absztrakt, érthetetlen feladatot hirdetett meg. A közönség tisztában volt vele, hogy egy zeneszámmal készülő videóhoz alkot képkockákat. Ez konceptuálisan transzparens kollaborációt eredményezett, ahol minden résztvevő tisztában volt a munka céljával és saját hozzájárulásának mértékével. Másodszor az instrukciók sem a „balra néző bárány” pontosságával definiálják a feladatot: a néző három véletlenszerű képkockából kiválaszt egyet, majd a rendelkezésre álló rajzeszközökkel megfesti, úgy hogy referenciaként mindig ott az eredeti képkocka. A nyersanyag szabadon felhasználható, átértelmezhető. Véleményem szerint a Johnny Cash Project az Exquisite Forest-el együtt Aaron Koblin két legérettebb crowdsourcing alkotása, amelyben a tömeges munka arctalansága és az egyén, mint kreatív alkotó paradoxona már-már feloldódni látszik.

5.1.6. Aaron Koblin: *The Wilderness Downtown* (2010) (13. kép)

Koblin interaktív webprojektje, amely a felhasználót arra kéri, adja meg annak a helynek a címét, ahol felnőtt. A cím megadása után egy zenei videót generál, amelyben felhasználja a Google Maps (Google térképek) és a Street View (utcahomlokzatokról készült fényképek) adott lakhelyhez kapcsolódó adatait. A crowdsourcing projektek között határesetet képvisel, mivel a videó pusztán egy adatot crowdsource-ol a felhasználótól, minden más automatizált módon működik. Azonban a tény, hogy csak akkor nézhetjük meg a műalkotást, ha előbb megadunk egy lakcímet, érdekes interaktív projektté változtatja a munkát, amely szintén a néző bevonását célozza meg korlátozott formában.

5.1.7. Aaron Koblin: *The Exquisite Forest* (2012) (14. kép)

Szintén kollaboráció Aaron Koblin, Chris Milk, a Tate Modern és a Google Creative Lab között. A mű a francia szürrealizmus Cadavre Exquis²⁴ gyakorlatára épít, amely maga is kollaboratív művészi technika. Az Exquisite Forest esetében egymáshoz kapcsolt szavak, illetve rajzok helyett a résztvevők videókat készítenek, amelyeket összefűzve egy vagy több kollaboráció alapú narratívát hoznak létre. Vizualizáció szempontjából minden narratíva egy fa egy-egy ágának felel meg, míg az egy téma köré csoportosuló videók jelentik az egyes fákat, így alkotva egy erdőt. A felhasználó bárki projektjéhez „hozzáragaszthatja” a saját animációját, akár tovább építve egy előző „ágot”, akár új irányt jelölve ki valamelyik előző animációs fázisból kiindulva. Végül bárki kezdhet egy új „fát” azzal, hogy indításként feltölt egy animációt. A projekt érdekessége, hogy vizuális analógiaként jeleníti meg a kollaborációt és a természetben a növekedést. Az alkotást egy interaktív weboldalon keresztül lehet elérni, ahol egy-egy fára kattintva rá lehet közelíteni az egyes ágakra és lejátszani az őket alkotó videókat. Minél több ember fantáziáját ragadta meg egy-egy fán létrejövő munka, annál valószínűbb, hogy hozzájárulnak annak „növekedéséhez”, tehát az elágazó narratíva egyre nagyobb lesz.

Az „Exquisite Forest”-et 2012-ben hat hónapig állították ki a Tate Modern-ben. Ez volt az első eset, hogy crowdsourcing alapú internetes mű a hagyományos kiállítási gyakorlat részévé vált. Ezen kívül a Google Labs részvétele is említést érdemel. Koblin mint médiaművész a Google Data Arts Team kreatív igazgatójaként olyan technikai erőforrásokat

²⁴ A francia szürrealista művészek egyik kísérlete volt, amelyet „Cadavre Exquis”-nek neveztek: egy módszer, amely kollektív kollaboráció útján állít össze szavakat illetve rajzi elemeket. Minden résztvevő hozzátesz a műhöz vagy egy bizonyos szabályt követve, vagy pedig úgy, hogy csak az előző hozzáadott elemet láthatja. Az elkészült műalkotás így minden hozzájáruló művész kollaborációjának (kollektív kreativitásának) eredménye volt.

képes bevetni egy-egy projekt érdekében, amelyek révén a munka technikailag eddig még nem látott színvonalú megoldásokat vonultat fel. Feltételezhető, hogy a jövőben a virtuális közegben alkotott művek akár hollywoodi büdzsével rendelkeznek majd, megvalósításukon pedig több stúdió is dolgozik majd, egyes kortárs művészek alkotásaihoz hasonlóan (pl. Matthew Barney Cremaster sorozata).

Számomra a munka jelentőségét a projekt szabad kifutása (idő és adatkorlátozás nélküli, bárki bármennyit bármikor hozzáadhat) adja, valamint az a tény, hogy a néző mint társalkotó maga döntheti el, munkája milyen kontextusban kerül bemutatásra. Ráadásul a fa elágazó szerkezete mint a narratívába ágyazott hálózat szimbóluma szintén egyedi esztétikai értékkel ruházza fel a művet.

5.1.8. *SwarmSketch* (www.swarmsketch.com)²⁵ (15. kép)

A SwarmSketch szintén a kollektív kreativitás terén történő kísérletezés jegyében készült. A weboldal leírása alapján önmagát egy folyamatosan használható online vászon, amely a decentralizált dizájn lehetőségét kutatja. Minden héten véletlenszerűen kiválasztásra kerül egy keresőszó az interneten éppen népszerű keresőszavak közül. Ez válik az adott hét témájává. A weboldal látogatói egy-egy vonallal járulhatnak hozzá a csoportos illusztrációhoz, valamint szavazhatnak, hogy mely vonalak kerüljenek bele a végső műalkotásba, melyeket töröljék. A SwarmSketch jelentőségét éppen strukturátlansága adja, az az attribútum, amitől egyébként nehezen értelmezhető műalkotásként. A művészetben többnyire szükséges egy érzés vagy koncepció, amely a műalkotáson keresztül kifejezésre jut. Itt a koncepció atomizálódva, több tucat egymást nem ismerő egyén kezébe kerülve, egyfajta direkt demokratikus attitűdöt eredményez (direct democracy), ahol mindenki mindenről dönthet; nincs egy konceptuális szál, amely mentén az alkotások felfűzhetők. Ennek eredményeképpen a SwarmSketch kollaboratív alkotásai leginkább a szürrealisták automatikus rajzaihoz hasonlítanak, amelyek kusza vonalakkal építkezve inkább furcsa álmvilágot írnak le, semmint valós tárgyakat. Talán a kollektív szürrealizmus a legjobb megközelítés a SwarmSketch elemzésekor, mivel az egyén akarata itt érvényesül a legkisebb mértékben. A kollektív fantázia veszi át az egyéni gondolat szerepét.

²⁵ utolsó letöltés: 24 Dec. 2013

5.1.9. Learning to Love You More (aktív: 2002–2009) (16. kép)

Miranda July és Harell Fletcher művészek kollaborációjának eredménye a weboldal, amely 2009-ig volt aktív. A művészek minden héten felhívást intéztek a weboldal látogatóihoz, feladatokkal látták el őket. Például: „Csinálj egy képet egy barátod vágyairól”, vagy „Rajzold le a híreket”, vagy „Rajzolj csillagjegyet valaki szeplőiből”. Néha meta-feladatok is előfordultak, például: Készíts egy feladatot a LTLYM weboldalra. A feladatokat elvégzők beküldhették az alkotásaikat fotók, rajzok, szöveg vagy videó formájában, így azok megjelentek az adott feladat megoldásai között. 2010-ben a San Francisco Museum of Modern Art megvásárolta a projektet és online archívumba került. A Learning to Love You More az egyik legjobb példája a felülről irányított crowdsourcing alapú művészeti projekteknek, mivel a weboldalra csak azok az alkotások kerülnek fel, amelyek a feladatot kitaláló művész megítélése szerint megfelelnek a feladat kiírásának. A művész és közönsége kollaborációja a koncepció szempontjából egy jól behatárolható terület mentén mozog. Ezzel kizárja a feladat nem megfelelő megoldását, ugyanakkor limitálja a résztvevők kreativitását. Az LTLYM esetében a művész szerepe és szerzőiségének kizárólagossága is jól definiálható, ugyanis a projekt csak a művészpáros által üzemeltetett weboldal keretein belül értelmezhető. A beküldött alkotások kiválasztása sem szavazás útján, vagy a közönség véleményének figyelembevételével történik. Így voltaképpen a mű mindössze egy lépéssel lép túl az interaktív műalkotásokon a tömeges kollaboráció irányába.

5.1.10. Star Wars Uncut (2012) (17. kép)

Casey Pugh projektje, lényegében az eredeti Csillagok Háborújának (1977) crowdsourcing-olt újraalkotása, átértelmezése. Az eredeti filmet a szervezők 15 másodperces darabokra vágták, majd online felhívás formájában bárki jelentkezhetett egy-egy rész újraforgatására. A felhasznált technika teljesen szabadon választható, a papírmásé figuráktól kezdve az árnyjátékokig minden technika megtalálható benne. Közel ezer résztvevő küldte be munkáját és a projekt 2010-ben díjat is nyert (Primetime Emmy for Outstanding Creative Achievement In Interactive Media). Pugh mostanra már a második részt (The Empire Strikes Back) „forgatja”. A Learning to Love You More specifikus feladataihoz képest a Star Wars Uncut nagyobb kreatív szabadságot engedélyez annak ellenére, hogy a cél az eredeti film narratívájának újraalkotása. A technikai korlátozások teljes hiánya ugyanis rengeteg lehetőséget ad a kísérletező kedvű alkotók számára. Hatását tekintve az eredeti, hatalmas büdssével forgatott filmnek egyfajta „Arte Povera” megfelelőjévé válik, ugyanakkor remixe

is. Művészi értékét parafrázis mivolta adja, ahogyan egyszerű, háztartásban található eszközökkel, bábukkal reprodukálnak egy látványfilmet.

5.1.11. Life in a Day (2010) (18. kép)

Ridley Scott (producer) és Kevin MacDonald (rendező) Oscar-díjas rendezők alkotása. A projekt célja volt egy nagyléptékű, az egész földre kiterjedő projekt keretén belül megalkotni a világ legnagyobb felhasználók által készített mozifilmjét.

A rendezők a National Geographic tévécsatorna és a YouTube segítségével is igénybe vették a crowdsourcing-tartalmú film megvalósításához. A projekt nyilvános felhívás formájában a világ minden táján élő emberektől gyűjtött be egy-egy rövid videót. A megkötés annyi volt, hogy az alkotók 2010. július 24-én készítsenek egy rövid videót a napjukról. Végül több mint 4500 órányi anyag gyűlt össze 192 országból a YouTube-ra feltöltve, amelyet egy dokumentumfilmmé tömörítettek össze. A mozipremierre pontosan egy év múlva (2011. július 24.) került sor. A film célja, hogy az eljövendő generációk számára időkapszulaként elevenítse fel: milyen volt 2010. július 24-én a Földön élni.²⁶ Bár a kísérletre lehet úgy tekinteni, mint egy felhasználók által generált dokumentumfilmre, amelyben önmagukról nyilatkoznak, ez annyiban nem állja meg a helyét, hogy a vágást és a rendezést profi filmesek készítették.

A film tematikusan a napszakok változása alapján felfűzött videók gyűjteménye, amely a rendezői és vágómunkának köszönhetően mégis egységes képet ad. Ahogyan a kora hajnalban a Közel Keleten munkába induló férfi fürdőszobájából a kép ügyes átmeneteken keresztül egy gyermekét egyedül nevelő japán férfi lakásába vezet, majd innen továbbblendülve vicces videók sorozata fogat mosó és borotválkozó embereket jelenít meg, humoros és egyszerre megható narratív technikaként állandóan mozgásban tartja a filmet. A produkció, annak ellenére, hogy professzionális rendezői és vágómunka áll mögötte, mégis valódi crowdsourcing-tartalmú alkotás, hiszen az időbeli korlátot leszámítva a tartalmat teljes egészében a felhasználók alkották. A feltöltött videók gyakran megkapó őszintesége miatt személyes kapcsolat alakul ki a film nézője és a filmet készítőik között, akik minden dramaturgiai hatásmechanizmust nélkülözve adnak bepillantást életük egy napjába. A YouTube mint crowdsourcing platform felhasználása egy komoly költségvetésű produkcióban, megmutatja a crowdsourcing online videóban mint médiumban rejlő művészi lehetőségeket. A filmet valószínűleg mintaként alkalmazhatja majd számos jövőbeli crowdsourcing alapú művészfilm.

²⁶ forrás: IMDB; <http://www.imdb.com/title/tt1687247/> utolsó letöltés: 2013. 12. 26.

5.1.12. *Cadavre Exquis (2010) (19. kép)*

Tim Burton filmrendező projektje, kollaboratív szövegírás témában. Valójában egy kísérlet crowdsourcing-olt forgatókönyv létrehozására. A forgatókönyv első sorát a rendező írta, minden további mondat egy-egy felhasználótól származik. A felhasználók a Twitter²⁷ segítségével rövid szöveget küldhettek be, ezek közül a rendező kiválasztott egyet, a történet folytatásához. Talán ez a projekt áll formailag a legközelebb az eredeti szürrealisták „Cadavre Exquis”-jéhez, amelyet összehajtogatott papíron játszottak, annyi különbséggel, hogy Burton esetében minden résztvevő számára látható volt a történet már meglévő része. Az indító mondat is szürrealista hangvételt kölcsönzött a műnek: „Stainboy-t (Foltfiút), egyértelmű szakértői képességeinek köszönhetően, behívták, hogy kivizsgálja a galéria padlóján lévő titokzatos világító kocsonyás anyagot.”²⁸ A rendező ebben a projektben megtartotta magának a történetvezetés jogát, azonban a beérkező ötletek közül válogatott, amelyek szabad, mindössze terjedelemben kötött történetrészletekből álltak.

5.1.13. *Virtual Choir 1-4 (2010–) (20.kép)*

Eric Whiteacre, zeneszerző folyamatosan futó projektje, amely jelen pillanatban (2014) a negyedik iterációnál tart. Whiteacre minden projektjében egy-egy zeneművét énekelteni el a világ minden táján lévő rajongóival, akiknek videóit hosszú szerkesztőmunka után egy-egy kórusra állítja össze; innen a „virtuális kórus” elnevezés. A mű a Life in a Day-hez hasonlóan az online videóban rejlő lehetőségeket használja fel zenei projekt készítéséhez.

5.1.14. *The Worlds First Collaborative Sentence (1994) (21.kép)*

A „Világ első kollaboratív mondata” Douglas Davis (1933-2014) médiaművész munkája. Davis Joseph Beuys-al és Nam Jun Paik-al közösen készített a 6. Documentáról egy műholdas közvetítést 1977-ben. A művész érdeklődése a hírközlési médiumok iránt azon alapul, hogy a hírközlés, mint média képes összekapcsolni az egymástól távol lévő embereket is. A webes technológiák fejlődésében Davis azt az utópisztikus elképzelést látta megvalósulni, hogy a felhasználók (médiafogyasztók) akár személyes kapcsolatba is léphetnek a médiummal, illetve egymással:

²⁷ Twitter: Társadalmi média szolgáltatás, amely lehetővé teszi, hogy a felhasználók rövid, (140 karakter hosszú) szöveges üzeneteket közöljenek és olvassanak virtuális üzenőfalakon.

²⁸ „Stainboy, using his obvious expertise, was called in to investigate mysterious glowing goo on the gallery floor.” (ford.: szerző)

„A hatalmas különbség a tévéadás és az internet között a billentyűzet megléte. Ezzel az emberek bármit mondhatnak, teljes szabadságuk van az önkifejezéshez. Ez azt jelenti, hogy köztem és a közönségem között sokkal közvetlenebb és személyesebb kapcsolat alakulhat ki. Miért nem hozzuk össze az egész világot, hogy írjanak egy mondatot?”²⁹

A mű alapötlete egyszerű: a feladat olyan kollaboratív mondat írása, amelyben bármi szerepelhet kivéve a pont. A weboldal bármely látogatója hozzáírhat valamit a szöveghez. A művet először 1995-ben a koreai Gwanju biennálén állították ki a Nam Jun Paik számára dedikált újmedia pavilonban. A mű közben többször is meghibásodott, a kód sérült, olvashatatlan lett. Ezért 2012-ban a művet birtokoló Whitney Museum of American Art a digitális mű restaurálása mellett döntött, rávilágítva a digitális munkák efemer jellegére és megőrzésének nehézségeire.

5.1.15. Crowdfunding projektek a művészetben, Marina Abramović Institute

Számos művész lát a crowdfundingban lehetőséget. Nagyobb lélegzetű projektek kivitelezéséhez szükséges pénzügyi támogatás megszerzésére alkalmazzák elsősorban. Az a lehetőség, hogy egy alkotás finanszírozása hivatalos intézmények támogatási rendszerei mellett alternatív forrásokból is létrejöhet, sok művész számára csábító elképzelés.

A jelenleg üzemelő legnépszerűbb crowdfunding oldal, a Kickstarter, 2015. augusztus 23-án 396 aktív művészeti projektet listázott. Liz Atkins londoni body-art művész például már két sikeres kampányt szervezett: saját műalkotásainak Los Angelesben történő bemutatását és dokumentálását tömegfinanszírozással segítette (22. kép). Jutalmul minden adományozó személyes dokumentumokat kapott Atkins-tól. Ezek egy része a művésznő személyes köszönetét tolmácsoló képeslap volt, más része a művésznő által szignált album. Atkins a támogatás mértékétől függően akár egy festményt, illetve rajzot is felajánlott segítőinek.

Első pillantásra a kickstarer a művészet támogatásának „olcsóbb” formáját képviseli. Általa olyan projektek is képesek nagy támogatottságot szerezni, amelyek egy szakértői szűrőn nem mennének keresztül. Valóban sok projekt kerül feltöltésre, amelynek művészi jelentősége nincs vagy marginális (például képregények ötleteinek finanszírozása vagy művészi érték nélküli pop-art szobrok terve).

Véleményem szerint ennek az lehet az oka, hogy eltérően a hagyományos művészettámogatási formától, ahol szakértők döntenek el, mely alkotások méltóak támogatásra,

²⁹ Douglas Davis in: Tilman Baumgärtel, [net.art] New Materials Towards Net Art (Baumgärtel, 2001) ford: szerző

a Kickstarter nyílt felhívás formájában működő online platformon keresztül üzemel. Itt a projektet támogatók az anyagi támogatásuk mértékének megfelelően különböző jutalmakban részesülnek. Például nevük szerepeltetése a stáblistában, szereplési lehetőség a darabban, illetve tényleges hozzájárulás a mű tartalmához.

Könnyű belátni, hogy ez a lehetőség elsősorban olyanok számára bír vonzerővel, akik szívesen támogatják a művészetet. A többségnek az anyagi (tárgybeli) jutalom vonzóbb. A művészet nem tárgyi értéke a crowdfunding közegében a tömegeknek egyelőre nehezen befogadható koncepciónak tűnik.

Ennek ellenére úgy gondolom, a Kickstarter és más társadalmi média alapú művészetfinanszírozási projektek értékes forrásokká válhatnak olyan képzőművészek számára, akik ötleteiket intézményi háttértámogatás nélkül egyébként képtelenek lennének megvalósítani. Elképzelhetőnek tartom a jövőben kifejezetten művészeti crowdfunding oldalak megjelenését is, amelyek a művészet iránt érdeklődő közönséghez szólnak. Ezek az oldalak a jelenlegi crowdfunding féldemokratikus megfelelői lennének, ahol egy kurátori testület vagy maguk a résztvevők előszűrőként biztosítanák a feltöltött ötletek színvonalát.

Szerencsére a jelenlegi tömegfinanszírozott alkotások között is akadnak kiemelkedő példák. A fent említett Liz Atkins művésznő művein kívül az egyik sikeres és színvonalas kickstarter projekt a Marina Abramović Intézmény (amelynek célja a művésznő munkásságát megőrizni, szellemi örökségét továbbvinni) megvalósításához szükséges 600 000 dolláros közösségi támogatás sikeres megszervezése volt (23. kép).

Az oldal leírása alapján a kampány célja nem csak pénzügyi támogatást szerezni a művészeti intézmény létrejöttéhez, hanem egy globális közönség létrehozása, amely az intézeten keresztül megvalósuló immateriális érték, a művészet létrehozásában vesz részt.³⁰ A szokásos jutalmak (poszter, könyv, levél) mellett ennek megfelelően nem anyagi természetű honorárium is felajánlásra került. A különböző mértékű támogatás függvényében a támogatók olyan jutalmakban részesülnek, mint: egy ölelés Marina Abramović-től egy, a jövőben kihirdetésre kerülő esemény keretein belül, tömeges virtuális performance-ban való részvétel, virtuális „ülés” Marina Abramović-al, amely alatt egy szabadon választott témáról lehet a művésznővel beszélgetni. Abramović egyike azon elismert művészeknek, akik felvállalják az új technológiák társadalom és kultúraformáló szerepét művészeti munkásságuk kiterjesztésében. Saját bevallása szerint a Közönséget a művészeti intézmény konceptuális részévé szeretné tenni, hasonlóan ahhoz, ahogyan korábban crowdsourcing alapú interaktív installációk alkotásával is foglalkozott neurobiológusokkal együttműködve (Measuring the

³⁰ <https://www.kickstarter.com/projects/maihudson/marina-abramovic-institute-the-founders/description> (utolsó letöltés: 2015. 08. 23.)

Magic of Mutual Gaze, 2011). A MAI így részben crowdfunding projekt, részben pedig a crowdsourcing-olt performance egyik első példájának tekinthető.

5.2. A társadalmi média alapú művek elemzése

Mivel a crowdsourcing-olt művészeti alkotások technikájukat tekintve a Net.art interaktív műveiből fejlődtek ki, gyakran magukon viselik azok jegyeit. A remixelés, a tartalom szabad kezelése, a lehetőség, hogy mások által feltöltött tartalomra reagáljunk, már az első Net.art művészek munkáiban is megjelenik. Ehhez járul még a társadalmi média és a virtuális közösségek aktív munkája, valamint a több nézőpont összegzéséből alkotott mű képe. A crowdsourcing-olt alkotásokban rejlő lehetőségek onnan fakadnak, hogy több ember aktív részvétele révén kibővül a művész által felvetett kérdésre adható válaszok köre, hasonlóan ahhoz, ahogyan egy fluxus mű instrukciójára is adhatók egyéni válaszok a közönség részéről.

Az online crowdsourcing-olt művészet olyan kérdéseket vet fel, mint a kollektív kreativitás lehetősége, a szerzőiség kérdése, a hálózati kollaboratív, illetve a digitális művészetek esztétikai jelentősége. A huszadik század művészei már valamilyen formában foglalkoztak ezekkel a kérdésekkel. A futurizmus, a dada és a szürrealizmus művészei például az 1920-as években megkísérelték a közönség alkotásba való bevonását, amelyet elsősorban provokációkkal értek el (Max Ernst, Filippo Tommaso Marinetti). Ezzel valamiképpen megkérdőjelezték a művész szerzőiségének kizárólagos jogát az alkotás létrehozásához. Azonban a közönség (korlátozott mértékű) partnerként való bevonása a mű alkotásának folyamatába az 1950-es évek végén, illetve az 1960-as években következett be, elsősorban a Fluxus művészeinek jóvoltából. Ők használták ugyanis először az instrukciót mint a műalkotás létrejöttének elengedhetetlen elemét. Nam June Paik a „Composition #7” című művében (1960) a következő feladatot adja a nézőnek: „Húzz egy egyenes vonalat és kövesd”. A legjelentősebb Fluxus művészek, mint például John Cage, George Brecht és Allan Kaprow, műveikben mind építettek az instrukciók művészetben való felhasználására. Talán Allan Kaprow happeningjei állnak a legközelebb ebből a korszakból a valódi, nyílt kollaborációra építő művészetfelfogáshoz, mivel viszonylag strukturálatlanok voltak (koreografált kezdés, illetve zárás nélkül), valamint a művész és közönsége közötti hierarchia lerombolására törekedtek. A művész és a közönség interakciója hozta létre az élményt, amely ezáltal megismételhetetlenné, de bizonyos mértékben kiszámíthatatlanná vált.

Rirkrit Tirvanija a kilencvenes években szintén a műalkotások társadalmi eseményként való felfogását hangsúlyozta műveiben, mivel sokkal inkább szerepelt

producerként, illetve szervezőként műveiben mint alkotóként. A szintén az ötvenes években létrejött mail-art jellegét tekintve az első hálózati alapú művészeti mozgalom (Ray Johnson, Galántai György); létét kizárólag az egyének egymás közötti kommunikációs igényének köszönheti. Kortárs kifutása az e-mail art (Alexei Shulgin, Vuk Ćosić és mások), amely a mail-art személyes kommunikáció műalkotásként való felfogását technológiai közegbe helyezte át.

Más huszadik századi mozgalmak a szerzőiség kérdését veszik alapul kritikus megközelítésben. Például az Appropriation Art művészei (Sherrie Levine, Richard Prince) mások műveinek másolatait állítják ki saját alkotásként. Ez az attitűd a Net.art művészek hozzáállására is jellemző. Az interneten egy másolat készítése sokkal könnyebben megvalósítható, mint a valóságban. Vuk Ćosić szerb Net.art művész 1996-ban lemásolta a CNN weboldalát és a tartalmat saját maga által kitalált szövegekre cserélte (Net.art per se – CNN Interactive).

A huszadik századi videóművészet (Gary Hill, Bill Viola, Tony Oursler, Peter Weibel) azon törekvése, hogy feltérképezze az elektronikus média hatását az emberi kommunikációra a Net.art generáció körében nagy visszhangra talált. Az interneten a média (TV és film) egyirányú kommunikációs csatornából nyersanyaggá vált, megnyílt a lehetőség személyes élménnyé változtatni a tömegkultúrát. A munkák arra is rávilágítanak, milyen bonyolult és szövevényes kapcsolat alakult ki a fogyasztói technológiák és a hétköznapi élet között (vö. *Greene*, 2004. 28. o.).

Claire Bishop *Participation (Documents of Contemporary Art)* című esszégyűjteményében, amelyben olyan szerzők írásait vonultatja fel, mint Umberto Eco, Bertolt Brecht, Roland Barthes, Peter Bürger, Jen-Luc Nancy, Edoard Glissant, és Félix Guattari arra a következtetésre jut, hogy a kortárs, közönség részvételére épülő alkotások a huszadik századi (főként a hatvanas években létrejött) mozgalmak egyenes folytatásaként foghatók fel annak ellenére, hogy kontextusuk folyamatos változáson esik át (*Bishop*, 2006. 12. o. sk.).

Az alábbi összehasonlító táblázat megkísérel felsorolni néhány példát az említett huszadik századi törekvésekből, illetve elemzi hatásukat kortárs művészeti mozgalmakra. Céлом a koncepció folyamatosságát érzékeltetni néhány kiragadott példán keresztül. Ezek olyan kortárs művészeti mozgalmakat mutatnak be, amelyek konceptuális gyökerei mélyen a huszadik századi művészeti gyakorlatból erednek.

2. táblázat: Huszadik századi részvételre épülő, digitális és hálózati műveket alkotó mozgalmak

Felvetett probléma	Reprezentatív művészeti mozgalom	Rövid leírás	Példák alkotókra	Példa Kortás gyakorlatra
Kollektív kreativitás	Fluxus, happening, szürrealizmus	Művészek kollektív erőfeszítéseire alapozó művészet (fluxus, szürrealizmus egyes ágai), illetve a közönség bevonásával, annak aktív részvételével történő alkotómetódus (happening).	Alan Kaprow, John Cage, Charles Olson, Robert Rauschenberg, Yoko Ono, André Breton	flash mob, performance art, crowdsourced art, open source
Szerzőiség kérdése	dada, pop art, appropriation art,	Más (művészeti illetve nem művészeti) kontextusból átemelt tárgyak, alkotások új kontextusba helyezése	Marcel Duchamp, Robert Rauschenberg, Andy Warhol, Sherrie Levine, Richard Prince, Jeff Koons	appropriation art, crowdsourced art, crowdfunded art, open source
Hálózati és kollaboratív művek	mail art, internet art	A műalkotás létrejöttéhez szükség van interakcióra az információ (vagy műtárgy) küldője és fogadója között.	Ray Johnson, Galántai György, Alexei Shulgin, Vuk Ćosić	internet art, flash mob, crowdsourced art, crowdfunded art, open source
Digitális művészet	videóművészet, computer art, multimedia art	A korai videóművészetből kifejlődő multimédia-art saját esztétikai vonalat képvisel a médiadizájn illetve CGI (computer generated imagery) mellett.	Bill Viola, Tony Oursler, Peter Weibel	algoritmikus/ procedurális művészet, computer art, 3D grafika,

A huszadik század kollaboratív tendenciáinak folytatása mellett az interneten keresztül történő részvétel újradefiniálja az együttműködés fogalmát. A művészek és a

közönség viszonylag kisebb csoportjai helyett itt a résztvevők egy globális hálózati struktúra elemeiként szerepelnek. A közönség részvételének mértéke korlátozódhat a kivitelezés finanszírozására (crowdfunding), a projekt kivitelezésére (crowdsourcing), de akár a koncepció kidolgozására is (open source). Ellentétben például a happeninggel, ahol az interakció művész és közönsége között mindössze a fizikailag is jelen lévők között jöhet létre, a web 2.0 alkalmazások lehetővé teszik a kollaborációs hálózat világméretű kiépítését, ezzel megsokszorozva a felhasználó hozzájárulásának jelentőségét. Ugyanakkor ebben a hálózatban a résztvevők fizikai jelenléte elveszik.

A fizikai jelenlét hiánya könnyen vezethet oda, hogy a crowdsourcing-olt művészet személytelenebb, objektívabb és talán kevésbé „ragadja” meg a résztvevőket, mintha személyesen jelen lennének; emellett a projektek koncepciójának kitalálásakor is fontos, hogy a fizikai jelenlét hiánya ne legyen korlátozó tényező. Ez a fajta ellentét személyes reflexió és az online felületen történő személytelen atomizálódás között végigvonul a példaként felsorolt munkákban. Az egyetlen tényező, amely a projektek többségénél (egy-két kivétellel, mint például a „SwarmSketch”) az egyediséget és a művészi minőséget garantálja, az a művész, mint a koncepcióért felelős irányító szerepe.

A művész szerepe ebben a szereposztásban azonban nem abszolút értékű, részben aktív, részben passzív természetű. Aktivitása elsősorban a művészi koncepció felépítésére, a résztvevők munkájának megszervezésére és az elkészült alkotás értelmezésére irányul, a kivitelezést különböző formában és mértékben ugyan, de a résztvevőkre bízva. Ez a művészi attitűd az alkotás aktusát, vagy inkább az alkotás aktusának résztvevők egy előre nem definiált csoportjára való kiszervezését a művészeti alkotómunka habitusának részévé emeli. Véleményem szerint az alkotások művészeti értékét nem lehet ettől a konceptuális megköttéstől függetlenül szemlélni, mivel ellentétben egy olyan művel szemben, ahol az alkotó a folyamatot irányítása alatt tartja, itt a kontroll egy részéről szándékosan lemondva egy alternatív művészetalkotási folyamatot hoz létre.

A művész a nézőt az alkotásba bevonni kívánó törekvése a kilencvenes évek művészetelméleti diskurzusában központi szerepet játszik. Nicolas Borriaud francia műkritikus például a 1998-ban megjelent *Relációesztétikájában* fejti ki nézeteit ennek művészettörténeti jelentőségéről. Véleményem szerint a művészeti crowdsourcing jelentőségének vizsgálatához Borriaud adja a legmegfelelőbb elméleti talajt, mivel a tárgyközpontú művészetelmélet helyett a művészetet folyamatként fogja fel, amelyben egyaránt részt vesz művész és közönsége is. Ez a folyamat, amely művész és közönsége

kimondatlan együttműködésére épül, ugyanúgy szerves része a fent bemutatott hálózati munkáknak is, ezért szeretnék részletesebben is kitérni rá.

5.3. A crowdsourcing és Nicolas Borriaud relációesztétikája

A művészetben felhasznált crowdsourcing alapja ugyanaz, mint a társadalmi média mozgatórugója: a közönség azon szándéka, hogy részt vegyen valamilyen közösségi alkotómunkában. *Nicolas Borriaud (1998) Relációesztétikájában*, amelynek témája az a kilencvenes években bekövetkezett irányváltás, amellyel a művészet önmaga társadalmi szerepét helyezte előtérbe, a művész szerepe sokkal inkább katalizátorként fogható fel, semmint a műalkotást létrehozó központi szereplőként. Borriaud szerint a művészet a modernizmus független, szuverén és szimbolikus tere helyett elméleti horizontját az emberi kapcsolatok és azok társadalmi kontextusának szintjére helyezi. Más szavakkal Borriaud a művész és közönségének olyan viszonyát vázolja fel, amely túlmutat a passzív fogyasztói magatartáson. Ez a változás szerinte lehetőséget teremt egy személyesebb jellegű találkozásra mű és szemlélője között.

Példaként Felix Gonzales-Torres kubai-amerikai művészt említi, aki műveiben gyakran átlépte a közönséget a műtől elválasztó határt. „Untitled: Portrait of Ross” című művében (7. kép) például egy színes celofánba csomagolt cukrokból álló halmot állít ki a galériában, amely AIDS-ben elhunyt szeretője, Ross Laycock ideális testsúlyának (80 kg) megfelelő súlyú. A látogatók számára megengedett, hogy annyi cukrot vigyenek el, amennyit csak akarnak, mivel a galéria időnként feltölti a „készletet”. A cukrok Gonzales-Torres érzelmeit szimbolizálják egy kollaboratív médiumon keresztül (szerelem és veszteség). A mű létrejöttéhez szükség van arra, hogy a látogatók el-elvigyenek néhány darabot a halomból, ezzel szimbolizálva Ross életterejének elapadását.

A mű jelentősége abban keresendő, hogy nyílt felhívást intéz a mű közönségéhez, annyi cukrot vigyenek el a galériából, amennyit szeretnének. A felhívás itt lehetőséget jelent, nem instrukciót, ahogyan azt a Fluxus művészei tették; azonban a mű létrejöttéhez szükség van a közönség döntésére is, hogy elvisz-e belőle egy darabot, vagy sem. Ez az autonóm akció irányába szélesítette ki a műtárgy mint objekt definícióját. Ez a felhívás képezi Borriaud filozófiájának lényegét. A relációesztétika minden műalkotást felhívásnak tekint arra, hogy a

művészettel közös térben létezzünk, a művész munkásságát pedig a világgal alkotott kapcsolatok gyűjteményeként definiálja.³¹

Bár a művész azon felhívása közönségéhez, hogy részt vegyenek a mű megalkotásában, nem igényel technikai háttérrel, az internet mint technológiai médium szerintem sajátos irányba befolyásolja a részvétel mértékét és mikéntjét. Egyrésztől eltűntetve az időbeli és térbeli korlátokat a közönség részvételre való képessége exponenciálisan megnő. A hatvanas évek közönség részvételére épülő művészete (elsősorban a Fluxus és a happening) a résztvevők fizikai jelenlétére épített. Ugyanúgy Felix Gonzales-Torres, Thomas Hirschorn, Rirkrit Tirvanija és Marina Abramović művészete is függ a galériába látogatók számától és a részvételre való hajlandóságuktól. Az internet segítségével a művészek sokkal szélesebb körből vonhatnak be közreműködőket, akik időben és térben is különböző pontokon segíthetik a projektet.

Másrésztől viszont az internet aktív tér, a művésznek valamilyen fórumon magának kell toboroznia a társ-alkotókat. Az alkotó kilép a jól definiálható keretek közül, amely a galériákra és kiállítóterekre jellemző és belép a kommercializált technológia terébe. Ezzel a munka mint műalkotás legitimitációja kerül veszélybe, mivel a kritikusok és kurátorok kritikai szűrőjének hiánya nem biztosítja a mű konceptuális integritását, annak szakmai színvonalát. Az internet tere, mint azt a Net.art generáció munkái is tanúsítják, a kísérletek tere, ahol a határvonal művészet és nem művészet között viszonylag keskeny és átjárható. A művészeti kritika feltételei egy alkotás legitim mivoltára az online környezetben még kialakulófélben vannak.

A fizikai jelenlét hiánya egyszerre lehet előny és hátrány is. Szemben Borriaud szemléletével, amely a relációművészetet az emberi kapcsolatok körébe helyezte, a crowdsourcing alapú művészet színtere a technológia által összekapcsolt emberi kapcsolatok köre.³² Ez, mint az egyes felsorolt művészeti példákban megfigyelhető, a közönség hozzájárulásának egy olyan lehetőségét is felveti, amelyben a kontextus (és látszólag cél) nélküli alkotómunkában atomizálódott egyén képtelen közösséget alkotni; megmarad az arctalan tömeg szintjén (crowd), ezáltal képtelen kreativitásával aktívan hozzájárulni a mű értékéhez.

Másrésztől Borriaud definíciójában a művészet „ideje”, azaz az az időtartam, amikor a néző a művel találkozhat, szintén változáson esik át (*Borriaud*, 29. o. sk.). Ez a változás

³¹ „Each particular artwork is a proposal to live in a shared world, and the work of every artist is a bundle of relations with the world.(...)” forrás: Nicolas Borriaud: *Relational Aesthetics*, 22.o.

³² Vö.: *Literat, Ioana* 2012: *The work of Art in the Age of Mediated Participation: Crowdsourced Art and Collective Creativity*. *International Journal of Communication* 6, 2962–2984.

lényegében a művek hagyományos elérhetőségét érinti. A tárgyhoz kötött műalkotás az anyagi természetű akadályokat leszámítva (geográfiai elhelyezkedés, a múzeum nyitvatartási ideje) mindig elérhető marad, mivel szellemi értéke tárgyhoz kötött. Ezzel szemben a relációesztétikai alkotások többsége egy rövid időtartamon belül történik. Borriaud értelmezésében a művészet „monumentális”, azaz időtlenséget sugalló időtartamát a művész által definiált „időablakok” veszik át. Aki részesülni szeretne a művészet élményében, kénytelen az (általában előre megadott) időtartamon belül részt venni. Példaként felhossa Robert Barry akcióját, amely során 1969. március 5-én egy bizonyos pillanatban fél köbméter héliumot eresztett a légkörbe, amelyet a közönség csak abban az esetben láthatott, amennyiben jelen volt az eseményen. Hasonlóan idő- és személyspecifikusak On Kawara telegramjai, amelyeket bizonyos személyeknek küld a hetvenes évek óta, ezzel a szöveggel: „Még mindig élek”.

Az online művészet tere és ideje ugyancsak virtuális, mint ahogy maga a tartalom is. A műalkotások dokumentumai akár egy évtized távlatából is elérhetőek, attól függően, hogy a szerver, ahová feltöltötték őket, működik-e még. Ez a rizikó az online lementett tartalomban jelentős, mivel a távoli szerver nem minden esetben áll az alkotó irányítása alatt. Meghibásodások, szolgáltatás leállása és számos más tényező akadályozhatja meg a műalkotás elérését. Ugyanakkor az adatok erőfeszítésmentes másolása ahhoz vezet, hogy egy-egy munkát elméletileg végtelen példányban fel- és letölthetünk. A Net.art kilencvenes években alkotott művei a mai napig elérhetőek szétszórva a hálón. Ez jelzi, hogy a tárgytól, mint stabil horgonyától elszakadt művészet efemer mivoltát némi fenntartással kell tudomásul venni. Az online közegben a mű megőrzése aktív, folyamatos tevékenységet igényel, ellenben ugyanúgy megvalósítható, ahogy a fizikai alkotásé is.

Az elérhetőség technikai háttere pusztán egyetlen tényezője a közönség online alkotásokkal való találkozásának. A másik lényeges kritérium a művész döntése, hogy efemer projektként definiálja-e az alkotást, vagy folyamatos tevékenységként. Aaron Koblin például a Sheep Market-et befejezett műnek látja annak ellenére, hogy elméletben semmilyen akadálya nincs a projekt folytatásának. Ezzel szemben a Johnny Cash Project például a mai napig kiegészíthető, bárki bármikor részt vehet az alkotás továbbfejlesztésében. Az akció ismétlődősége, a bemutatás időtől való függetlensége véleményem szerint az internet művészet előnyei közé tartozik. Míg nézőként egy performance-ról általában fotó, videó, illetve szöveges dokumentáció formájában találkozom, addig az archivált online művek esetében lehetőségem van a tényleges munkát eredeti kontextusában is megélni. A Borriaud-i értelemben létrehozott „időablakok” itt végtelen számban megismételhetők.

6. A FELHASZNÁLÓ SZEREPE A TÁRSADALMI MÉDIA ALAPÚ MŰVÉSZETBEN

6.1. A művész és közönsége kollaborációjának kritikai elemzése.

Az alkotás internet segítségével történő radikális léptékű demokratizálódása azt a lehetőséget is magában hordozza, hogy általa tovább erodálódik az a huszadik században már megkérdőjelezett axióma, amely a művészt, mint kizárólagos jogú alkotót jogosít fel csak a műalkotás elkészítésére. A művészettörténetben először Duchamp (bár még ironizálva és gúnnyal) veti el a szerzőiség felsőbbrendűségének kérdését, mint megkérdőjelezendő, de társadalmilag elfogadott tényt. Joseph Beuys később már azt a gondolatot is felveti, hogy mindenki művész, bár a legtöbb egyén kreativitását a társadalmi normák és elvárások elnyomják. Természetesen ezzel nem azt kívánta hangsúlyozni, hogy mindenkinek szükségszerűen műalkotásokat kellene létrehoznia, mindössze a művészet koncepciójának olyan mértékű kibővítését szorgalmazta, amely magába foglalhatja a hétköznapi kreativitást is (vö. *Mesch*, 2007 198–227. o.).

Az online crowdsourced művészeti projektek elméletben egy lépéssel továbblépve valóban kihasználják az egyén alkotókedvét és kreativitását egy-egy közösségi projekt létrehozásának érdekében. A közönség részvételét igénylő művek esetében azonban mindig kritikus kérdés marad a közönséggel való kollaboráció mértéke. Alexei Shulgin, az első Net.art generáció egyik prominens képviselője már 1999-ben hangot adott abbéli aggályainak, hogy az interneten népszerű jelszóként hangoztatott interaktivitás mennyiben valósul meg a művészet keretein belül: „Nem hiszek az interaktivításban, mivel úgy gondolom, az interaktivitás egy nagyon egyszerű és egyértelmű módszer az emberek manipulálására. Az úgynevezett interaktív művészetben ugyanis annyi történik, hogy amikor egy művész egy interaktív műre tesz javaslatot, mindig kijelentik: «Ó ez nagyon demokratikus! Vegyenek részt! Alkossák meg saját világukat! Kattintson a gombra és maga is ugyanúgy szerzőjévé válik a műnek, mint én». Azonban ez soha nem igaz. A nevével és a karrierjével mindig a művész áll a mű mögött és mindössze arra veszi rá az embereket, hogy a nevében gombokra kattintsanak.”³³ Ahogyan autonóm akció nélkül nincsen valódi interaktivitás, úgy az sem mindegy, hogy a felhasználó döntési joga milyen (a művész vagy a technológia által meghatározott) korlátokba ütközik.

³³ *Alexei Shulgin in: Tilman Baumgärtel: Art on the Internet – The Rough Remix in: Josephine Bosma és tsai.: Read Me! Read Me! Read Me!: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge, Autonomedia, Semiotext, 1999 237. old.*

Az eddig vizsgált online alkotások a kollaboráció mértékét tekintve a következőképpen rendszerezhetők³⁴:

1. Táblázat: A művész szerepe crowdsource-olt műalkotások esetén:

Kritérium	Kategóriák	Példák
Irányítás centruma alapján	Felülről irányított (művész szerepe meghatározó)	Learning to Love you More, The Johnny Cash Project, The Sheep Market
	Alulról irányított (részvevők döntései befolyásolják)	The Exquisite Forest, Life in a Day, SwarmSketch, The Worlds First Collaborative Sentence
Az alkotási folyamat milyen mértékben előre megtervezett?	A folyamatot előre megtervezték, eltérni csak kis mértékben lehet	The Sheep Market, Bicycle built for Two Thousand, The Johnny Cash Project, Star Wars Uncut
	A folyamatterv csak útmutatóul szolgál	Life in a Day, SwarmSketch, The Worlds First Collaborative Sentence, Tim Burton's Cadavre Exquis
A mű megalkotásában a résztvevők között kialakulhatnak-e dialógusok?	Dialógus alapú: a résztvevők látják mások munkáit és építhetnek ezekre	SwarmSketch, The Exquisite Forest, Tim Burton's Cadavre Exquis, The Worlds First Collaborative Sentence
	Egyéni: a résztvevők nem láthatják egymás munkáját a projekt befejezéséig.	Life in a Day, Ten Thousand Cents, The Sheep Market, Bicycle built for Two Thousand, Star Wars Uncut

Természetesen a kollaboráció mértéke és formája radikálisan eltérhet projektenként annak függvényében, hogy mennyiben „szabad” a kreatív hozzájárulás mértéke. Különbséget érdemes tenni például Aaron Koblin Mechanical Turk segítségével létrehozott projektjei között, ahol a hozzájárulás az elkészült műalkotás volumenéhez képest jelentéktelen méretű, és például a „SwarmSketch” demokratikus módszerekkel készült rajzaihoz képest (szavazáson alapuló folyamat, hogy mely vonalak maradjanak meg a végső műben), ahol a résztvevők nagyobb döntési körrel rendelkeznek, de ugyanúgy csak kismértékben járulnak hozzá a mű koncepciójához. Ugyanígy különbséget lehet tenni azok között a művek között, amelyeknek végeredményével a felhasználók tisztában vannak az alkotás során (pl.: Johnny Cash Project, Tim Burton's Cadavre Exquis), illetve azok között, amelyeknél a munka

³⁴ A táblázat tartalmát illetően erősen támaszkodom Ioana Literat (*Literat*, 2012, 2975. o.) participáció szintjeit taglaló elemzésére.

kontextus nélkül folyik (pl.: Sheep Market, Ten Thousand Cents, Bicycle Built for Two Thousand). Az utóbbi esetében fenáll az a lehetőség, hogy a művész kihasználja saját maga érdekében a résztvevők kreativitását, miközben arctalan tömegként kezeli őket. Koblin megemlíti, hogy a „The Sheep Market” a több ezer résztvevője közül mindössze egy kérdezte meg a virtuális vászonra írva: „Miért, Miért csinálod ezt???” (sic!) Koblin művében a birkanyáj analógiája egyben a projekt gondolkodás nélküli kivitelezésére is vonatkozik.

A művész nem minden esetben veszi át száz százalékban az irányítást a projekt felett, sok esetben, mint például a „Learning to Love You More” és a „Life in a Day” a felhasználó fantáziájára bízva a kivitelezést. A kreatív együttműködés lehetővé tesz egyfajta párbeszédet az alkotók és a művész elképzelése között azáltal, hogy az alkotók reflektálhatnak az egész mű lényegére alkotás közben. Az elemzett projektek esetében a művész elsősorban rendezői, kurátori szerepet tölt be, akinek feladata elbírálni, mennyiben felel meg a felhasználó által beküldött tartalom a koncepció művészi kritériumainak.

Végül a kollaboráció művész és közönsége között ideális esetben közös szervezésű művekben csúcsosodhat ki, amelynek szerzői jogai a felhasználót is ugyanúgy megilletik. Sajnos ma még nem létezik olyan online crowdsourcing-projekt, amely formálisan megosztotta volna a szerzői jogokat a felhasználókkal (vö. *Literat*, 2012, 2978. o.). Ez ugyanis azt jelentené, hogy amennyiben a művész bevételhez jut a mű eladása révén, azt meg kellene osztania a crowdsourcingban részt vevő alkotókkal. Például a „The Sheep Market” esetében Koblin darabonként 20 dollárért adta el azokat a bárányokat, amelyekért mindössze két centet fizetett a Mechanical Turk felhasználóinak. Miután a bárányokat áruló weboldalt elindította, Koblin mélyen elítélő kritikákat kapott a felhasználó-alkotóktól: az Amazon egyik fórumán megjelent a „They're selling our sheep!!!”³⁵ felkiáltás (Koblin, 2006, 29. o.). Az alkotók szemmel láthatólag részben sajátjuknak érezték az elkészült műalkotást. Az eset rávilágít a jelenlegi crowdsourcing gyakorlat hiányosságaira: Az egyes résztvevők nem rendelkeznek jogokkal az elkészült mű felett, nincsen beleszólásuk annak koncepciójába, szervezésébe és további sorsába. Az alkotáshoz való hozzájárulásuk a művész által korlátozott paraméterek révén történik. Ez megkérdőjelezi a hozzájárulás értékét is.

Koblin műveit vizsgálva, aki a legkülönfélébb kísérleteket végezte a közönség, illetve az arctalan „tömeg” autonómiájának különböző mértékű variálásával, arra a következtetésre jutottam, hogy a legfontosabb tényező a közönség hozzájárulásának jelentősebb tételében a koncepció transzparenszé tétele. Abban az esetben, amikor a résztvevők tisztában vannak a mű céljával és az elérendő eredménnyel, általában nagyobb erőfeszítést tesznek, valamint

³⁵ „Eladják a bárányainkat!!!” (ford. a szerző)

anyagi jutalmazás hiányában is vállalják a feladatot, ellentétben a kreatív gondolkodást nélkülöző munkák estében, ahol erre szükség van. Az olyan művek, mint a Johnny Cash Project, az Exquisite Forest, illetve akár a Star Wars Uncut, mind erősen építenek a kollaborálók egyéni szempontjaira, érzésvilágára és gondolataira, ugyanakkor az alkotás koncepcióját transzparenssé, az alkotóközösség minden tagja számára elérhetővé teszik. Szerintem ezek a munkák képviselik a legjobban a művész és közönsége megváltozott helyzetét, ahol az alkotó továbbra is az értelmi szerző, ezzel egyidejűleg a közönség passzív fogyasztó, illetve passzivizált alkotó („bedolgozó”) helyett társalkotói szerepbe kerül.

6.2. A felhasználó motivációja a részvételre a társadalmi médiában

A crowdsourcing esetében, főleg a kulturális vonatkozásainak vizsgálatakor nem elhanyagolható a részvételre való motiváció mint tényező. *Brabham* (2013)³⁶ szerint egy crowdsourcing tevékenységben részt venni hasonló jellegű motivációt igényel, mint például blogbejegyzést írni, open-source szoftvert írni, illetve tartalmat tölteni fel a YouTube-ra vagy a Wikipediára, azaz olyan motivációról van szó, amely részben, vagy teljesen független az anyagi ellenszolgáltatás mértékétől. *Edward L. Deci* és *Richard M. Ryan* (1985, 5. o. skk.) pszichológusok az emberi önmotiváció tekintetében megkülönböztetnek külső és belső tényezőket. A belső motivációs faktorok (úgy mint szórakozásból művelt tevékenység, illetve kihívásnak való megfelelés), valamint a külső motivációs faktorok (mint például pénzügyi motiváció, hírnévre törekvés, illetve társadalmi nyomás) külön-külön, de együtt is befolyásolhatják a részvételi kedvet. Az Amazon Mechanical Turk weboldalán résztvevők motivációját vizsgáló *Jacob Rogstadius*, *Vassilis Kostakos*, *Aniket Kittur*, *Boris Smus*, *Jim Laredo* és *Maja Vukovic* (2011, 321–328. o.) megállapították, hogy a belső motivációval rendelkező résztvevők magasabb színvonalú munkákat hoztak létre, mint azok, akik csak külső motiváció miatt végeznek bármilyen crowdsourcing-tevékenységet.

A médiakutatásban a kollaboratív kultúra kapcsán felállított elméletek döntő többsége megpróbál választ adni a résztvevők belső motivációjára ahhoz, hogy tartalmat hozzanak létre és osszanak meg az interneten. *Henry Jenkins* és munkatársai (2006a, 3. o.) a fiatalok médiatevékenységét vizsgálva arra a következtetésre jutottak, hogy a kollaboratív kultúra kialakulásának alapfeltétele nem csak az alacsony belépési küszöb (mind a technológia, mind tudásbázis szempontjából), hanem az is, hogy a virtuális közösség tagjai úgy érzik,

³⁶ *Brabham, Daren C.* Crowdsourcing MIT Press Essential Knowledge, 2013. 05. 10. Fejezetcím: Moving the Crowd (E-book formátum, oldalszámok nem jelöltek).

hozzájárulásuk a közösség értékeihez jelentőséggel bír, valamint valamilyen fokú társadalmi kapcsolatot is éreznek a közösség többi tagja iránt. Ugyanúgy a belső motiváció jelentőségét támasztja alá *Su-Houn Liu, Hsui-Li Liao és Yuan-Tai Zeng* (2007, 232–237. o.) kutatása a bloggerek kapcsán, amely megállapítja, hogy a bloggerek esetében a második legfontosabb motivációs tényező az emberekkel való kapcsolatteremtés, a legfontosabb pedig az érzelmek kiöntése³⁷ (sic!).

Aaron Koblin kísérletei is bebizonyították, hogy minimális pénzügyi motiváció (a „The Sheep Market” esetében 0,02 dollár, míg a „Ten Thousand Cents” esetében 0,01 dollár) mellett is több ezer vállalkozó akadt, akik a feladatot legalább az elvárt szinten teljesítették. Elmondása alapján az előbbi projektben a több mint tízezer megoldás közül mindössze 662 bárány nem felelt meg a „bárányszerűség” elvárásának, a leghosszabb idő pedig, amit valaki egy rajzra fordított 46 perc volt. Ez bőven túlmutat a pénzügyi motiváció, mint kizárólagos tényező jelentőségén. A munkában meglelt szórakozás és az önkifejezés a társadalmi médiára vonatkozó motivációs tanulmányokban rendszeresen felvetődik.³⁸ *Howe* (2009) szerint „Az emberek nem szeretnek passzív fogyasztók lenni, szívesebben vesznek részt olyan termékek kifejlesztésében és megalkotásában, amelyek számukra jelentőséggel bírnak. A crowdsourcing pusztán az egyik megnyilvánulása annak a trendnek, amely a kereskedelem nagyobb mértékű demokratizálódásához vezet.”

A crowdsourcing hatékonyságának előfeltétele a részvételre való hajlandóság. A részvételi szándék mindössze egy része származtatható az anyagi nyereségből, további motivációs tényezők lehetnek (forrás: *Brabham*, 2013):³⁹

- Kreatív képességek kifejlesztése
- Más kreatív szakterületen dolgozó szakemberekkel való kapcsolat kiépítése
- Portfólió építése
- Kihívások keresése
- Online közösségben való részvétel
- Unaloműzés
- Hozzátenni egy nagyobb közös érdeklődésből fakadó projekthez
- Másokkal megosztani valamit
- Szórakozás

³⁷ „pouring out feelings” (ford.,: szerző)

³⁸ lásd még: *Brabham, Daren C. Crowdsourcing* (2013) „Moving the Crowd” c. fejezet.

³⁹ lásd ugyanott.

6.3. A felhasználó szerepének megváltozása a társadalmi médiában

A crowdsourcing kapcsán felmerült szerepeltolódás rávilágít arra a paradigmaváltásra, amely a felhasználó szerepének megítélésével kapcsolatos. A felhasználó fokozatosan átlép a passzív információfogyasztói létből az aktív információalkotói illetve információrendezői szerepbe (lásd: információkurátorok). A váltás katalizátora és többségi platformja a közösségi média és a blogoszféra. Természetesen nem a művészet az egyetlen olyan terület, ahol a változás megfigyelhető, mivel az interneten történő információ rendszerezése a tartalomalkotás újfajta szokásainak kialakulása is fémjelzi az új trendet.

6.3.1. A FELHASZNÁLÓ SZEREPE AZ INFORMÁCIÓÁRAMLÁSBAN

Az információáramlás megnövekedett mértéke valószínűleg nem fog helyhiányhoz vezetni a közeljövőben, mivel a szerverparkok nem csak kiterjedésben, hanem az információtárolók kapacitását tekintve is állandóan fejlődnek. Nem valószínű tehát, hogy egyszer csak „elfogy a hely” a virtuális világban. Annál inkább valószínű, hogy megfelelő szűrőmechanizmus hiányában az internetező által keresett információt eltemeti a „virtuális szemét”, azaz a hasonló témára, illetve keresőszavakra optimalizált oldalak és cikkek áradata. Nem véletlen, hogy a „keresőóriás” Google az utóbbi idők legstabilabban fejlődő nagyvállalata, amely egyeduralkodó lett keresési algoritmusával a világpiacra. A „guglizás” szleng ma egyet jelent az interneten történő információ kereséssel. Egyfajta virtuális iránytűként használjuk, amely egy végtelen és napról napra változó tengeren keresztül kell, hogy elvezessen bennünket a vágyott célhoz, bármerre legyen is az. A Google keresőalgoritmus számára mindaz az információ, amely nem releváns a keresési kifejezés szempontjából, nem létezik. Iránytűje közvetlenül a célhoz repít bennünket.

A kérdés az, hogy amennyiben az információ tengere közel végtelenre duzzad, az őt átfogóan ismerő algoritmus is közel végtelen nagy kell-e legyen? Tudjuk, hogy a Google minden egyes felderített weboldaltól készít egy másolatot, amelyet a saját szerverén tárol. A keresőrobot felderít minden egyes weboldalt és indexeli őket, beleértve az aloldalakat is. Ez egy időigényes folyamat, amely akár hónapokig is eltarthat. Semmilyen garancia nincsen rá, hogy az internet fejlődése nem válik egyszer csak követhetetlenül gyorsá. Valójában már most is gondot okoz a régi, használhatatlan tartalom szétválasztása a friss és relevánstól. Ennek bizonyítéka a „404 Error” üzenetek létezése, azaz a nem létező oldalakra mutató találatok. Lehet, hogy az egyre növekvő rendszert csak egy másik egyre növekvő rendszerrel lehet feltérképezni? Jorge Luis Borges kiváló térkép-analógiája az internet kapcsán is

megállja a helyét: Amennyiben tökéletes térképet készítünk egy területről, vajon az 1:1 arányú térkép mennyire lesz használható a navigáláshoz?⁴⁰

Eli Praiser (2012) ezen kívül felvet egy olyan problémát is, amely a találatok személyre szabottságára vonatkozik. Ahhoz, hogy a Google pontos találatokat adhasson a felhasználó által keresett tartalmakról, információt kell gyűjtenie a felhasználó keresési szokásairól. Ez hosszú távon egy úgynevezett „Filterbuborék” (Filter Bubble) kialakításához vezethet, amely az előzetesen feltérképezett keresési szokásoknak megfelelő tartalmakat szolgáltat. Miután tehát a Google keresési algoritmusai kiismerte a felhasználó szokásait valószínű, hogy egyre gyakrabban ismétlődő témákat „talál”. Ez Praiser szerint annyit jelent, hogy új gondolattal, valódi felfedezéssel nem fogunk egy idő után találkozni.

Talán ezeknek a paradoxonoknak is köszönhető, hogy egyre elterjedtebbek a neten a „kurátorok”, akik ebben a kontextusban nem múzeumi szakemberek, hanem saját weboldalt, illetve blogot működtető egyének, akik az információt egy (vagy több) szempont alapján gyűjtik össze és teszik mások számára elérhetővé. Esetenként egy-egy ilyen kurátor oldala kiváló tájékoztató pontként működhet egy adott téma iránt érdeklődő felhasználó számára.

Tegyük fel, hogy például valaki társadalompszichológia témájú könyveket szeretne vásárolni, de nincs konkrét elképzelése arról, melyik szerző, illetve téma érdekli. Logikusan, ha könyvet keresünk, azt váránk, hogy az Amazon, illetve más könyvruházak weboldalát kapjuk meg első helyen, mivel a Google elsősorban kereskedelmi célokra szakosodott, reklámok bevételeiből üzemeltetett vállalkozás.

A valóságban a keresés („social psychology books”) a következő eredménnyel zárul⁴¹ (24. kép):

1. The 50 Best Social Psychology Books (www.sparringmind.com)
2. Popular Social Psychology Books (www.goodreads.com)
3. Social Psychology Textbooks - Social Psychology Network (www.socialpsychology.org)
4. Amazon.com: Book Review Books for Social Psychology (www.amazon.com)

A Google keresés a „social psychology books” keresőszavakra pillanatnyilag (2013 június 9.) az Amazon ajánlatát csak a negyedik helyre teszi. Miért? Ha megvizsgáljuk az első

⁴⁰ Jorge Luis Borges: „Del rigor en la ciencia”, azaz „A tudomány pontosságáról” című írásában egy birodalomról ír, amelyben a kartográfia tudománya olyan tökéletességet ért el, hogy a térkép pontosan akkora volt, mint maga a birodalom. Ez a precíz térkép azonban használhatatlannak bizonyult és a későbbi generációk hagyták elpusztulni.

⁴¹ A keresési eredmények elemzésekor figyelembe kell még venni olyan tényezőket, mint a felhasználó földrajzi helyzete (IP cím alapján lokalizálva), operációs rendszerének és böngészőjének nyelve, keresési előzményei és más előre nem látható tényezők. Ezért az itt felvázolt kísérlet más felhasználó esetén, más országban jelentősen eltérhet.

három helyezettet, kiderül, hogy a második helyen egy szakmai oldal található a Social Psychology Network, míg a harmadik helyen a goodreads.com, egy könyveket osztályozó médiára épülő oldal áll. Az első helyezett látszólag nem túl releváns, hiszen nem szakmai oldal és nem is vásárolhatunk közvetlenül könyveket itt: a sparringmind.com, Gregory Ciotti blogja, aki marketinges szakemberként számos cikket gyűjtött össze társadalompszichológia témakörben. Hogy hogyan lehet fontosabb egy marketing menedzser szabadidejében szerkesztett blogja, mint egy szakmai oldal, illetve mint a világ legnagyobb internetes könyvárúháza?

A Google keresési szabályait ismerők nagy hangsúlyt fektetnek a releváns linkek fogalmára. Ezek a linkek olyan oldalakról származnak, amelyek hasonlóan relevánsak ugyanabban a témában, mint az az oldal, amelyre mutatnak. Esetünkben a Gregory oldalára mutató linkeket tartalmazó oldalakat hozzáértő személyek, illetve szakemberek szerkesztik, így az ő oldalaik is népszerűek a társadalompszichológiát kutató egyének körében. Mivel több fontos, társadalompszichológia témakörben releváns oldal jelölte meg Gregory oldalát, mint értékes információk tárházát, a Google feltérképezte ezt a mikrohálózatot és a blogot relevánsabbnak ítélte meg a keresőszavaimra reagálva, mint az általános pszichológiai tárgyú könyveket áruló Amazont. Azt viszont nem lehet egyszerűen megmagyarázni, hogy a socialpsychology.org-ot hogyan előzte meg egy amatőr blogja. A legvalószínűbb, hogy míg a szakirodalommal foglalkozó oldalt kizárólag az adott diszciplína tudósai látogatják, addig egy jól szerkesztett blog nagyobb népszerűségnek örvend mind a szakma, mind a széles közönség körében. Kijelenthetjük tehát, hogy a Google crowdsourcolja az oldalak népszerűségi és relevancia listáját, mivel a felhasználók véleményét veszi alapul a releváns linkek meghatározásakor. Részben ellentmondva Gerhards és Schäfer 2009-es tanulmányának, az interneten, mint hálózati alapú demokratikus szerveződésben, a tömeg véleménye hosszú távon nagyobb súllyal esik latba, mint a kisebb létszámú szakmai közösségé.

6.4. A kurátor kifejezés demokratizálódása

A tartalom-kurálás (content curation), vagy információ-kurálás (information curation) újkeletű kifejezés, egy interneten született szleng, amelynek jelentése: az interneten található végeláthatatlan anyagot összegyűjteni és egy adott téma köré csoportosítva emészthető formában tálni. A tartalomkurátor közösségek elszórtan működő virtuális közösségek, amelyek önkéntesekből állnak, akik együttműködve hoznak létre koherens, ellenőrzött és gyakran ingyenes adattárakat különböző forrásokra támaszkodva. Jelentőségük, hogy a

kutatómunkához felhasznált tudományos adattárakat, amelyeket a közelmúltban kisszámú személyzet tartott karban, egyre inkább a crowdsourcing módszerét követve a tartalom-kurátorokra bízák (Dana Rotman és mtsai 2012, in: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 1092-1107. o.). A tartalom-kurálást el kell különíteni az online tartalom készítéstől, mint például a Wikipédiát építő közösségtől, mivel ezek alapvetően különböző tevékenységeket jelölnek. Ugyanakkor a tartalom kurálása nem egyenlő az adatok (képek, linkek, szövegek) gyűjtésével. A jó tartalom-kurátor képes kiválogatni a leginkább releváns adatot és a legjobb forrást egy adott téma szerint rendezve, ezzel fejlesztve például a gyógyszerkutatáshoz szükséges adattárakat (Li, Cheng, Wang és Brayant 2010, . in: *Drug discovery today*, 15, 23–24. old.).

A tartalom kurátor szerepe az online kultúra terjesztésében és elemzésében túlmutat adatgyűjtő, raktározó és megosztó szerepén. Az információbőség korában szakembernek lenni már nem jelenti feltétlenül azt, hogy a szakterületünkre jellemző legfrissebb és legfontosabb tudás birtokában vagyunk. A tudás fokozott sebességű elévülését csak „kurátori” képességek segítségével ellensúlyozhatjuk, amely állandó információgyűjtést és rendszerezést jelent. Ehhez fejlett analitikai képességekre van szükség. Emellett a tevékenység magában foglalja a publikálást is, tehát az adat közcélú felhasználásához megfelelő prezentációt. A kurátor tehát az interneten fellelhető adat appropriálásával (tulajdonba vételével) új tartalmat hoz létre, ezzel járulva hozzá az online kultúra fejlődéséhez.

Mel Buchanan, az Hermitage Múzeum kurátora⁴² 2012-ben nyílt levélben fordult az internet közösségéhez, amelyben arra kért mindenkit, ne használják a kurátorkodás kifejezést a virtuális adatrendezésre, lévén, a kurátori szakmára, amelyet hosszú előtanulmányok előznek meg, degradálónak hat. Az ennek nyomán kibontakozó vita elsősorban az angol nyelv kifejezéseinek devalvációját okolta az interneten megjelenő „újrahasznosított” kifejezésekért. A szakma felsőbbrendűségét védő kurátorok és a webes kurátori tevékenységet védők közül kiemelkedik Suse Cairns,⁴³ a Newcastle-i Art Gallery munkatársának véleménye, aki szakmabeliként más álláspontot képvisel, mint munkatársainak többsége. Suse szerint a kurátor kifejezés liberális értelmezése nem degradálja a kifejezés értékét, ellenkezőleg,

⁴² Az eredeti nyílt levél a <http://hermitagemuseum.wordpress.com> weboldalon jelent meg, azóta az internet ideiglenes jellegének megfelelően eltűnt, de másolatai még fellelhetőek: (<http://aboriginalcuratorinresidence.blogspot.hu/2012/05/httphermitagemuseumwordpresscom20111004.html> utolsó letöltés: 2014. 12. 5.)

Vélemények, ellenvélemények, kritikák az írással kapcsolatban számos blogoldalon megtalálhatóak. Ennek az írásnak a sorsa is azt bizonyítja, hogy az interneten egy tanulmány hatása messze túlléphet az írója szándékán: ami egy egyszerű blogbejegyzésnek indult, amelyet néhány ember olvasott, mára egy komoly vitává nőtte ki magát a hálón, amely függetlenítette magát az eredeti szöveg szerzőjétől.

⁴³ <http://museumgeek.wordpress.com/2012/04/15/a-throwdown-about-the-term-curator/>

értékesebbé teszi azt, mivel felhívja a figyelmet a szakma fontosságára (ízlést, korszellemet közvetíteni a közönség felé), illetve a kifejezés divatossága miatt pozitív asszociációkat társít a múzeum „imázsához”. Ha figyelembe vesszük a múzeumlátogató közönség összetételét (a magasabb végzettséggel rendelkezők teszik ki a múzeumlátogatók javarészét⁴⁴), úgy tűnik, létezik egyfajta távolságtartás a hagyományos diszciplínák által meghatározott kurátori kultúrát előnyben részesítő gondolkodás és a széles közönség ízlése között. Szerencsés esetben az internet áthidalhatja ezt a távolságot, hiszen azon túl, hogy képes kulturális értéket közvetíteni (lásd a fentebb említett szakmai vitát, mint példát arra, mennyire hatásos fórum kulturális kérdések megvitatására), mindezt „trendi” és fogyasztható módon teszi.

Az információ-kurátor szerepe és a múzeumi kurátor szerepe között, ha leszámítjuk az előképzettséget, valójában sok átfedést találunk. Az információ-kurátor, amennyiben komolyan veszi tevékenységét, szintén elmerül egy téma vizsgálatában, amely többnyire egy bizonyos tevékenység, tárgy vagy jelenség ismeretét jelenti. Példának okáért, egy zenével általános jelleggel foglalkozó weboldalt sokkal nehezebb szerkeszteni, mint például a gitár történetével foglalkozó blogot. Ráadásul, mint a társadalompszichológia témájú Google keresés eredménye is mutatja, egy specializált oldalnak nagyobbak az esélyei akkor, amikor szűkített keresési paramétereket alkalmazunk (pszichológia csak részben releváns, társadalompszichológia teljes mértékben). Ez a viselkedés nagymértékben hasonlít a múzeumi kurátorok specializációjához, ahol kortárs, modern illetve impresszionista (és egyéb) specializációkat találunk. Az analógia lényege, hogy az interneten is értékesebb kevesebb témáról több információval rendelkezni, mint általános témákkal foglalkozni (amazon.com pszichológia könyvszekciója csak a negyedik helyen végzett a kísérletünkben).

Természetesen szakmai szempontból jelentős a különbség egy művészettörténeti kutatómunkát végző szerző és egy digitális adatokat gyűjtögető egyén munkafolyamata között, ezért értelmetlen lenne további párhuzamok vonásával kísérletezni. Ellenben az újfajta kurátor-fogalom születése és rohamos elterjedése mégis meghatároz egyfajta „Zeitgeistet”, azaz mentális lenyomatot a kortárs gondolkodásról, amely lassanként visszagyűrűzik a múzeumi, kiállítótéri gyakorlatba is.

⁴⁴ Két tanulmány alapján:

- 1) *L. MarkDavidson Schuster*, „Perspectives on the American audience.. for art museums, report prepared for Research Division, National Endowment for the Arts (Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1987), available on microfiche through ERIC system, ED294780;
- 2) *Paul I. DiMaggio és Francie Ostrower*, „Race, ethnicity and participation in the arts: Patterns of participation by black, Hispanic and white Americans in selected activities from the 1982 and 1985 surveys of public participation in the arts,” report prepared for Research Division, National Endowment for the Arts (New Haven, Conn.: Yale University, 1987).

6.5. A szakértői paradigma változása, hatása a művész és kurátor szerepére

Pierre Lévy kollektív intelligencia-elméletéből kiindulva *Peter Walsh* (2003) fogalmazta meg a „szakértői paradigma”⁴⁵ megváltozását. Walsh szerint a szakértelemről alkotott hagyományos felfogásunk a virtuális világban történő kommunikáció szélesebb körben is értelmezhető folyamata révén eltűnőben, de legalábbis megváltozóban van.

A szakértői paradigma négy fő pontban foglalható össze:

1. A szakértői tudás egy olyan behatárolt halmaza a tudásnak, amelyet egy egyén képes elsajátítani.
2. A szakértői paradigma egyik axiómája, hogy egyes egyének birtokában vannak a tudásnak, míg mások nincsenek.
3. A szakértői paradigma szabályokat állít fel ahhoz, hogyan kell az információt megszerezni, illetve feldolgozni. Ezeket a szabályokat a hagyományos diszciplínák határozzák meg (kutatás, hivatkozás illetve reflexiók).
4. A szakértők birtokában vannak a szaktudásukat igazoló bizonyítványnak, azaz átmentek egy rituálén, amely azok közé az emberek közé avatja őket, akik egy adott szakterület specialistái. Ez a leggyakrabban formális képzés útján érhető el.

A kollektív intelligencia paradigmája az előző pontokhoz képest:

1. A kollektív intelligencia által leghatékonyabban megválaszolható kérdések interdiszciplinárisak és széles körben értelmezhetőek.
2. A kollektív intelligencia meglelte feltételezi, hogy minden egyén képes hozzájárulni, még akkor is, ha csak alkalmi segítséget tud nyújtani.
3. A kollektív intelligencia minden résztvevője saját szabályai alapján szerzi meg és dolgozza fel az információt, saját munkafolyamatát véve alapul. Ez ahhoz vezethet, hogy egyes munkafolyamatok meggyőzőbb (hatékonyabb) eredményt képesek felmutatni, mint mások, de egyiket sem kategorizálhatjuk „hibásnak”. A munkafolyamat szabályait taglaló viták részét képezik annak a folyamatnak, amely által a tudás létrejön.
4. A kollektív intelligenciában résztvevők között, bár a legkülönbözőbb tapasztalati háttérrel rendelkezhetnek, nincsen hierarchikus felosztás, elsősorban a tapasztalati úton szerzett tudás számít értékesnek.

⁴⁵ „the expert paradigm” (ford.: szerző)

Walsh elmélete alapján az internet, mint a szétagolt tudás (distributed knowledge) tere megváltoztatja, erodálja a szakértői paradigma privilegizált értékét. Példaként felhossa Matt Drudge weboldalát a „The Drudge Report”⁴⁶-ot, amely a hagyományos újságírásban megszokott információhoz való jutás szabályait figyelmen kívül hagyva, elsőként publikált olyan információt, amely később Clinton elnök szexbotrányához vezetett. Drudge nem újságíró, ezért számára semmit nem jelentett az újságírás hierarchiájának való megfelelés (szerkesztő, kiadó véleménye), a forrásanyag eredetiségének és hitelességének ellenőrzése, illetve a magánéleti titkok tiszteletben tartása. A botrány kirobbantásával Drudge indirekt módon megrázta az újságírás hegemoniáját is. Olyan anyagok közszemlére tételével, amelyek az újságírás szempontjából ellenőrizetlen nyersanyagok számítanak, rávilágított arra a tényre is, hogy a hírek, amelyeket az újságírás hagyományosan objektív igazságként prezentál, valójában (gyakran manipulatív módszerekkel) előállított szellemi termékek. Az újságíró szakértői paradigmája, illetve az újságírás, mint szakma tudáshegemoniája kezdte elveszíteni megbecsülését a közönség szemében.

Az internet hasonló hatást kezd el kiváltani a művészeti világban is. Walsh szerint a múzeumok a digitalizálás előtti időben teljes mértékben irányításuk alatt tartották a műtárgyak kiállításának, reprodukálásának és a velük kapcsolatos diskurzusnak a jogát. A digitális kép korában azonban ez az irányítás kezd megszűnni. Mark Harden műalkotásokat bemutató weboldala az „Artchive”⁴⁷ például nagyon hasonlít egy múzeumi weboldalra azzal a különbséggel, hogy az oldal fenntartója egy magánszemély, aki a művészetről vallott saját nézeteit osztja meg az oldalon. A műalkotásokról készült képeket a világ minden tájáról összegyűjtve hozta létre saját virtuális múzeumát. Harden kezdeményezése fenyegetést jelent a múzeum tudáshegemoniájára nézve, mivel megelőlegez egy olyan kiállítási gyakorlatot, ahol bárki kiállíthat, rendszerezhet műalkotásokat, illetve kommentárokat fűzhet hozzájuk, ezzel dezintermediálva a kurátor szerepét. A virtuális múzeum a valódihoz képest hasonló kezdeményezésként értékelhető, mint a virtuális kurátorok munkája a valódi múzeumi szakemberekhez képest. A szakértők által meghatározott információáramláshoz képest egy könnyen hozzáférhető alternatívát jelent a felhasználó számára. Harden kezdeményezése egyrészt nonprofit alternatívát kínál minden művészetkedvelő számára a művészet megismeréséhez, másrészt viszont megkérdőjelezi a szerzői jogok érvényességét, hiszen a „gyűjteményben” kiállított művek nagy részét nem jogtiszt licenz útján szerezte meg.

⁴⁶ <http://www.drudgereport.com/> (utolsó letöltés 2014. 01. 05.)

⁴⁷ <http://www.artchive.com/> (utolsó letöltés 2014. 01. 05)

A szakértői paradigma fokozatos értékvesztése Lévy nézeteit visszhangozza: Egy folyamatos változásban lévő helyzetben a hivatalos nyelv és a merev struktúrák mindössze elkendőzik vagy elhomályosítják a valóságot (Lévy, 1997, 70. o.).⁴⁸ Az online felületen történő tartalomalkotás és értelmezés beleértve a virtuális közegben történő kulturális reflexiókat is egy folyamatosan változó közeget képvisel, amely kevésbé kedvez a hagyományos diszciplínák tudósainak. A kollektív intelligencia összetartó ereje nem a meglévő tudáson alapul, sokkal inkább a tudás megszerzésének társadalmi folyamatán, amely dinamikus és együttműködésre épülő (vö. Jenkins, 2006).⁴⁹

A kollaboratív kultúra struktúrájában a művész szerepe is megváltozóban van, mivel hasonlóan a hagyományos diszciplínákban képzett tudósokhoz, a szakértői paradigma változása kihat a művészi alkotómunkára is. A kortárs művészet alapvetően interdiszciplináris kultúrafelfogása megerősíti ezt a folyamatot. Mint Borriaud is megfigyelte, a művészet színtere a társadalmi kapcsolatok hálója lett. A művész szerepe ezáltal a művészet-alkotás tudásának kizárólagos birtokosából egyfajta mediátori szerep irányába tolódott el. A szerepkörnek célja szenzibilizálni a művészet iránt a közönséget, felerősíteni esztétikai érzékenységét. A kortárs kollaboratív művészet helyszíne a virtuális közsféra lett, amely a legjobb közeg művész és közönsége találkozásához, valamint a kulturális párbeszéd kialakulásához.

Ezek a tendenciák függetlenek az online társadalmi média közegtől, mint technikai médiumtól. Azonban a technológia által mediált közeg felerősíti a hagyományos hierarchiában működő kultúraalkotási metódusok erózióját, beleértve a műalkotások szellemi jogát (crowdsourcing), illetve a művek kiállításának és adás-vételének lehetőségét (crowdfunding). Bár a művész szerepe továbbra is a mű koncepciójának megalkotása, szemben a kivitelezést végző felhasználóval, az online környezetben lehetetlen különbséget tenni szakember és nem szakember között. Ez azt jelenti, hogy a jövőben lehetőség van az open source (azaz nem felülről irányított) kultúra és művészeti mozgalmak megerősödésére, amelyek nem egy alkotóhoz vagy galériához köthető, jogokkal korlátozott infrastruktúra alapján működnek, sokkal inkább a közönég részvételére, és a kulturális párbeszéd közegében kifejlődő alkotásokra építenek.

⁴⁸ „In a situation in flux, official languages and rigid structures do nothing more than blur or mask reality.” ford: szerző.

⁴⁹ E-book: Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Fejezet címe: *Collective Intelligence and the Expert Paradigm*.

6.6. A Guggenheim múzeum és a YouTube Play: egy crowdsourcing-olt művészeti esemény elemzése

2010-ben a Guggenheim múzeum és a YouTube együttműködve egy zsűrizést szervezett a leginnovatívabb, legeredetibb feltöltött videókból, függetlenül azok technikájától, műfajától és költségétől (25. kép). A pályázók között találhattunk profi filmrendezőket, médiaiskolák hallgatóit és amatőröket is. A nyílt felhívásra, hasonlóan a crowdsourcing módszeréhez, bárki válaszolhatott.

A Guggenheim a világ különböző tájain lévő múzeumaiban (New York, Bilbao, Berlin és Velence) vetítést rendezett a legjobbnak ítélt 25 alkotásból. A New York-i Guggenheim október 21-én egy gálát rendezett, amelyet élőben közvetítettek a YouTube-on. A több mint 23 000 beérkezett pályázatot egy csapat kurátor szűkítette le a legjobbnak ítélt 125 filmre, amelyből a nemzetközileg elismert művészekből, zenészekből és rendezőkből álló zsűri választotta ki a végső 25 filmet.

A zsűri személye sem szokványos, ez sokat elmond arról, mennyire szokatlan módon kezelte a Guggenheim döntéshozó testülete az új kiállítás megszervezésének feladatát. Ahelyett, hogy az általános gyakorlatnak megfelelően művészetelméleti szakemberek, kurátorok és esztéták hozták volna meg a végső döntést, a múzeum egy interdiszciplináris, széles művészeti palettát felvonultató alkotócsoporthoz bízta a feladatot. Nancy Spector, a múzeum főkurátora mellett Darren Aronofsky, világhírű rendező (Rekviem egy álomért, A pankrátor), egy gyökereiben underground pszichedelikus kísérleti zenét játszó együttes tagjai (Animal Collective), két festő (Takashi Murakami és Marilyn Minter), egy konceptuális műveket alkotó nőművész (Shirin Neshat, aki az iszlám világában élő nők helyzetével foglalkozik), egy designer (Stefan Sagmeister), valamint fotósok, performance művészek és videóművészek is részt vettek a művek elbírálásában.

A szokatlan (és a művészeti világban megbecsült hírnévnek örvendő) kuratórium nem a feltörekvő, illetve elismert videóművészek munkáiból válogatott, ahogy az a Guggenheim kiállítási gyakorlatára jellemző, hanem ismeretlen vizekre evezve közvetlenül a háló művészeti tartalmát vette górcső alá.

A művészek, akik a kurátori munka tárgyát szokták alkotni a művészet hagyományos intézményrendszerében, most kiemelve az alkotói folyamatból egy másfajta alkotómunka, az információ rendszerezés és kiválasztás részeivé váltak, hasonlóan a korábban tárgyalt információkurátorok munkájához. Az esemény jelentőségét csak hosszú távú hatásában lehet majd lemérni, mivel, bár nem idegen a kiállítói gyakorlatról, hogy egy alkotóművészt

bízzanak meg kiállítás szervezéssel, azáltal, hogy a kiállítás célja az amatőr videóművészek beemelése a világ egyik vezető kortárs múzeumának közegébe elismert alkotók részvételével, az első lépést jelentheti a művészet intézményrendszerének újfajta, kötetlenebb művészetfelfogásához.

Természetesen nem ez az első eset a művészettörténelemben, hogy az amatőr művészet helyet kapott a „magas művészet” számára fenntartott térben (gondoljunk csak a dadaistákra, illetve a hatvanas évek amerikai graffiti művészeire), azonban ezeket a kulturális behatolásokat eddig kontrollált módon, kizárólag kurátorok és múzeumi szakemberek által irányítva végezték, viszonylag kevés művészt érintve. A Guggenheim, azáltal, hogy a kiállított művészek személye helyett a művész-kurátorok személyére helyezte a hangsúlyt, egy lépést tett afelé, hogy a művészet bemutatásának felülről lefelé irányított szemléletét megbontsa. Tulajdonképpen párhuzamot vonhatunk Kevin MacDonald rendezői szerepe a „Life in a Day”, Miranda July és Harell Fletcher szervezői, zsűrizési feladatai a „Learning to Love You More” és a Guggenheim YouTube Play kurátor-művészeinek munkája között abból a szempontból, hogy a koncepció itt is csak iránymutatóul szolgált, a szervezők (kurátorok) nem láthatták előre milyen típusú, illetve témájú videók kerülnek beküldésre.

A pályázatot hirdető marketingkampány is elsősorban a zsűri személyére koncentrált, mivel lehetetlen volt megjósolni, milyen típusú videók és mely szerzők lesznek döntősök. Minden egyes zsűritag egy pár perces videóban (amelyet természetesen feltöltöttek a YouTube-ra), bemutatta műveit és véleményezte a YouTube, mint a művészet bemutatására alkalmas médium jelenségét. Érdekes, hogy Takashi Murakami Japán festőművész megemlítette a médiumok közötti versengést is, azzal a mondatával, hogy egy festő egymagában nem képes felvenni a versenyt a feltöltött vizuális anyag mennyiségével. Takashi kijelentése utal arra, hogy a digitális médium és a hálózati művek egyre fokozottabb figyelmet kapnak a hagyományos kiállítási gyakorlatban is.

A hálózati és virtuális munkák kiállításának paradoxona, hogy a hagyományos médium bemutatásához fizikai térre, a látogatók számára limitált kapacitással rendelkező kiállító teremre van szükség. Ezzel szemben a virtuális tartalom terjedéséhez minimális infrastruktúra is elegendő, ma már elég hozzá egy mobiltelefon. A közegükből kiragadott munkák egészen máshogy hatnak a megszokott múzeumi közegben, mint abban a térben, ahol eredetileg létrejöttek.

A YouTube Play kapcsán a múzeumban olyan műveket vetítettek, amelyeket eredetileg nem szántak vetítésre. Elég elolvasni a YouTube Play-t ért kritikákat⁵⁰, hogy körvonalazódjon egy sor olyan probléma, amelyet a múzeumban való kiállítás lehetősége nem tud megoldani. Először is a hivatalos felismerés, hogy a YouTube (és általában az internet) közege teret adhat művészi értékkel bíró amatőr produkcióknak, túl későn érkezett. A Flickr, DeviantArt, Pinterest és számos más „információkurátorok” által üzemeltetett oldal már évek óta profilja részének tekinti az internetes művészet bemutatását és gyűjtését. Az még megbocsátható, ha egy hagyományos kiállítótér kurátorai kissé késve reagálnak az internet kihívására, tekintve, hogy a többi múzeum a mai napig nem vállalta a szembesülést, de sajnós a kiállított videók művészi értéke nem támasztja alá a vállalkozásba fektetett energiát.

A legtöbb videó meglehetősen együgyű tartalmat, ellenben magas technikai színvonalat vonultat fel. És ez okozza a problémát, ami a kiállítók kiválasztásának metódusát illeti, révén, hogy a többségük már vagy nyert nivós művészeti díjakat, vagy legalább egyszer jelölve volt valamelyikre. Aki ismeri és kedveli a YouTube amatőr, viccesen meglepő, néha sokkolóan egyszerű hatásmechanizmusokkal operáló világot, idegennek fogja érezni a professzionális vágástechnikával (ún. time lapse) készült hajókat és embereket makettszerűvé változtató művészfilmet (Keith Loutit: BATHTUB IV), amely alkotója technikai profizmusát hirdeti (26. kép). Vagy vehetjük példaként a szó szerint brutálisan primitív narratívával rendelkező, de technikailag a régi, 8 bites grafikájú számítógépes játékok animációját idéző „Bear Untitled” (Christen Bach) című alkotást, amely egy vadász és egy medve közötti tragikus végű szerelmi történetet mesél el (27. kép). Az ilyen és ehhez hasonló erőltetett alkotások voltaképpen idegenek a YouTube történetétől, amelyet nem a professzionális aspirációkkal rendelkező művészek, hanem elsősorban lelkes amatőrök írnak.

Technikailag a Guggenheim munkatársai mindent megtettek annak érdekében, hogy a múzeumot alkalmassá tegyék a munkák befogadására. Különleges vetítőtechnológia segítségével az épület spirál alakú lépcsőire vetítve sorba rendezték a végzős videókat és szimultán játszották őket. Az eredmény egyfajta vizuális kakofónia, amely nem az egyes

⁵⁰ A New York Times művészeti kritikusának cikke: The Home Video Rises to Museum Grade, Smith, Roberta, 2010, Október 21 New York Times Art Review:

http://www.nytimes.com/2010/10/22/arts/design/22youtube.html?_r=0 . (utolsó letöltés ideje: 2013. 06. 20.).

Eric Gelber művészetkritikus elemzése: Missing the Magic: YouTube Play at the Guggenheim, Eric Gelber, www.artcritical.com, cikk: <http://www.artcritical.com/2010/10/22/youtube-play/> . (utolsó letöltés ideje: 2013. 06. 20.).

videók narratívájára és értékeire koncentrálnak, inkább az együttes megjelenésüket, a YouTube heterogén közegét helyezik fókuszba. A kiállítás elmaradt sikerének oka (eredetileg biennálénak hirdették meg, de 2012-ben már nem jelentették meg a pályázatot) csak részben a zsűri választásának eredménye. A problémát az okozza, hogy a két különböző médium, a múzeum és a virtuális tér merőben eltérő módon kezelendő. A múzeum intézményrendszere, amelynek gyökereit Európa tehető polgárainak gyűjteményeiben (Wunderkammer) találjuk, elsősorban ereklyéket, azaz kulturális értékkel bíró tárgyakat gyűjt. Azokkal a kulturális értékekkel, amelyek nem, vagy csak kevéssé köthetőek tárgyakhoz, mindig is hadilábon állt. Például a konceptuális művészettel, amelynek lényegét a kiállított tárgyakon kívül kell keresnünk, a múzeumban a mai napig elsősorban tárgyiasított formában találkozunk. Ugyanez igaz a videókra is, mivel bemutatásukhoz a múzeum egyes részeit kiállítótérből vetítőtérre kell alakítani. Ez a stratégia alkalmatlan egy állandóan változó turbulens és megfoghatatlanul képlékeny közeg magabiztos bemutatásához. Az internet és azon belül a YouTube pedig egy ilyen közeg. Az amatőr, kizárólag szűk baráti kör számára feltöltött (de bárki által megnézhető) videóktól kezdve a professzionális technikával készült rövidfilmekig minden megtalálható az oldalon. A legtöbb videó azért verseng, hogy minél több „kattintást”, azaz nagyobb nézettséget harcoljon ki magának. Ez egy merőben piacorientált modell, amely megtűri a művészi értéket is, de nem emeli ki a többi videó tengeréből. A platformon a legsikeresebbnek számító „munkák” az úgynevezett „viral video”-k azaz egy influenzavírus sebességével terjedő népszerűségű videók. A nézőszám generálásának igénye olyan praktikák létrejöttét indukálta, mint a vírusmarketing (viral marketing), azaz az indirekt figyelemfelkeltő eszközökkel hatalmas nézettséget generáló hirdetési forma, illetve az olyan YouTube csatornák, amelyek magas nézettségüknek köszönhetően (nem ritkán több millió néző videónként) hatalmas bevételt generálnak reklámokból, így komoly költségvetéssel rendelkező kreatív stáb dolgozik rajtuk. Egy ilyen közegből kiemelni néhány videót és múzeumban való kiállítás céljából beemelni a kortárs művészeti közegbe, a legjobb esetben is problematikus, mivel a videók egyenként nem reprezentálják a közeget, amelyből kiemelkedtek.

A statisztikák sem mentesek némi ambivalenciától: A kiállított művészek több mint egyharmada az Egyesült Államokból származott, 25-ből mindössze nyolc nő és többségében 40 év feletti volt az életkor.⁵¹ Ez némileg eltér attól a globális perspektívától, amit a YouTube-ra feltöltött videók heterogén eredetükkel képviselnek. A szakmailag képzett,

⁵¹ forrás: <http://www.switched.com/2010/10/22/guggenheim-youtube-plays-and-flops/>

művészeti filmekben járatos kritikusok kifogásolták továbbá az érthetetlen okból többségbe került zenei videókat. Ezek, bár tökéletesen tükrözik a YouTube demokratikus médiaalkotási lehetőségeit, mivel a nyertes videók között olyanok is szerepelnek, amelyek alacsony költségvetéssel, de lelkesedéssel és kreativitással ismeretlen művészeket és zenekarokat indítottak el a világhírnév felé, azonban ezeket kiragadva a hasonszórú, de kevésbé izgalmas videók közül és egy letisztult kortárs művészeti közegben vizsgálva, kissé céltalannak hatnak. Mindez nem a zsűri döntésének számlájára írható, inkább egy olyan transzmediális léptékváltásról árulkodik, amelyet a Guggenheim és a múzeum mint intézmény egyelőre nem képes áthidalni.

Lisa Byrne ír fotós és videóművész alkotása a „Taxi III Stand Up and Cry Like a Man” (28. kép) viszont egyöntetűen elnyerte a kritikusok tetszését, mivel egyszerű dokumentarista eszközökkel valódi együttérzést vált ki a nézőből: A rendező írországi taxisofőrökkel készített videójában az interjúalanyok a nyolcvanas és kilencvenes években folyó ír paramilitáris szervezetek összetűzéseiben sérültek meg, közülük többen voltak életveszélyes helyzetekben. A filmet taxikban ülve forgatták, nyoma sincsen artisztikus maníroknak. Éppen ezek miatt az egyszerű és őszinteségével megkapó történeteket mesélő emberek teszik kivételes alkotássá a szakmai közönség számára is a videót.

A YouTube Play a látottak tükrében leginkább egy kísérletnek tekinthető, amely megpróbálja összeegyeztetni két világ, a fizikailag véges múzeum és a virtuálisan végtelen online videók világát. Mint kulturális kísérlet érdekes és előremutató, így minden hibája ellenére gondolatébresztő kísérletként sikeresnek mondható. A Crowdsourcing szempontjából vizsgálva a kiállítás az első nagyobb volumenű vállalkozás a tömeg kreativitásának beemelésére egy hivatalos intézmény falai közé.

Jellemző módon a diskurzus a YouTube Play esetében is kikerült a múzeum falai közül és a viták, pro és kontra érvek helyszíne a blogoszféra lett, legyen szó akár a New York Times online cikkéről, akár az amatőr művészetrajongók véleménynyilvánításáról. Ez a diskurzus magában hordozza annak lehetőségét, hogy egy lezárult esemény még évekig a köztudatban maradjon, részévé váljon a művészetről alkotott képünknek. És ez hosszú távon véleményem szerint lényegesebb, mint egy ideiglenes kiállítás szakmai vagy pénzügyi sikere. Szerintem a YouTube Play az egyik első példa arra, hogy a társadalmi média taktikai és módszerei felhasználhatók a művészeti intézmények kurátori folyamataiban is. A folyamat során a művészek kizárólagos alkotóból egyfajta rendezői-kurátori szerepbe kerültek, az esemény pedig lehetőséget nyújtott amatőr videóművészek számára ahhoz, hogy a YouTube

alapvetően piacorientált közegéből kiválasztott alkotásaikat beemelik a digitális művészetről szóló szakmai diskurzusba.

7. KÖZÖSSÉGI INTERPRETÁCIÓ: KÍSÉRLET MŰALKOTÁSOK CROWDSOURCE-OLT ELEMZÉSÉRE

A Közösségi interpretáció projektet 2015. májusában kezdtem, a doktori mestermunkám részeként. Crowdsource-olt művek alkotása helyett itt a cél az volt, hogy a közönséget a műalkotások értelmezésébe bevonjam. A értelmezés tárgyát képező művek is adottak voltak. A cél a doktori fokozatszerzés keretén belül kiállított képsorozatam értelmezését a közönség véleményének figyelembevételével megírni. Művészként mindig is érdekelt, miként vélekedik a közönség a múzeumokban, képtárakban kiállított művekről. Különösen foglalkoztatott a különbség szakmabeliek és nem szakmabeliek véleménye között. Vajon a látogatók közül azok, akik művészettörténetben és esztétikában kevésbé járatosak, ugyanazokat az asszociációkat társítják-e egy-egy műalkotáshoz, mint a szakmai közönség? Ha nem, mennyiben tér el a két nézőpont? Mivel a kortárs kiállítási gyakorlat nem foglalkozik különösebben a kiállítást látogatók véleményének dokumentálásával, ezért céloom a társadalmi médián keresztül annyi véleményt összegyűjteni, amennyi elegendő egy elemzés megírásához.

A doktori mestermunkát képező Disztópia című, négy képből álló sorozatot olyan festményekből állítottam össze, amelyeket egyrészt még pécsi tartózkodásom (2010) idején festettem, illetve a doktori tanulmányaim utolsó évében kezdtem el (2013) (29–33. kép). Az inspirációt eredetileg a pécsi épületek kettőssége adta. Pécs egyrészt történelmi város, sok régi lakóházzal, templommal és középülettel. Másrészt úgy gondolom, a szocialista építészet maradandó nyomot hagyott a város arculatán. A 40 emeletes panelépület és környéke mindig lenyűgözött technikai monumentalitásával, ugyanakkor lélek nélkülinek és esztétikailag kevésbé értékesnek éreztem a korszak maradványait. Így pécsi tartózkodásom első felében sok fotót készítettem szocialista középületek folyosóiban, alagsoraiban, azt kutatva, mennyiben találja meg az ember ilyen környezetben a helyét. A sötét, kivilágítatlan épületekben mozgó emberalakok elszemélytelenednek, önmaguk árnyékaivá válnak.

2013 óta egy multinacionális cégnél dolgozom szoftverdízajnerként. Ezáltal olyan világba nyertem bepillantást, ahol az egyén csak a közösség (ebben az esetben a cég) struktúráján belül, a rendszer részeként és kiszolgálójaként értelmezi önmagát. Amikor munka ügyben utazom, fotókat, vázlatokat készítek repülőterek váróiról, irodák belső tereiről. A céloom ugyanúgy, ahogyan pécsi munkáimban is, annak feltérképezése, hogyan hat ránk a tér, amelyben tartózkodunk. Azt tapasztaltam ugyanis, hogy bár a hipermodern épületek anyagukat és technikájukat tekintve felülmúlják a szocialista középületek színvonalát, a

humánus, az emberközpontúság ugyanúgy hiányzik belőlük, mint a szocialista ideológiát hirdető betontömbökből. Az új ideológia a high-tech, azaz a technológia által képviselt fejlődés lett, amely önmagáért, illetve a profitszerzésért létezik.

A közösségi interpretáció meghirdetésekor a képek címét szándékosan nem adtam meg, bár véleményem szerint a cím is hozzátartozik a műalkotáshoz. Céлом az volt, hogy a legkevésbé befolyásoljam a néző gondolatait, miközben a műveket értelmezi. A legnehezebb feladat a közönséget rávenni arra, hogy kreatív, szabadon megfogalmazott értelmezést írjanak egyszerű feleletválasztós adatgyűjtés helyett. Ahhoz ugyanis, hogy valódi kollektív interpretáció születhessen, minél kevésbé irányított akcióra van szükség. Mivel műalkotásokat értelmezni a művészetelméletben esetleg kevésbé jártas közönség számára idegen feladat, ezért iránymutatónak megadtam öt kérdést, amely vezetheti a válaszadót (de nem volt kötelező ezekre válaszolni):

Mire asszociálsz a festmények alapján? Mi jut eszedbe róluk?

Mi a tér és az emberek kapcsolata a képeken? Hogyan kapcsolódnak a képek egymáshoz?

Hogyan viszonyulsz a műalkotásokhoz általában?

Mi az, ami a képeken a legjobban, illetve ami a legkevésbé ragad meg?

Ha te festenéd a műveket, van-e valami, amit hozzáraknál, illetve elvennél a képekről?

A kérdések megfogalmazásakor a legfontosabb tényező az volt, hogy a közönséget önálló, kreatív értelmezések írására ösztönözzem. Mindenképpen el akartam kerülni az egyszerű feleletválasztós, igen-nem típusú kérdőíveket. Ezek kiválóan alkalmazhatók statisztikai kimutatások készítéséhez, azonban igen távol állnak egy valódi kollektív értelmezéstől, amelynek lehetőségét kutatni szeretném. A kísérlet célja ugyanis egyfajta virtuális párbeszéd kialakítása művész és közönsége között. Ez újabb ötletekkel gazdagíthatja a művek értelmezési körét, illetve ebben az esetben a mestermunkám részévé válhat.

A képekhez írt saját értelmezésem összehasonlítási alapul szolgál a végleges szöveg kialakításához. Izgalmasnak találom annak kiderítését, hogy a közönség mennyiben fogékony arra a tartalomra, amelyet a művész szándéka szerint a mű közvetít az irányába. Ez a szándék sok esetben esetleg rejtve maradhat, illetve félreértés tárgya lehet. A kollektív interpretáció

lehetőségét fontos eszköznek tartom olyan műértelmezések kialakításához, amelyek figyelembe veszik a néző értelmezési szempontjait is a szakértő véleménye mellett, teljesebb képet adva a művekről, mint amire egy-egy ember különálló véleménye képes.

7.1. Saját értelmezésem a Disztópia sorozatról

Munkám révén az utóbbi időben az irodai, illetve egyéb közös használatra tervezett tér és környezet volt a meghatározó tényező, amely az alkotásban befolyásolt.

Repülőútjaim során átutazóként Európa több repülőterén is megfordultam, az itt összegyűjtött élményeim motiváltak műalkotások elkészítésére. Másrészt az üzleti élet helyszínei, a bankok, irodák kiállítótermek szolgáltak inspirációul. Funkciójukat tekintve ezek a terek általában egy célt hivatottak betölteni, az ott tartózkodók számára egyfajta ideiglenes helyet biztosítva a munkához, áthaladáshoz, biztonsági ellenőrzéshez, vásárláshoz. Ezen kritériumok alapján sem a repülőterek, sem az irodák tervezésekor nem humanista szempontok vezérelték az építészeket. A szűkebb, hatékonyságra kiélezett irodai boxoktól a grandiózus repülőtéri várókig minden ideiglenességet sugall. Ezt az ideiglenességet egyfajta technikai perfekcionizmus hatja át, amelyet a technikai civilizáció hallgatólagosan lefektetett szabályai koordinálnak, kezdve a fény beáramlásának mértékétől, a levegő áramlásának szabályozásáig; az ember egy irányított közegbe kerül, amelyet gépek tartanak fent. Ezek a gépek programozójuk akaratától függően kinyithatnak, illetve lezárhatnak bizonyos tereket (biztonsági ajtók), vagy éppen automatikusan elsötétíthetik, esetleg kivilágíthatják a termet.

Művészként nem tudok ezekre a terekre úgy gondolni, mint funkciójukat betöltő, célt szolgáló építészeti megoldásokra. Számomra egy irodaépület, egy reptéri váró napszaktól, az ott lévő emberek számától függően más és más szimbolikával bír. Gyakran kihasználom, hogy egy-két órával munka, illetve utazás előtt odaérek, és megpróbálok valamiféle személyes kapcsolatot kialakítani a majdnem üres térrel. Fotókat készítek, vázlatozok, jegyzetelek, de az idő javarésztében csak nézelődöm, figyelem a teret, az embereket, ahogyan közlekednek, várakoznak, unatkoznak. Velük együtt, rajtuk keresztül nyeri el a gépiesített tér a teljességet, csak az emberek által kihasznált terem válhat élő, lélegző téré. Műveimben ennek a kapcsolatnak a minőségét, szimbolikáját szeretném feltérképezni.

A kapcsolatról, amelynek esztétikai indíttatása van, szeretnék lenyomatot hagyni amely – festőként illetve fotográfusként – táblakép formájában képzelek el. Ez az indíttatása a Pécsi Tudományegyetem Doktori Iskolájában eltöltött utolsó szemeszter táblaképsorozatának. A munkák kapcsolódnak azokhoz az alkotásokhoz, amelyeket a doktori képzés végeztével az

iskola archívuma számára felajánlottam: ezek voltak az első pécsi tartózkodásom (2009/2010-es tanév) alatt festett képsorozat darabjai. Folyosókat ábrázolnak, olyan épületek tereit, amelyet a szocializmus alatt, modernista mintára, racionálisan kialakított tiszta és dísztelen formák jellemeznek. Ezekben a steril, minden romantikát nélkülöző terekben emberi alakok sziluettjeit helyeztem el, többnyire ellenfényben megvilágítva. Kevés különbséget véltem felfedezni ezen emberalakoknak az épülethez fűződő viszonya, valamint egy organikus mintának a laboratóriumi környezethez való viszonyához képest. Úgy vélem, az ember elválaszthatatlan környezetétől és a dehumanizált, termelésre (régén), illetve profitszerzésre (újabban) szakosodott ideológia logikusan kialakított terei akarva-akaratlanul is hatással vannak tudatunkra.

Az újabb munkák, bár technikailag másként készültek – gondolok itt a fotó-digitális manipuláció folyamatára, amely megelőzi a festést – nagyon hasonló szemléletet tükröznek annyi különbséggel, hogy itt a szocializmus mára már negatív konnotációkkal terhes racionalizmusa helyébe egyfajta technikai precizitás és ornamentikus hidegség került. A régi, omladozó vakolatok helyett itt az acél és üveg hirdeti az új technikai civilizáció értékrendjét. Hasonlóságot fedezhetünk fel például egy repülőtér, illetve egy modern okostelefon kialakítása között. A technikai minimalizmust felváltja a technológiai organikus. A kérdés, amelyet ezek tükrében felvetek: miért lehet, hogy ötven év fejlődés során felhalmozott tudásunk ellenére az ember és a technikai környezet viszonya olyan keveset változott? Miért érzem azt, hogy a multi-millió dolláros épületek csillogó tökéletességéhez képest zavarónak hatnak az ott áthaladó, tartózkodó emberek formái? Minél közelebb kerülünk az áhított tökéletességhez, annál nyilvánvalóbb, hogy ennek a tökéletességnek nincsen ránk szüksége. Olyan ez, mintha Pygmalion szobra életre kelve tökéletességével csak kihangsúlyozná alkotója halandó, emberi hibákkal terhelt mivoltát. A technika áhított tárgyai – legyenek bár milliárdos versenyautók vagy párszázezerbe kerülő okostelefonok – túlléptek a konzumerizmus olcsó trükkökkel tarkított világán. Megjelenésükben, eszmei mondanivalójukkal egy tökéletes világhoz tartoznak, amelynek varázsa, vonzereje van, de ebben a világban az ember csak mint hibátényező jelenik meg: olyan megtúrt, szükséges elem, aki ujjenyomatával szennyezi össze az amúgy tökéletesnek szánt technikai csodát.

Továbbvíve a gondolatmenetet: amennyiben a technológia nem képes megváltani szorongásunkat, magányérzetünket (interkonnektivitás és a társadalmi média nem helyettesítik a személyes interakciót), hogyan nyilvánul meg mindez az esztétikában, a művészetben? Lehet, hogy a digitális világ víziója, a látszólagos kapcsolatok, amelyeket bitek közvetítenek elektronikus csatornákon, pusztán eszközök arra, hogy elvonják a figyelmünket

önmagunkról és a bennünk lakozó magányérzetről? Ennek fényében mi a szerepe annak a művészetnek, amely már megadta magát a digitális képalkotásnak (digitális fotográfia, printek, CNC gépekkel kimart prototípusok)? Lehet-e, érdemes-e még kapcsolatot keresni az embert körülvevő térrel, ahogyan annak idején Caspar David Friedrich és Van Gogh tette? Jelentheti-e ugyanazt ma valaki számára egy banképület, mint annak idején egy hegylánc, vagy egy szántóföld jelentett a művészeknek?

Külön izgalmat okoz számomra, hogy így egy majdnem teljes körrel zárhatom a doktori tanulmányaimat. Azok a témák, amelyek először megragadtak, amikor Pécsre költöztem a tanulmányaim elején, most ismét megjelentek három év kísérletezés után, de közben mind technikában, mind szemléletben sokat változtattam rajtuk. Míg a régebbi munkák gondos kompozíciók voltak állványról fotózott képekből kiindulva, addig az új munkák átutazóban mobiltelefonnal készített „snapshotok”, azaz pillanatképek. Sebesség, a pillanat változékonysága így előtérbe kerül egy olyan médiumban is, amely hagyományosan az időtlenségre törekszik. A snapshotok külön művészeti kategóriát képviselnek; jellegüknél fogva nem koherensek, nem feltételeznek semmilyen technikai tudást. Éppen ezért kitűnő vizsgálati anyagok egy olyan művészeti kísérlet számára, amely a hagyományos képalkotás szemléletét szeretné a modern technika lehetőségeivel szembeállítani.

Célom a dokumentálás volt, illetve később a dokumentumok egyfajta művészeti nyersanyagként való felhasználása, amely csak útmutatóul szolgál, de nem korlátoz. Szeretném, ha képeim első pillantásra akár Facebookról letöltött képeknek is tűnhetnének. A spontaneitás mögött természetesen ott van az évtizednyi festéssel eltöltött tapasztalat, ez erősen befolyásolja a szemléletemet mind a választás, mind a megvalósítás tekintetében. Hogy ez a szemlélet mennyiben korlátozó tényező, mennyiben hasznos, annak eldöntését a nézőre bízom.

7.2. Közösségi értelmezés

A közösségi értelmezést 28 szabadon megfogalmazott műértelmezés alapján készítettem. A hozzászólók többsége a művészeti szakmán kívül dolgozik, társadalmi médián keresztül szerzett tudomást a projektről (Facebook, Google Plus, Twitter voltak a fő platformok, ahol meghirdettem a részvételi felhívást). Az anyagot a Google Docs segítségével, egy ingyenes online platformmal gyűjtöttem össze. Ez a szolgáltatás kérdőívek készítésére és összegzésére ad lehetőséget. Az adatgyűjtés és feldolgozás nehézsége a kollektív interpretáció esetében az volt, hogy a kérdőív az opcionális név mezőn kívül mindössze egyetlen szöveges mezőt

tartalmazott az értelmezés számára. A feleletválasztós igen-nem típusú kérdések hiánya azt jelentette, hogy a szolgáltatás automatizált eszközeit, mint például statisztika készítése, nem vehettem igénybe. A feldolgozás a szöveg kijegyzeteléséből és szövegösszefüggések elemzéséből áll. Az elemzés készítésekor a következő tényezőket vettem figyelembe:

- A visszajelzés mennyiben taglalja a képek cselekményét, milyen asszociációkat társít a képen, illetve képeken lezajló történéssel kapcsolatban?
- Milyen hangulati elemeket tartalmaz az elemzés? Milyen hangulatra asszociálnak az elemzők a képek alapján?
- Az elemzés kitér-e a műalkotás technikai oldalára, elemez-e például színeket, kompozíciót?

A kritériumok alapján a visszajelzések többsége elsősorban a képek által felidézett hangulati asszociációkra koncentrált, továbbá a cselekményt hangsúlyozta. Csupán néhány (6) írás tér csak ki a festmények technikájára, ami valószínűleg annak is köszönhető, hogy az internetre feltöltött fotók nem adnak teljes képet a festmény anyagszerűségéről. Ez a probléma valószínűleg minden digitalizált műalkotás esetében jelentkezik, így a visszajelzések erre vonatkozó részét nem taglalom részletesen. A színekkel kapcsolatban azonban több véleményt kaptam, ezeket felhasználtam az interpretációk elemzésekor.

Néhány értelmezést kiragadnék annak érdekében, hogy szemléltessem a beérkező írások színvonalát, illetve az általuk érintett témákat:

„Még csak az első képet látva a kettéhasadt élet jut az ember eszébe: a munkamániás megöli magában az „EMBERT”, nincs magánélete, nincs semmi más, csak a munka....

A következő képekkel együtt nézve az emberi magány és a „csoporton belül egyedül” jut az eszembe, amit főként a belülről a fény felé irányultság kelt. Mintha menekülne mind az egyén, mind a csoport – ami csak egy fizikai csoport, nincs köztük érzelmi közösség –, a bezártságból (a munkából) a fénybe...

A hátulról jövő fény miatt a sötét, szinte sejtelmes alakok ábrázolása a személytelenedés érzetét keltik, azt, hogy voltaképpen nem számít, kiről vagy kikről készültek a képek.”

– Hunyadné Szűts Veronika

„Nekem az életszerep modell „felépítés” és „fenntartás” közötti szakasza és azokhoz szorosan kapcsolódó attitűdök jutottak róluk eszembe először. A képkockák egyfajta

sorrendiséget is követnek a „iskoláztatástól” (felépítés) a munkahelyen történő elhelyezkedésig (fenntartás).

Ahogy életkorunk változik, úgy az egyes szerepek szerepe is változik és a hozzájuk kapcsolódó hozzáállások is. Ez ragadott meg a képeken a legjobban! A tér és az ember kapcsolata pedig az idő!

Hogyan viszonyulok a műalkotásokhoz általában? Befogadóan. Hogy festeném meg a műveket, mi az, amit hozzáraknék vagy elvennék? A színek viszonya, az egyén adott életrészekéhez/ helyzetéhez való azonosulása. Gondolok itt a hideg-meleg-, illetve a fény-árnyék kontrasztra!”

– Hamza Sára

„A képeken a hétköznapi élet színtereit látom: iskolát, irodát.

Az adott intézményekben az emberek bizonyos céllal (tanulás, munka) és kötelességből vannak.

A teret az emberek jelenlétükkel kitöltik; funkciót és jelentőséget adnak neki.

A világosabb színek feldobják, oldják a helyek formalitását, míg a sötétebb színek szigorúbbá, szinte búskomorrá teszik. Mindez független attól, hogy a képen szereplő embereknek milyen a pillanatnyi lelkiállapota és közérzete.

A festmények modernnek, modern helyszínekkel. Nem jelentőségteljes eseményt örökítenek meg, hanem egyszerű pillanatok. A „klasszikusabb” alkotások kedvelői bizonyára nem értékelnék túlságosan a témákat. Számukra hiányozna az üzenet, amely kapcsán az alkotás megszületett. Itt nem látható semmilyen szimbolika, szándék a művész részéről, amellyel súlyos, társadalmilag hasznos jelentéssel töltené meg a műveket.

Inkább fényképekre emlékeztetnek az alkotások, mint festményekre.

Nem érzem úgy, hogy bármit is hozzáadnék, vagy elvennék a képekről. Pillanatfelvételeknek értékelem őket, amelyeket a művész úgy ragadott meg, ahogyan kedve adta.”

– Kurunczi Mónika

„My first feeling was getting interest in the style the paintings were done – this kind of washed-up, slightly watercolour style. Another first impression was that somehow it is a bit cold what I am seeing – the colors but also the scenery. Stand still moments in hallways and even though people are interacting or at least standing in a group, it feels as there is not much warmth.

In additional relation it is two times a single person and in the other two cases a group of people. What is common to them is the „snapshot” from a little distance. Except for the man in the suit the other people are all in the light („Gegenlicht-Aufnahme”).

What they are shall is the angle of the drawing. All have the diagonal leading into the picture (which guides the view of the viewing person), three with the long line coming in from the right, and the museum picture from the left.

Which one I like most I think it is the one with the man in the suite. It is more colorful for me and there is more movement within the picture (the other picture with the person captured walking from the back is not as vivid). There is not really one I do not like, but the least liked I think is the group standing at the cabinet row. It is a bit colder than the others and the not knowing of the group conversation gives a little feeling of insecurity.”

– Alexandra Matz⁵²

A képértelmezések dokumentálásakor és feldolgozásakor több technikával is kísérleteztem. Végül arra a következtetésre jutottam, hogy a több, egymástól független szöveg értelmezéséhez az elmetérkép a legalkalmasabb eszköz.

Az elmetérkép gyakorlatát Tony Buzan angol szerző vezette be a köztudatba 1974-ben. A módszer valójában ennél jóval régebbi, egészen az i.sz. 3. századik vezethető vissza. Állítólag már Da Vinci is felhasználta jegyzetei készítéséhez. Az elmetérkép nem lineáris információjegyzetelési forma. Középpontjában a vizsgált gondolat áll, innen ágaznak szerte a hozzá kapcsolódó főbb gondolatok, amelyekhez kisebb egységek kötődnek. Kulcsszavakra bontva a legtöbb kereszthivatkozás láthatóvá válik. Ez megkönnyíti, hogy egy nézőpont alapján csoportosíthassam a szövegeket. Az elmetérkép multilineárisan strukturált, hierarchikus lebontása egy vizsgált elemhez kapcsolódó összes gondolatnak, ezért kulcsfontosságú volt, hogy a központi gondolatot pontosan fogalmazzam meg. A szemlélők által írt elemzéseket olvasva a legszembetűnőbb megközelítés a saját maguk életére való hivatkozás volt, ezért a központi gondolatot az „én”-ként határoztam meg.

⁵² „Első ránézésre a képek stílusa ragadta meg a figyelmemet – ez a fajta elmosódott, kissé vízfestékszerű stílus. Ezen kívül első benyomásra úgy éreztem, egy meglehetősen hideg jelenetet szemlélek. Nem csak a színek, hanem a jelenetek is hidegek. Statikus pillanatok folyosókon, bár az emberek beszélnek egymással, vagy legalábbis csoportban állodogálnak, mégis úgy érzem, nincs sok melegség a jelenetben.

További összefüggés a képek között, hogy kétszer szerepel rajtuk egy ember egyedül és kétszer csoportban. Ami közös bennük még, hogy ezek pillanatképek amelyeket az embereket távolabbról ábrázolják. Az öltönyös embert kivéve mindenki ellenfényben áll. Amiben a képek egyeznek az az, hogy mindegyiken hasonló az ábrázolás szöge: Mindegyik képen egy diagonális vezető néző szemét, három kép esetében jobbról balra, a múzeumot ábrázoló kép esetében balról jobbra.

Nekem az öltönyös férfit ábrázoló kép tetszik a legjobban. Színesebb a többinél és több mozgás van a képen (a másik kép, amely egy sétáló embert ábrázol hátulról nem ilyen színes).

A nekem legkevésbé tetsző kép az öltözőben álló csoportról készült kép. Hidegebb mint a többi, és mivel nem tudom miről beszélgetnek, bizonytalanságérzettel tölt el.”

Az „én”-t a kísérlet szempontjából úgy definiálom, mint az egyén tapasztalatainak, érzéseinek, gondolatainak és társadalomban betöltött helyének aggregációját. Az én-fogalom korlátozása (a meghatározásból hiányzik például a biológiai én) annak köszönhető, hogy az online interakció keretein belül csak korlátozott képet kaphatunk a személyről, illetve annak gondolatairól. Az irányított interakció (képek elemzése) egyébként is szűkítette a meghatározást. Ennek köszönhetően egyetlen elmetérképbe bele tudtam sűríteni minden gondolatot. Céлом nem egyszerűen az egyes szavak, mondatok elemzése volt, hanem maguk a hozzászólók tapasztalati hálóját akartam meghatározni: milyen gondolatok, érzések, előzetes tapasztalatok vezették az egyént az elemzés írásakor.

A gondolati hálót egy vizuális rendszerbe ágyazva képeztem le (34. és 35. kép), amely általános érvényű fogalmakat jelenít meg, mint például szorongás, kötelességtudat, önbizalomhiány, oktatás, munka, stb. Ezeket a gondolatokat közvetlenül a képelemzésekből emeltem ki, nagyon kevés módosítással. A speciálistól az általános felé haladva jutottam el arra a következtetésre, hogy valamennyi gondolat besorolható öt kategória valamelyikébe:

- Az egyén társadalomban betöltött helye
- Az egyén érzései a képek szemlélése közben
- Az egyén személyes története (előzmények)
- Az egyén asszociatív gondolatai (elvonatkoztatása a mű tárgyától)
- Az egyén kötelességeivel kapcsolatos meglátásai, érzései

Az elmetérképet úgy alkottam meg, hogy a fő kategóriák alá besorolt fogalmak, gondolatok és érzések laza láncolatot alkossanak egymással. A nagyobb buborékok a többször említett, visszatérő gondolatokat jelölik, míg a kisebbek mindössze egy-két elemzésből kiemelt gondolatokat. A buborékok közötti összefüggéseket (összekötő vonalakat) az alapján rajzoltam meg, hogy az adott gondolat milyen kontextusban szerepelt a leggyakrabban a különböző írásokban. Mivel a feladat művek szabad értelmezése volt, a munka legnehezebb része volt feltérképezni a fogalmak laza hálóját több szöveg viszonylatában. A beérkezett szövegek között sok hasonló gondolatot járt körül, ezek csomópontokként szerepelnek az ábrázolásban:

- Az egyén elidegenedése a társadalomban
- Környezetükkel, illetve a természettel való kapcsolat megszakadása
- A mindennapi rutin érzelmi kihatásai

- Kiüresedés
- Elvágódás
- Társadalmi kötelezettségek szembeállítása az egyén szabadságvágyával

Különösen a kötelezettségekkel kapcsolatos gondolatok tűntek érdekesnek, mivel saját értelmezésem nem tért ki tudatosan a különböző terek pszichológiai lenyomatának elemzésekor az egyénre nehezedő kötelességtudatra, vagy egy helyszínnel kapcsolatos kényszerérzetre. Az elemzők többsége viszont azonnal iskolára, munkahelyre asszociált, illetve az azokkal kapcsolatos kényszer-érzeteket helyezte előtérbe. Többen hangsúlyozták a jelenetek hidegségét, a személyek arcnélküliségét, továbbá azt az életérzést, hogy a bankok, kórházak, iskolák, irodák folyosói nem olyan terek, amelyekben szívesen tartózkodnak:

„Rohanó mindennapjainkban az ember nem is gondol arra, hogy azokhoz a terekhez, épületekhez is viszonyulunk érzelmekkel, amelyekben mindennapjainkat éljük: a munkahely – az iroda!! –, hivatalok, a közlekedés színterei – pályaudvarok, repterek –, bevásárló és szórakoztató központok. Persze, ha elmegyek az Operába egy előadást megnézni, vagy színházba, vagy utazásaim során szemügyre veszem az épületeket, templomokat, ezt tudatosan teszem, és tudatosan értékelem, hogy mit gondolok az épületről, a térről, mindjárt vannak érzéseim, véleményem és így lettek kedvenceim. De hogy a mindennapokban nem gondolok arra, hogy mi is a viszonyom az irodámmal, vagy az ügyfelem irodájával, a piaccal, bolttal, ahol vásárolok, mennyire utálok, ha útba kell ejtenem a Déli pályaudvart, ezek nem tudatosulnak, nem foglalkozom vele!”

– Adamecz Ildikó

Érdekesnek találom a képek kapcsán felmerült, iskolával, munkahellyel kapcsolatos érzéseket (bezártságérzés, érzelemmentesség), amelyekre valószínűleg személyes emlékekre alapozva asszociáltak az elemzők. A festmények mindössze kulcsként működnek ezen asszociációk felidézéséhez, a gondolat és az érzés a nézőtől származik, ő tölti meg jelentéssel a műalkotást. Összeségében számomra ez a gondolat volt a legizgalmasabb visszajelzés a kísérlet kapcsán, valamint az, hogy a nézők többsége pontosan megfogalmazta a munkákkal kapcsolatos gondolataimat, például a dehumanizált terekkel kapcsolatos személytelenség érzését és a kollektív elidegenedést.

7.3. Összefoglalás

A Kollektív Interpretáció és általában a társadalmi médiára épülő alkotások esetében izgalmasnak találom azt a lehetőséget, hogy több nézőpont bevonásával olyan konklúziók, ötletek születhetnek, amelyek kiegészíthetik a művek eredeti, a művész, illetve szakértő által megírt értelmezését. A több nézőpontúság következménye ebben az esetben például a téma kiterjesztése volt az ember társadalomban betöltött helyére, amelyre az irányadó kérdések kevésbé utaltak. A nézők, az egyszerű folyosó-képekből kiindulva, messzire menő következtetéseket vontak le saját érzéseik és emlékanyaguk felhasználásával. Például a folyosó munkára, a munka-kötelezettségekre, a kötelezettségek a munkahelyi és a magánélet közötti vékony határvonalra emlékeztettek. Az ötletek egymáshoz kapcsolódóan rajzolják ki az elmetérkép gondolati hálóját. Azokat az összefüggéseket, amelyeket több forrás alapján kötöttem össze, vastagabb vonallal jelöltem, a kevésbé általános asszociációkat vékonyabbal. Így egy organikus, faszzerű struktúra épült fel, pusztán a nézők kommentárjai alapján. Az értelmezésről alkotott képet szeretném a festmények mellett, a munka részeként kiállítani (34. és 35. kép).

A Kollektív Interpretáció számomra egy olyan kísérlet volt, amely a társadalmi média által nyújtott lehetőségeket úgy használja fel, hogy a közönség nem a mű megalkotásában, hanem a mű „utóéletében”, vagyis a műről szóló diskurzus megírásában vesz részt. Ellentétben a disszertációban felsorolt többi műalkotással, itt a mű alkotója továbbra is a művész, viszont a közönség is lehetőséget kap a passzív szemlélő szerepéből való kilépéshez és a művekre reagálva aktívan vesz részt annak értelmezésében.

A közönség hozzájárulása számomra csak akkor hiteles, ha lehetőséget adunk a nézők számára eredeti gondolatokkal hozzájárulni a munkához. Ha egyszerű instrukciók alapján feleletválasztós kérdőívekre alapozva készítem az elemzést, valószínűleg nem jutok olyan eredeti gondolatokhoz, mint a színek életkorokhoz való hozzárendelése, a munka-iskola-kötelezettségek személyiségromboló, illetve érzelmkioltó hatásának ötlete. A közönség által beküldött új ötleteket, gondolatokat személy szerint inspirálónak találom, és fel tudom használni további művek alkotásakor.

8. ÖSSZEFOGLALÁS ÉS KONKLÚZIÓ

Művészként, a művészi pályám szempontjából a digitális világban való részvételt lényegesnek tartom. A közönséggel való kapcsolattartás legközvetlenebb módja a személyes találkozás után a blogokon, közösségi oldalakon való megjelenés. Az internet művészeti szempontból most lép érettebb szakaszba, ahol elkezd kialakítani médiumspecifikus jellemzőit. Teszi ezt annak ellenére, hogy az internet maga nem médium, inkább médiumok gyűjtőhelyéül szolgál. Céloom a dolgozatban azt bemutatni, milyen irányba fejlődött az utóbbi egy-két évtizedben a technológia által mediált hálózati művészet.

A társadalmi média vizuális művészetben való felhasználása olyan művészi gyakorlatok létrejöttét indukálja, amelyek gyökerei egyrésztől megtalálhatóak a huszadik század művészeti életében (Fluxus, happening, közönség részvételét igénylő performance-ok és installációk), másrésztől a kilencvenes évek Net.art generációjának efemer esztétikai kísérleteit viszik tovább. A virtuális hálózati közeg azonban ahelyett, hogy pusztán új kontextusba helyezné ezeket a törekvéseket, sajátos irányokat kutató kísérletezésre is lehetőséget ad. A technológia által mediált kollaboratív művészeti irányzatok ugyanis azon túl, hogy egyenes folytatásai a huszadik század tendenciáinak, kiszélesítik a részvétel térbeli és időbeli korlátait. A dolgozatban vizsgált műalkotások jelentősége, például a korai happeningekhez viszonyítva, hogy a művészek a médium lehetőségeit felhasználva követendő instrukciók írása helyett a közönség alkotókedvét, kreativitását is bevonhatják a műalkotás megvalósítása során, mégpedig olyan módon, amely döntő lehet a mű tartalmára és formai kivitelezésére nézve. A társadalmi média, az ötletek gyors kicserélődése online közegben és a néző igénye, hogy aktív tartalomalkotóként vegyen részt a kultúrában, mind ahhoz vezet, hogy ebben a közegben a művész és közönsége viszonya kevésbé egyértelmű, mint a való világban.

Amint a bemutatott példák is mutatják, a társadalmi médiaalapú művek sok esetben a művész és közönsége viszonyával kapcsolatos kérdéseket feszegetnek. A részvétel mikéntje ugyanis a hálózati alkotások esetében döntő tényező, befolyással van mind az alkotás minőségére nézve, mind a művész, mint a koncepció megalkotójának irányítói, rendezői szerepére. A paradoxon, hogy a művész alkotóként átenged valamennyit az alkotás megvalósításából a közönségének, egyben rizikót is jelent az alkotás színvonalára nézve. Emiatt a művész mindig pontosan definiálja a néző szerepét, a részvétel csak bizonyos keretek között valósulhat meg.

A crowdsourcing nem csak lehetőségeket jelent a művész és a közönsége ideális kollaborációjának megvalósításához, hanem felvet számos etikai és jogi kérdést is. Mint például Aaron Koblin „The Sheep Market” című alkotásának utóélete is bizonyítja, a felülről jövő kezdeményezés következménye, hogy automatikusan a művész kezébe adja a mű jogait, negatív visszhangot váltott ki a felhasználók körében, mivel úgy érezték, a munkájuk eredménye őket is megilleti. A nem művészeti crowdsourcingot ért kritikák többsége a bedolgozók névtelen tömegének kihasználásával vádolja a projektek szervezőit, mivel jogokkal nem rendelkező, arctalan tömeget alkalmaznak olcsó munkaerőként. Természetes, hogy a crowdsourcing művészeti felhasználása sem mentes ettől a problémától. Itt a korlát elsősorban a szerzői jog, amely jelenleg kizárólag az alkotóművészt illeti meg.

A crowdsource-olt és tömegfinanszírozott projektek sikere érdekében fontos, hogy a projektek a felhasználók számára is jelentőséggel bírjanak. Ez újfajta kezdeményezések kialakulásához vezetett, amelyek szerzője már nem maga a művész. A művész által felülről irányított művészeti projektek mellett ugyanis egyre több az önszerveződő akció és közösségi megmozdulás, amely a tömeg önkifejezési vágyát és kreativitásának kiélését célozza meg. Ezek a kezdeményezések ugyanakkor jelentős veszélyeket is rejtnek a munkák kvalitására nézve. Kritikai szűrő hiányában az interneten alkotott jelentős művek elveszhetnek a tömeggyártott kommersziális szemét, illetve amatőr giccses tartalom tengerében.

Ugyanakkor a Wikipedia, és a más crowdsource-olt tartalmakat megjelenítő weboldalak fontossága és népszerűsége azt mutatja, hogy a hálózati kollaboráció egyre jelentősebb tényezője az internet kulturájának. A Net.art kísérleti parafrázisai és hálózati munkái az online művészek alkotásaiban élnek tovább, kiegészülve a közösségi tartalomalkotás módszereivel.

A technikai háttér mellett fontos a jogi korlátozások (szerzői jog) áthidalása is. A 2001-ben létrehozott Creative Commons licenzjog például az olyan tartalmakat illeti meg, amelyek ugyan egy szerzőhöz köthetők, de szabadon felhasználhatóak más alkotások létrehozására (remixelés). Lawrence Lessig, a Creative Commons alapítójának érve egy újfajta licenzjog kialakítása mellett az volt, hogy a mai törvények értelmében az interneten található anyag bármilyen céllal történő felhasználása büntettnek számít (*Lessig, 2009, 17. o.*). Ennek híján az online kultúra megmarad a hagyományos szerzői jogi szabályozások alatt, azaz a tartalom remixelése kalózkodásnak minősül. Így illegális marad a legtöbb kulturális reflexió.

Véleményem szerint ahhoz, hogy az internet erősen piacorientált jellegéből tényleges műalkotások születhessenek, az alkotóknak fel kell karolnia az interkonnektivitás nyújtotta

lehetőségeket. Továbbíve a huszadik századi, közönséget az alkotásba bevonó kezdeményezéseket, valódi közösségi alkotásokat kell létrehozniuk, amelynek mind koncepciójába, mind a kivitelezésébe és anyagi támogatásába legalább részben be kell vonniuk az őket támogató közösséget.

A társadalmi média alapú művészet szerintem jelenleg vékony határmezsgyén egyensúlyoz. Részben a közönség véleményét veszi alapul, másrészt ezt a véleményt aktívan, a közönség bevonása révén formálja a művész által meghatározott irányba. A „Közösségi interpretáció” című munkában megkíséreltem összevonnai a tömeg kreativitását a műelmezés szakmailag elfogadott metódusaival. Ennek eredményeképpen született meg a művekhez kapcsolódó elmetérkép gondolata. A térkép vizuális leképzése egy multilineáris hálózatnak, amelyet a nézők asszociációiból „szőttem”. A munka értékét számomra az adja, hogy saját értelmezésemet, műveimről alkotott gondolataimat több nézőpont segítségével felülvizsgálhattam, új kontextust, újabb ötleteket és gondolatokat találtam. A metódust javasolnám kipróbálásra művész kollégáimnak. Szerintem a közönség nézőpontjának bevonása, a virtuális diskurzus alkotó és közönsége között hozzájárulhat inspiráló ötletek megszületéséhez.

A trend, amelyet például a Guggenheim Múzeum YouTube Play kiállítása is jelez, előrevetíti a felhasználók kultúrához való hozzájárulásának egyre fokozottabb jelentőségét. Ez a tendencia elérte a hivatalos művészeti intézmények kiállítási gyakorlatát is. Az elismert alkotóművészek közül Marina Abramović volt az egyik első, aki felismerte a virtuális közösségekben rejlő lehetőségeket nem online művek létrehozára. Társadalmi média alapokon közösséget építve, az anyagi támogatás megszerzése mellett virtuális, de egyben személyes kapcsolatot is ápol közönségével, bevonva őket alkotásaiba. Az általa felhasznált tömegfinanszírozás jelentősége, hogy az egyre csökkenő állami támogatási rendszer és a művészetet támogató patrónusrendszer – amely ugyancsak nem képes minden innovatív projekthez támogatást nyújtani – felértékeli az alternatív források szerepét. A Marina Abramović Institute sikeres támogatási projektje azt jelzi, hogy az internet segítségével is lehetséges eredményes művészettámogatási koncepciót létrehozni. Abramović példájából kiindulva úgy gondolom, hosszú távon a művészek csak egy művészetpártoló közösség kiépítésével képesek a művészet szuverenitását fenntartani a piacorientált, tömeggyártott, közízlést kiszolgáló alkotásokkal szemben.

IRODALOMJEGYZÉK

Ågerfalk P. és B. Fitzgerald (2008). Outsourcing to an unknown workforce: exploring open sourcing as a global sourcing, *MIS Quarterly*, 32(2), 385–409.

Anderson, Chris (2004): The Long Tail *WIRED* magazine 12.10. 2004. <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> (Utolsó letöltés: 2013. 10. 28.)

Auletta, Ken (2010) *Googled: The End of the World As We Know It*, Penguin Books; Reprint edition

Bannerman, Sara (2013): Crowdfunding Culture. In: *WI Journal of Mobile Media* Vol. 7 No. 1 2013 Március.

Barbrook, Richard (1997): A review of Pierre Lévy's *Collective Intelligence*. In: *New Scientist*, 1997 December 13.

Baumgärtel, Tilman (2001): *[net.art] New Materials Towards Net Art*, Verlag Fur Moderne Kunst Nurnberg.

Benkler, Y. (2006): *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.

Bishop, Claire (2006): *Participation (Documents of Contemporary Art)*. Whitechapel and MIT Press.

Borriaud, Nicolas: *Relational Aesthetics* (1998), Les Presses Du Reel.

Bosma, Josephine (1999): *Read Me! Read Me! Read Me!: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge*. Semiotext

Brabham, Daren C. *Crowdsourcing* MIT Press Essential Knowledge, 2013. 05. 10.

Calhoun, C. (ed.) (1992) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.

Dahlander L. és M. Magnusson (2008). How do firms make use of open source communities?, *Long Range Planning*, 41, 629–649.

Danto, Arthur C. (1997), *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History*. Princeton University Press 183 old.

Deci, Edward L., and Richard M. Ryan. (1985): *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*. New York: Plenum.

Ferree, M.M., W.A. Gamson, J. Gerhards and D. Rucht (2002a) 'Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies', *Theory and Society* 31: 289–324.

Gerhards, Jürgen és Schäfer, Mike S. (2009) *Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the US and Germany*.

Granovetter, Mark S., The Strength of Weak Ties, American Journal of Sociology, Volume 78, Issue 6 (May, 1973), 1360–1380. <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf> (utolsó letöltés: 2013. 11. 20.)

Greene, Rachel (2004) *Internet Art*, Thames & Hudson, London

Greene, Rachel (2000/05) Web Work: A History of Internet Art. in: *Artforum*, 2000/05, 162. o.

Habermas, J. (1991) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press paperback edition

Habermas, J. (1992) 'Further Reflections on the Public Sphere', in: C. Calhoun (ed.) *Habermas and the Public Sphere*, pp. 421–60. Cambridge, MA: MIT Press.

Habermas, J. (1998) *Between Facts and Norms*. Cambridge, MA: MIT Press.

Hobsbawn, Eric (1999): *Behind the Times: The Decline and Fall of the Twentieth-Century Avant Gardes*. Thames & Hudson.

Howe, Jeff (2006): The rise of crowdsourcing. *Wired magazine* 14.06, <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (utolsó letöltés: 2013. 11. 20.).

Howe, Jeff (2009): *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. Crown Business 2009.

Jarvis, Jeff (2011): *What Would Google Do?: Reverse-Engineering the Fastest Growing Company in the History of the World*, HarperBusiness; Reprint edition

Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press

Jenkins, Henry, with Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton, and Alice J. Robison. (2006a): *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the Twenty-first Century*. White paper. Chicago: MacArthur Foundation.

Jeppesen, Lars Bo, and Karim R. Lakhani. Marginality and Problem-Solving Effectiveness in Broadcast Search. *Organization Science* 21 (2010 Szeptember–Október): 1016–1033.

Kleemann, F., Voß, G. G., és Reider, K. (2008). Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. *Science, Technology & Innovation Studies*, 4. o.

Koblin Aaron (2006): *The Sheep Market: Two cents' worth (Mestermunka-dolgozat)*. Design and Media Arts Program, University of California, Los Angeles. www.aaronkoblin.com/work/thesheepmarket/TheSheepMarket.doc (utolsó letöltés: 2013. 12. 28.)

- Koblin, Aaron (2010): Visualizing ourselves ... with crowd-sourced data, előadás, TED Talk. http://www.ted.com/talks/aaron_koblin.html (utolsó letöltés: 2013. 12. 07.)
- ter Kuile, Franciscus Alexander (2011), *The State of Crowdfunding: A Review of Business Models and Platforms*. Master Thesis, Universiteit van Amsterdam.
- Lee, S.-H., DeWester, D., & Park, S. R. (2008). Web 2.0 and opportunities for small businesses. *Service Business*, 2(4), 335–345. o. doi: 10.1007/s11628-008-0043-5.
- Lessig, Lawrence (2009): *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Books
- Lévy, Pierre (1997): *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, Mass.: Perseus Books.
- Li, Q., Cheng, T., Wang, Y., & Bryant, S. H. (2010): PubChem as a public resource for drug discovery. *Drug discovery today*, 15, 23–24. old.
- Literat, Ioana 2012: The work of Art in the Age of Mediated Participation: Crowdsourced Art and Collective Creativity. *International Journal of Communication* 6, 2962–2984.
- Liu, Su-Houn, Hsiu-Li Liao, and Yuan-Tai Zeng. 2007. Why People Blog: An Expectancy Theory Analysis. *Issues in Information Systems* 8 (2): 232–237.
- Manovich, Lev (2001): *The language of New Media*, MIT Press.
- Massolution. (2012). *Crowdfunding Industry Report: Abridged Version*. <http://www.scribd.com/doc/92871793/Crowd-Funding-Industry-Report-2011> (utolsó letöltés: 2013 Dec. 29)
- McLure Wasko, M., & Faraj, S. (2000). “It is what one does”: why people participate and help others in electronic communities of practice. *The Journal of Strategic Information Systems*, 9 (2-3), 155–173. doi: 10.1016/S0963-8687(00)00045-7.
- Mesch, C. (2007). Institutionalizing social sculpture: Beuys' Office for direct democracy through referendum installation, 1972. In: C. Mesch & Michely (Eds.), *Joseph Beuys: The reader* (pp. 198–227). Cambridge MA: MIT Press.
- Mislove, A., Marcon, M., Gummadi, K. P., Druschel, P., & Bhattacharjee, B. (2007). Measurement and analysis of online social networks. *Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement - IMC '07*, 29. New York, New York, USA: ACM Press. doi: 10.1145/1298306.1298311.
- Orosz Klára (2011): *Participatív Művészeti Stratégiák, Az aktivált néző szerepe a személyes alkotómunka és a kiterjesztett szobrászat-fogalom aspektusából*. Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Művészeti Kar
- Page, Scott E. (2007): *The Difference: How the Power of Diversity Creates Better Groups, Firms, Schools, and Societies*. Princeton University Press.

Papacharissi, Zizi (2009): *The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond*, In: Andrew Chadwick & Philip N. Howard: *Routledge Handbook of Internet Politics*, Routledge 2009

Praiser, Eli (2012): *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*, Penguin Group (USA) Incorporated

Raymond, Eric S. (1999): *The Cathedral & the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*, O'Reilly Media

Rheingold, H. (2002): *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, MA: Basic Books.

Rogstadius, Jakob, Vassilis Kostakos, Aniket Kittur, Boris Smus, Jim Laredo, and Maja Vukovic. (2011): *An Assessment of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Task Performance in Crowdsourcing Markets*. In *Proceedings of the Fifth International Conference on Weblogs and Social Media*, 321–328. Menlo Park, CA: AAAI Press.

Dana Rotman, Kezia Procita, Derek Hansen, Cynthia Sims Parr, Jennifer Preece (2012): *Supporting content curation communities: The case of the Encyclopedia of Life*. in: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2012 Június. 1092–1107 old.

Schenk, E. (2009). *Crowdsourcing: What can be Outsourced to the Crowd, and Why?*, 1–29. http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/43/92/56/PDF/Crowdsourcing_eng.pdf (utolsó letöltés: 2013. 11. 20.)

Stallabrass, Julian (2003). *Internet Art: The Online Clash of Culture and Commerce*. Tate Publishing.

Stallabrass, Julian (2013). *Can Art History Digest Net Art?*, in: Dieter Daniels / Gunther Reisinger, eds., *Netpioneers 1.0 - Archiving, Representing and Contextualising Early Netbased Art*, Sternberg Press, Berlin.

Surowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations*. New York: Doubleday.

Surowiecki, J., and M. P. Silverman. 2007. *The wisdom of crowds*. *American Journal of Physics* 75:190.

Tapscott D. és A.D. William (2007). *Wikinomics*, Pearson Education.

Twenge, Jean M. Ph.D. : *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled and More Miserable Than Ever Before* (Atria Books, 2007)

Vaidhyathan, Siva (2011): *The Googlization of Everything: (And Why We Should Worry)*, University of California Press

Walsh, Peter (2003): *That Withered Paradigm: The Web, the Expert and the Information Hegemony*, in Henry Jenkins and David Thorburn: *Democracy and New Media*. Cambridge,

Mass.: MIT Press. A tanulmány online is elérhető: <http://web.mit.edu/comm-forum/papers/walsh.html> (utolsó letöltés: 2015. 08. 18.)

Youngman, Owen R. (2013): Understanding Media by Understanding Google, Online kurzus, Coursera és Northwestern University (utolsó letöltés: 2013. 10. 20.)

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Köszönöm Édesanyámnak, aki mindvégig hitt bennem, Édesapámnak a támogatásért és türelméért, Rajné Adamecz Ildikónak a korrektúráért és kiváló javaslataiért, témavezetőmnek Valkó László Mesternek a sok évi kitartó szellemi támogatásért és hogy lehetővé tette, hogy szabadon kísérletezzem a munkám során, valamint a Pécsi Tudományegyetem munkatársainak, akiktől sok segítséget kaptam a tanulmányaim során, különösen Hrubai Attilának és Sijártó Zsoltnak a tanácsokért. Köszönöm továbbá minden kedves hozzászólónak a Kollektív Interpretáció projekthez való hozzájárulásukat.

SZAKMAI ÖNÉLETRAJZ

Tanulmányok:

2010-2011: Ecole Supérieure de Beaux-Arts Angers (Angers - Franciaország). Médiaművészet szak

2009- Pécsi Tudományegyetem, Művészeti Kar Doktori iskola

2006: Universidad Politecnica de Valencia (Valencia-Spanyolország)

2002-2007: Magyar Képzőművészeti Egyetem festő szak (Mesterek: Molnár Sándor, Drozdik Orsolya)

1997-2000: Madách Imre Gimnázium (Budapest)

Beszélt nyelvek:

Magyar (anyanyelv), angol, német, francia, spanyol, horvát

Szakmai tevékenység/ kiállítások:

2000 Szeptember- 2002 Május: *Tag az Amatőr Képzőművészek Alapítványában*

2000 Június- 2001 Július: *Az alapítvány kiállításai*

Firenzében részt vettem **2004 Januárjában** a Romualdo del Bianco alapítvány „Silver Fly” nevű nemzetközi művészeti workshopján.

2006 Február- Június: Spanyolországban az Universidad Plitechnica de Valencián tanultam festészetet és desgn. Megnyertem az Erasmus ösztöndíjat a tanulmányaim fedezésére.

2007 Május: A Ferrari cég 60 éves születésnapja alkalmából rendezett művészeti pályázaton megnyertem a legjobb művésznek járó díjat, és képviseltem Magyarországot a Maranellóban rendezett jótékonyági aukción.

Egyéni kiállítások:

2011: „Wunsch und Wirklichkeit” - Art.Ist galéria, Castrop-Rauxel, Németország

2007: Maranello, Pista Fiorano (Ferrari Company)
Representing Hungary on a charity auction during the celebration of the 60th anniversary of the Ferrari company.

2006: Casa de los alumnos, Universidad de la politechnica, Valencia

2005: Máriaremete ökumenikus iskola

2001: Madách Imre gimnázium

Válogatott csoportos kiállítások:

2012: Galerie Art.Ist, Castrop rauxel (Németország)

2011: Art Market, Millenium center - Budapest

2010: Római Magyar Akadémia: A pécsi doktori iskola kortárs művészeinek kiállítása

2009: Budapest Art Fair

2008 and 2009: Pécsi Országos Színházi Találkozó keretében rendezett kiállítás (Pécs)

2009: Országos Grotoszki Triennálé (Kaposvár)

2007: Giovanni Artisti ungheresi in Ferrari (Sala Bolaffi –Torino)

2007: Magyar Képzőművészeti Egyetem, diplomakiállítás

2004 : Támaszpont Galéria, Molnár Sándor mester osztályának kiállítása.

Díjak :

- 2010:** Erasmus ösztöndíj: Angers, Franciaország
- 2009:** A Budapesti Temetkezési Intézet Zrt. a Csend Napja című rendezvénye keretében kiírt „Requiem az életért” című grafikai pályázat: I. helyezés
- 2008:** Amadeus Alkotóház – Pályakezdő Program ösztöndíjasa
- 2007:** Ferrari 60. születésnap, művészeti pályázat I. helyezett
- 2006:** Erasmus ösztöndíj: Valencia, Spanyolország
- 2002:** Amatőr képzőművészeti alapítvány festészeti különdíj
- 2001:** Budapesti középiskolai rajzverseny grafika kategória I. helyezés

KÉPJEGYZÉK



1. Nam June Paik: Participation Tv (1963). Installáció



2. Ken Goldberg és Joseph Santarromana: Telegarden, 1995-2004.
Interaktív installáció, Ars Electronica Center- Linz, Ausztria



3. Nancy Paterson: Stock Market Skirt, 1998. Installáció

4. Lorna Mills Google+ weboldala (részlet).

The theft of a victim's identity is often the most difficult crime to prosecute because the offender does not get caught. The victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late.

The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late.

The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late. The thief's identity is used to obtain credit, and the victim is often unaware of the crime until it is too late.

Identity theft is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity.

Identity theft is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity.

Identity theft is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity. It is a crime used to refer to fraud that involves someone else's identity.

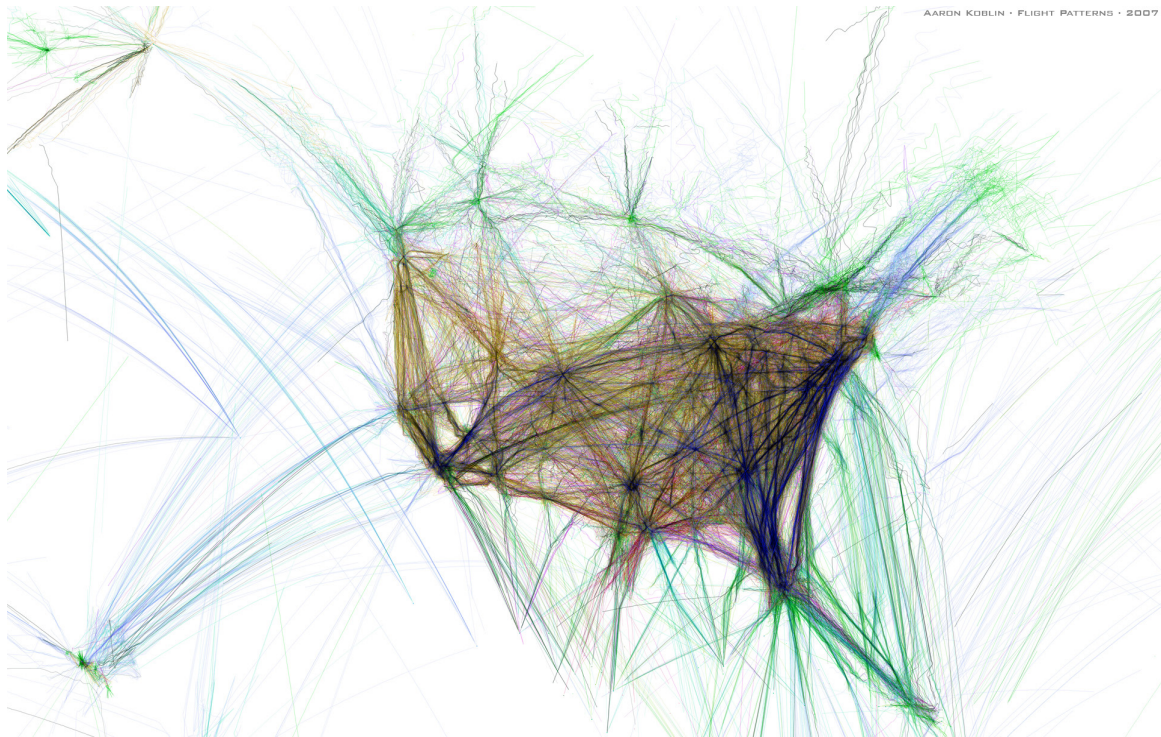
5. Ralph Ueltzhoeffer: Identity (2009) (bal) és részlete (jobb)



6. Olia Lialina: My Boyfriend Came back From the War (1996).
Digitális műalkotás (<http://www.teleportacia.org/war/war.html>)



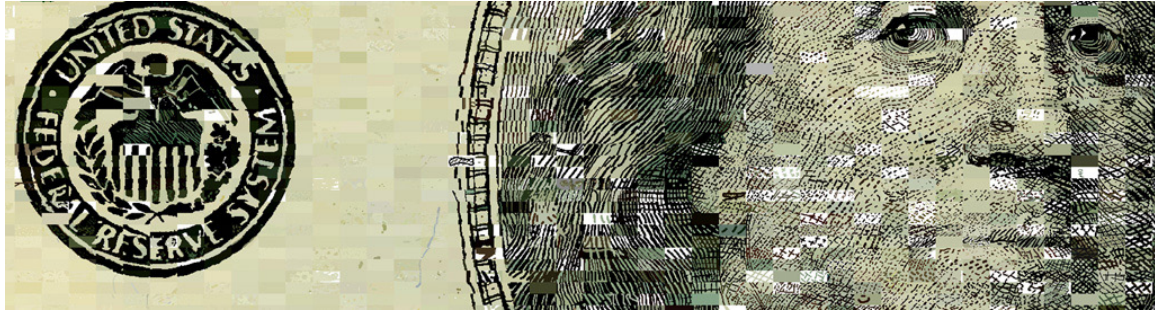
7. Felix Gonzales Torres: Untitled: Portrait of Ross (1991).
aInstalláció, cukor színes celofánba csomagolva.



8. Aaron Koblin: Flight Patterns (2005). Digitális műalkotás



9. Aaron Koblin: The Sheep Market (2006). Digitális műalkotás



10. Aaron Koblin: Ten Thousand Cents (2008). Digitális műalkoás

Bicycle Built For 2,000

Over 2,000 human voices recorded via the internet, assembled to sing *Daisy Bell*. [More info.](#)

Listen to:

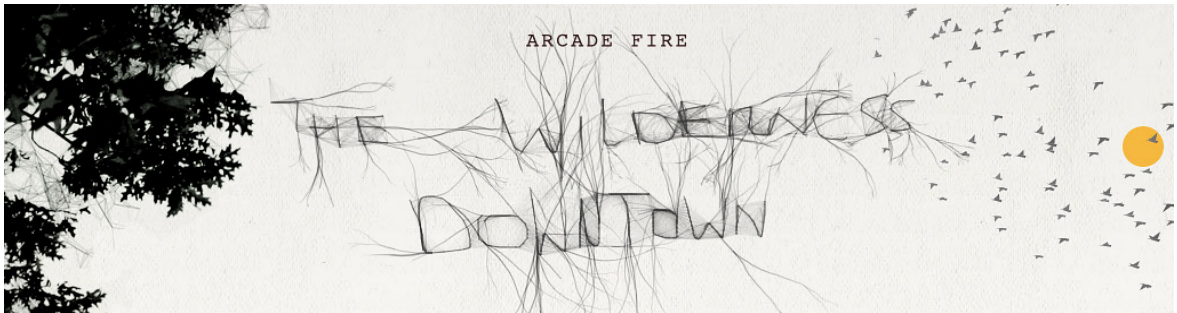


A project by Aaron Koblin and Daniel Massey.

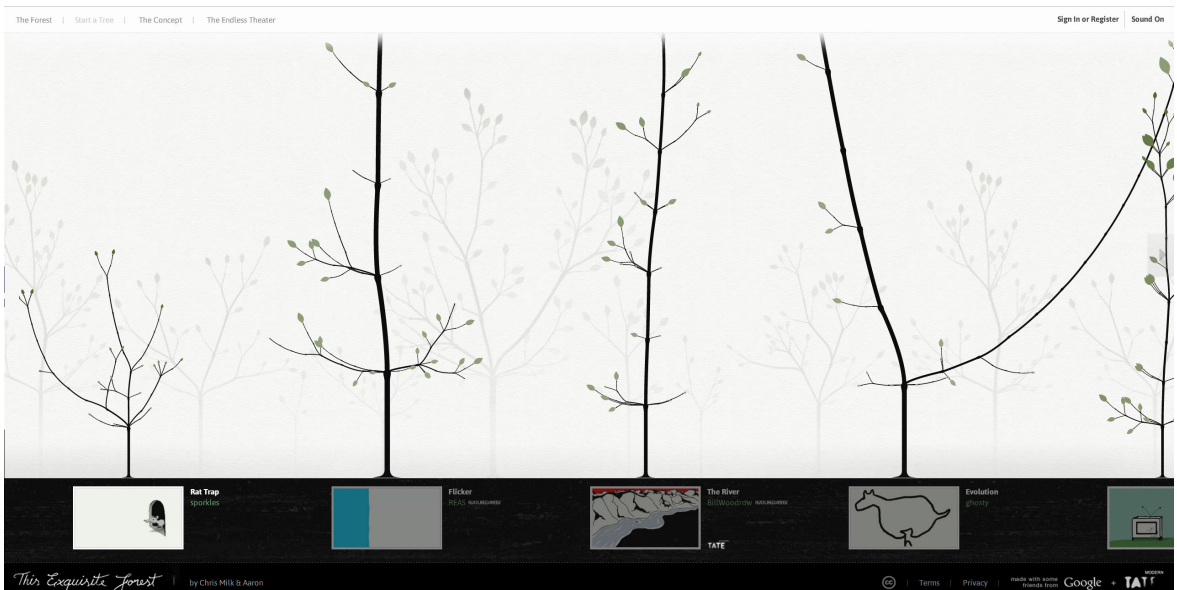
11. Aaron Koblin: Bicycle built for Two Thousand (2009). Digitális műalkotás



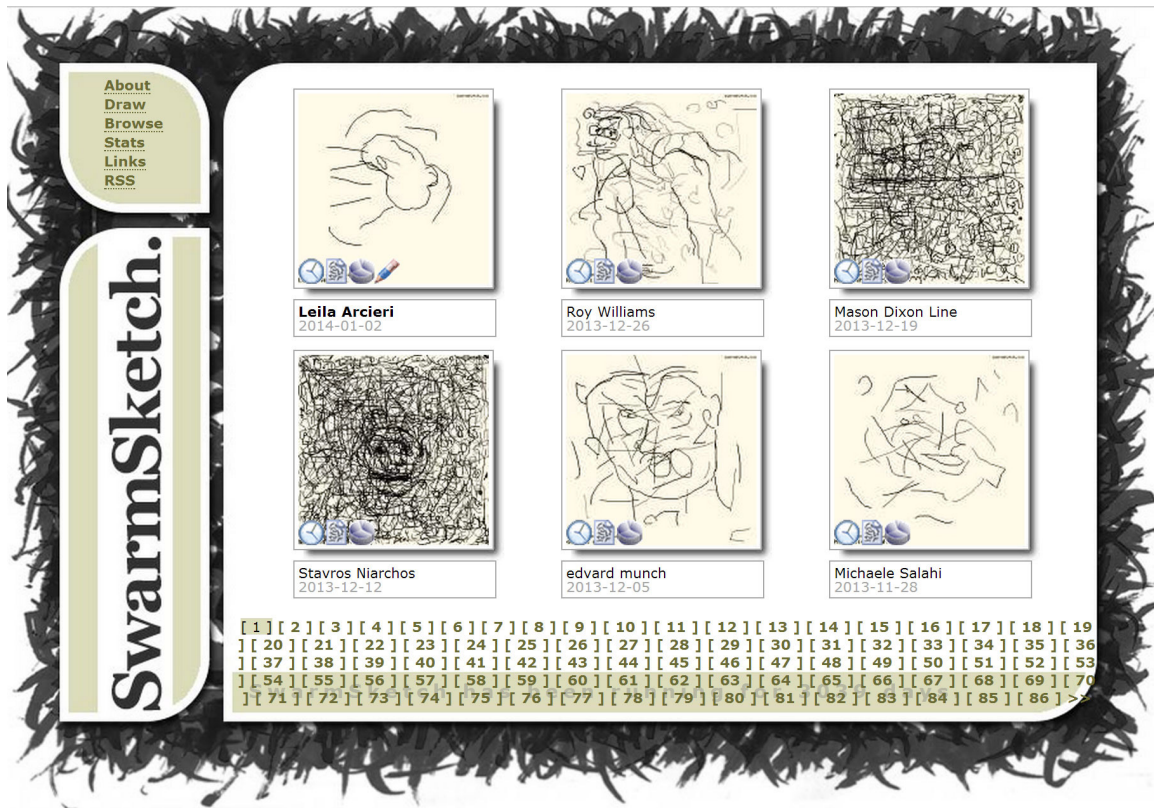
12. Aaron Koblin: Johnny Cash Project (2010). Digitális műalkotás



13. Aaron Koblin: The Wilderness Downtown (2010). Digitális műalkotás



14. Aaron Koblin: The Exquisite Forest (2012). Digitális műalkotás



15. SwarmSketch (www.swarmsketch.com) művészeti crowdsourcing platform.


LEARNING TO LOVE YOU MORE

HELLO ASSIGNMENTS DISPLAYS LOVE GRANTS REPORTS SELECTIONS OLIVERS BOOK Search

ASSIGNMENTS:

- 70. Say goodbye.
- 69. Climb to the top of a tree and take a picture of the view.
- 68. Feel the news.
- 67. Repair something.
- 66. Make a field guide to your yard.
- 65. Perform the phone call someone else wished they could have.
- 64. Teach us an exercise.
- 63. Make an encouraging banner.
- 62. Make an educational public plaque.
- 61. Describe your ideal government.
- 60. Write a press release about an

Assignment #63
Make an encouraging banner.



Think of something encouraging you often tell yourself. For example: *Everything will be ok.* Or: *Don't listen to them.* Or: *It'll blow over.* Now make a banner, making sure to follow these instructions:

1. Draw each letter of the sentence on a large piece of colored construction paper or big squares of fabric. **One letter per piece.** Draw them blocky so you can cut them out.
2. Cut them out.
3. Glue each one onto a piece of construction paper or fabric that is a contrasting color.
4. Then glue the edges of all the pieces of paper or fabric together to make a banner.
5. Hang the banner in a place where you or someone else might need some encouragement, for example, across your bathroom. Or between two trees so that you and your neighbors can receive encouragement from it. Or in a gas station.

DOCUMENTATION >

Take a picture of your hung banner and send it to us. After it has been up for awhile, take it down and roll it up and put it under your bed or another safe place. We might very likely contact you wanting to exhibit your banner in a show

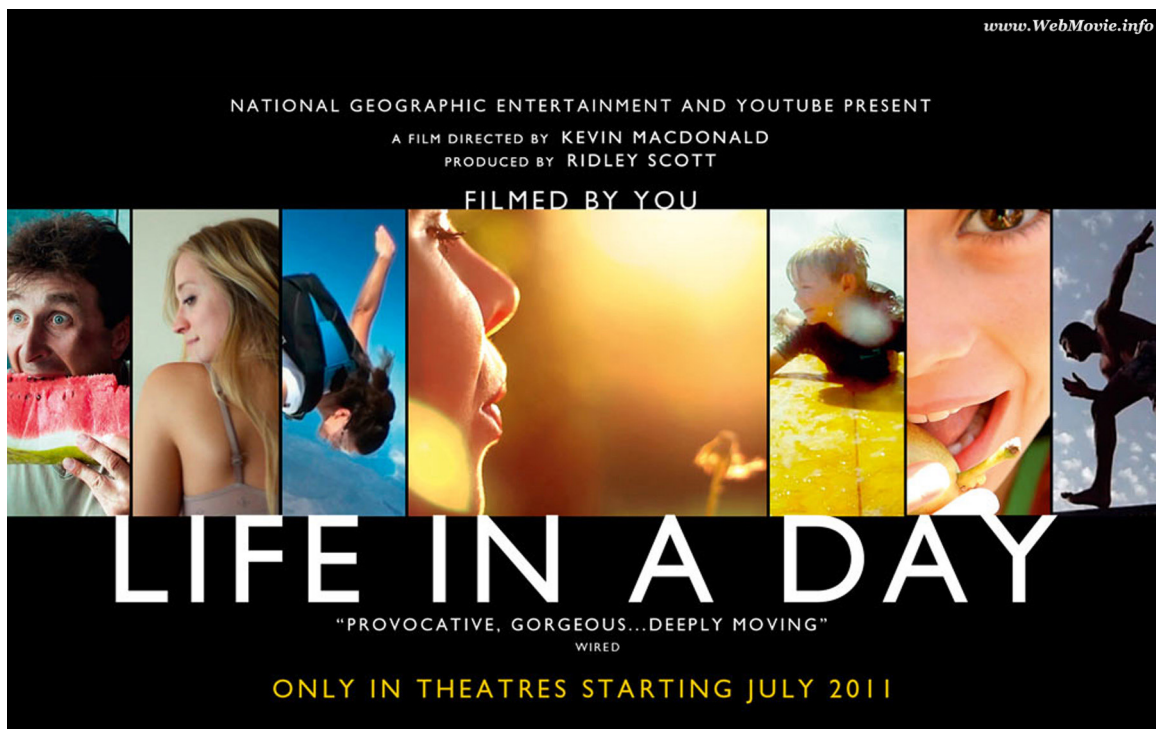
REPORTS:

- Ashley
- Shira Bannerman and Caroline McKeown
- Shira Bannerman and Caroline McKeown
- Shira Bannerman and Caroline McKeown
- Sandy Enriquez
- Kendra Hemlock
- Chica Mandita
- Andrea and Sarah
- Mariam
- Michelle McKenzie
- Calli B.
- c/e/c
- Julia J.
- Susan R.
- Peter Max Lawrence
- Mira and Martha
- Katelyn
- Foldy
- Emma Alonzi
- Danielle Seib
- Holly Robinson
- Erin Orszynowicz
- Katie Surges
- Megan and Alyssa
- Anna
- David F. M. Hanes

16. Learning to Love You More (aktív: 2002-2009).
Crowdsourced műalkotás platform



17. Star Wars Uncut (2012). Digitális műalkotás




18. Life in a Day (2010). Film. Hossza: 90 perc.

Tim Burton's Cadavre Exquis

Cadavre Exquis or "Exquisite Corpse" is a technique used to collectively tell a story. Each contributor adds to the story in sequence, building on the last line revealed.

Join Tim Burton in a story-making adventure. Contribute a line of your own based on the last visible Tweet.



Part 1 "Stainboy, using his obvious expertise, was called in to investigate mysterious glowing goo on the gallery floor #BurtonStory" [...]

BurtonStory tweeted on Nov. 1st, 2010

LATEST TWEET READ THE STORY

Project ended Dec 6th. Thank you for playing!

[Download Printable Story](#)

1 Stainboy, using his obvious expertise, was called in to investigate mysterious glowing goo on the gallery floor #BurtonStory **2** He felt his heart pounding hard against his ribs. As he bent down, he saw his own reflection on the surface of the puddle. #BurtonStory **3** Withholding his breath, he lightly poked the surface of the puddle. The surface shifted strangely, slowly spinning into action. #BurtonStory **4** Stainboy took a step back as the goo continued to spin faster and faster. A sharp cold wind

Details

- This story telling experiment runs November 22 - December 6, 2010
- Tweet as often as you like
- The best Tweets of the day will be selected to build the story
- All selected Tweets can be viewed under "All Submissions"
- Follow the story as it unfolds on the "Read the Story" tab
- Inappropriate submissions will be blocked

19. Tim Burton: Cadavre Exquis (2010). Online crowdsourcolt múalkotás



20. Eric Whitacre: Virtual Choir 1-4 (2010-) Digitális múalkotás

Welcome to the World's First Collaborative Sentence:

I DID NOT FEEL SEPARATED I FELT VERY CLOSE EVEN THOUGH WE WERE THOUSANDS OF MILES APART AND I WAS SURROUNDED BY PEOPLE HERE I FELT CLOSE HOW ARE YOU THIS IS DURBAN WE FEEL WE ARE A PART OF THE WORLD AT LAST IN THE PALACE HERE I AM WAITING FOR THE PRESIDENT I SEND YOU GREETINGS HERE I AM IN THE GALLERY LOOKING AT THIS BIG PENCIL I AM LAUGHING COGITO ERGO SUM GO GO GO SENTENCE swing swing swing ring ring ring ring ring let herethereverywhereGUMBOGUMBOhellhole! DON'T KNOW WHAT TO SAY A LITTLE LEARNING IS A DANGEROUS THING FREEDOMFREEDOMFREEDOMGET OFF ME GET OFF MY BACK SCRATCH MY ASS DOUGLAS HOW ARE YOU? FAR AWAY YET FREE DONT COME AFTER ME PHI KAB NAUNG LANG PHAU PHI NAUNG SEX RELATIONS BETWEEN FIRST COUSINS ARE FORBIDDEN THE MOON BRIGHTENS THE BATTLE CAMP SO YOU LIKE TO LOOK AT ME PAY FOR IT YOU PAMPER ME SO MUCH YOU MAKE ME FEEL LIKE A QUEEN I SEND GREETINGS FROM FRANKFURT GOD BLESS AMERICA AMERICA NEEDS IT ANIMALS ARE GOOD TO THINK AND GOOD TO PROHIBIT BE GOOD IT IS THE TIME TO BE GOOD I LOVE EVERYBODY I HATE EVERYBODY THE SON IN LAW MUST NOT ENTER ENTER THE SLEEPING QUARTES THROUGH THE DOORWAY OF THE PARENTS IN LAW CALL ME RIGHT NOW TO SAVE THE WORLD I LOVE YOU WORLD WORLD WHEN WILL YOU SEE HOW BEAUTIFUL YOU ARE STOP DYING WORLD HERE IN THE BRONX WE HATE THE POLICE GIVE ME YOUR HAND I FEEL YOUR FINGER HERE MANY MILES APART I THINK IN BASEL WE UNDERSTAND AND APPRECIATE YOUR WORK KEEP GOING WE ARE BEHIND YOU NO BODY CAN SWEAT SO MUCH WE FIND YOU NEAR EVEN WHEN FAR TO THE HEALTH OF DON CESARE'S WOMA N AU REVOIR MONS ENFANTS RED RED RED RED RED RED RED RED RED RED RED RED RED RED BLUE BLUE BLUE BLUE I AM SO BLUE I SAW A MAN HE HELD A STICK OUT TO ME I HOLD THIS STICK OUT TO YOU ACROSS THE WORLD I ASK YOU WHEN WILL YOU COME TO MOSCOW AGAIN DOUGLAS er mirror miroir mirage THE BUSHES TWITCHED AGAIN THE STICK BEGAN TO GROW SHORTER IN BOTH ENDS HERE IN KAUNAS WE HAVE SATAN MAKING LOVE TO AN ANGEL IS THIS WHAT DROVE HIM INTO HELL WELL THIS thing of writing in all caps is getting a bit tiresome and why does **this sentence** have sound so *disgusting and arty* who do think we are

James Joyce's greatgrandchildren

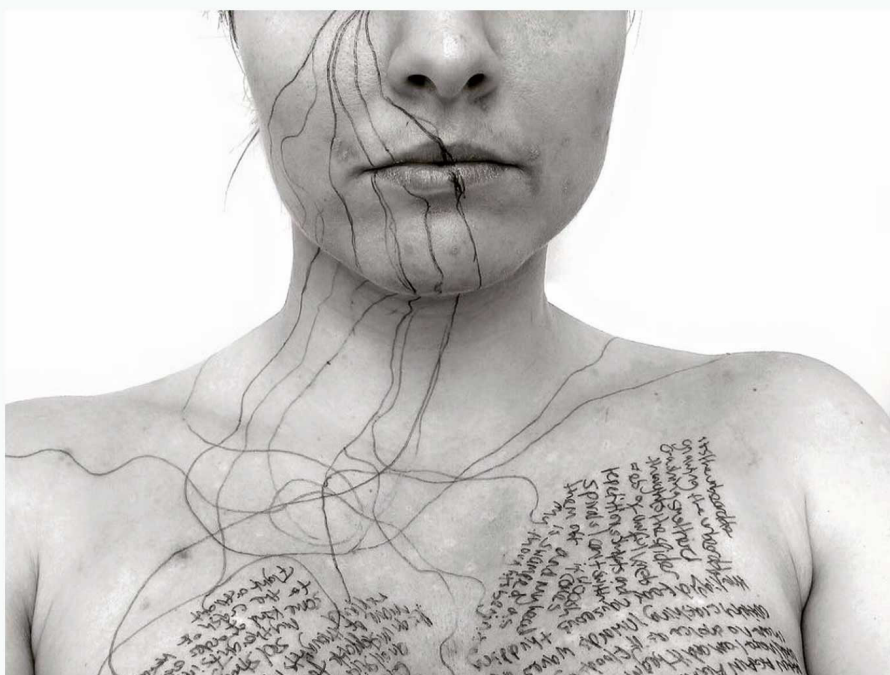
or some kind of gertrude

1. stein
2. stein
3. stein

*at least there are a few things that could be done to make this page look a little more attractive or at least more readable but then DON'T BE SO F***ING LITERAL YOU #@%#! THIS ISN'T A TYPOGRAPHY LESSON* Like the one that beautiful Swedish girl gave me on the train to Gdansk and then later in the cargo hold of the ship with the moonlight on here snowy-white scandinavian breasts which made me feel so arf arf arf This is another lustless technical test before all hell breaks lose with artists contributing scatological prose and poetry, but is this really art, or is it so what else can be said, anyway and more and more and more but what difference is this making WELL ISN'T IT JUST FUN TO WRITE TOGETHER LIKE THIS millennial exaggerations overstate our singularity.basic humanity is as lonely as (I'm feeling a bit spacy) there are a lot of things that could be said, but i don't know what to say but i want to say it my father is coming near have to stop now he always comes upstairs like this in the middle of the night dust follows dust in the endless progression of biological kitchen-ware 1001001 SOS 1001001 IN DISTRESS 100100 Everything is deeply interwined I want to be unique, just like everyone else After this, Jon decided, finally, to attempt to bring the killers to justice, in his own way, of course, and, in so doing, rid the world of a terrible scourge, reviled by all yet fascinating as well to a small, perverted subset of the community who had watched their antics progress from random, petty violence to the full-fledged sociopathic acts they had been performing, almost as if for entertainment for our benefit, for the last eight months all this mirroring the other night, when, travelling uptown on the 6 train, a man and a woman got on at 23rd street, laughing and babbling to one another in some incomprehensible language while I leaned back against the bench, trying hard not to fall asleep, and the woman sitting next to me jabbed at my arm and asked me creakily, a microphone held up to her neck because I think her larynx had been removed, "What language you think they're talking" the problem for the revolutionary artist in the nineteenth century--perhaps it is still the problem--was how to use the conditions of artistic production with ease..in the studio..in the salon for a month, and then on the wall of a sitting room in the Faubourg Saint-Germain? how to a means of artistic distribution to bypass the art

Solo exhibition & Research at UCLA Medical Centre, USA

by Liz Atkin



34

backers

£1,508

pledged of £1,500 goal

43

days to go

[Back This Project](#)

★ [Remind me](#)

This project will be funded on Mon, Oct 5 2015 10:00 PM CEST.

Research trip, solo exhibition & artist talk at UCLA Medical centre LA for Liz Atkin, an artist transforming Compulsive Skin Picking.

Liz Atkin

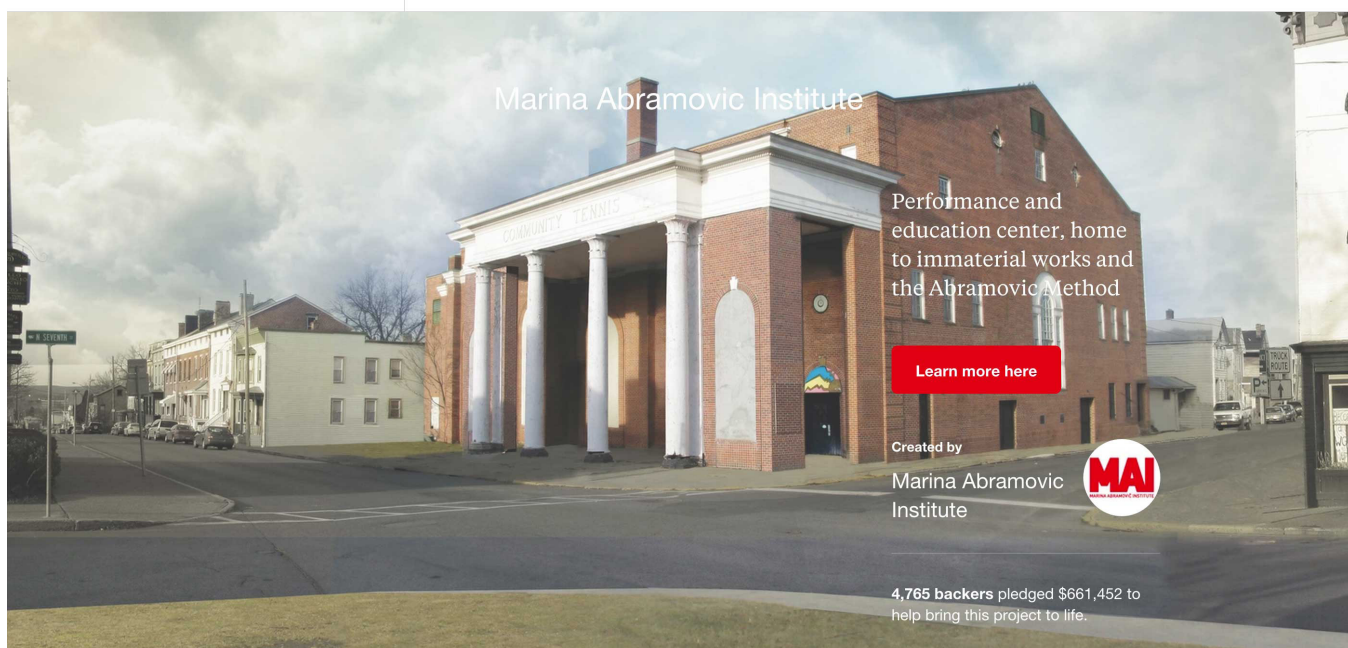
🕒 First created | 1 backed



22. Liz Atkins Body Art művész Kickstarter kampányának weboldala

https://www.kickstarter.com/projects/lizatkinusa/solo-exhibition-and-research-at-ucla-medical-centr?ref=nav_search

(utolsó letöltés: 2015 08. 26.)



23. A Marina Abramovic Intézet (MAI) Kickstrter kampányának weboldala
https://www.kickstarter.com/projects/maihudson/marina-abramovic-institute-the-founders?ref=nav_search
(utolsó letöltés: 2015 08. 26.)


Google social psychology books

Internet Képek Térkép Könyvek Egyebek ▾ Keresőeszközök

Nagyjából 182 000 000 találat (0,23 másodperc)

A cookie-k segítenek szolgáltatásaink biztosításában. Szolgáltatásaink igénybe vételével Ön beleegyezik a cookie-k használatába.
OK További információ

Tudományos cikkek - "social psychology books"
[The social psychology of creativity: A componential...](#) - Amabile - Idézetek száma: 4440
[Organizational behaviour: an introductory text](#) - Buchanan - Idézetek száma: 1221
[Social support as coping assistance.](#) - Thoits - Idézetek száma: 1210

The 50 Best Social Psychology Books - Sparring Mind
 www.sparringmind.com/psychology-books/ ▾ Oldal lefordítása
szerző: Gregory Ciotti - 1 771 Google+-körben
2012.09.05. – A list of all of the best **social psychology books** on persuasion, influence, and understanding your brain.

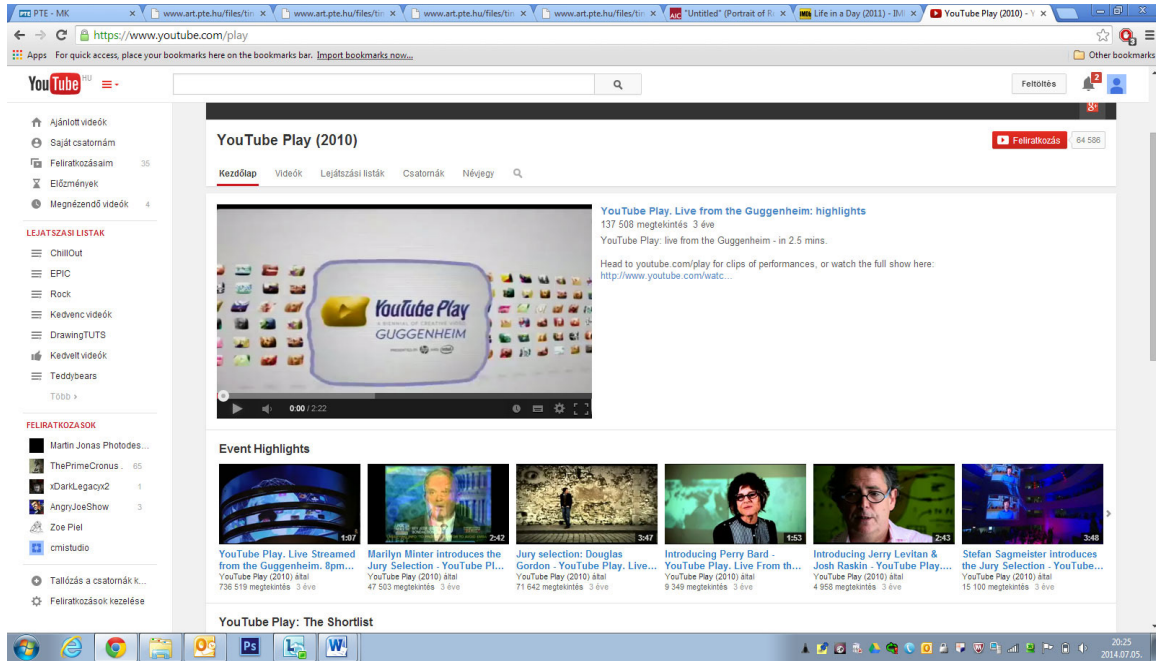
Social Psychology Textbooks - Social Psychology Network
www.socialpsychology.org/texts.htm ▾ Oldal lefordítása
This page, sponsored with generous support from Psychology Press/Routledge, lists more than 200 **textbooks** related to **social psychology**. For additional ...
General Overviews: - [Introductory Social Psychology](#) - [Applied Social Psychology](#)

Popular Social Psychology Books
www.goodreads.com/shelf/show/social-psychology ▾ Oldal lefordítása
Books shelved as **social-psychology**: [Blink: The Power of Thinking without Thinking](#) by Malcolm Gladwell, [The Tipping Point: How Little Things Can Make a Bi...](#)

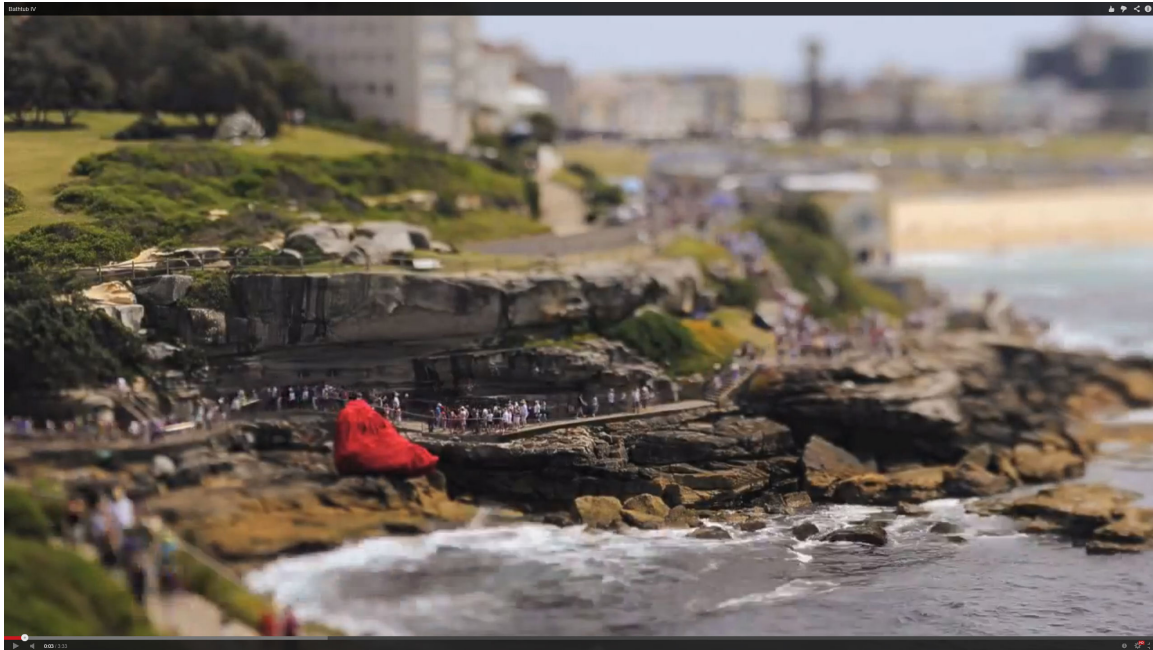
Amazon.com: Book Review Books for Social Psychology
[www.amazon.com/Book...Books-Social-Psychology/.../...](http://www.amazon.com/Book...Books-Social-Psychology/.../) ▾ Oldal lefordítása
This is a list of suggested **books** that students in a college **Social Psychology** class might read and use as the basis for a **book review**. It is designed to be used ...

Amazon.com: The Best Social Psychology Books Ever

24. Google keresési eredmény a következő keresőszóra (2013 június 9.):
social psychology books



25. Guggenheim: YouTube Play kiállításának honlapja, amely részletesen bemutatja a zsűri személyét egy-egy személyes interjú formájában.



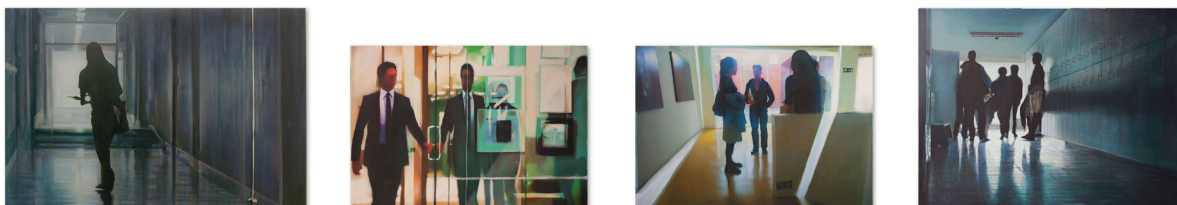
26. Keith Loutit: BATHTUB IV (2009), digitális videó, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=Us6kDalkqgM>) utolsó letöltés: 2014 Július 5.



27. Christen Bach: Bear Untitled (2010), digitális videó, YouTube



28. Lisa Byrne: Taxi III Stand Up and Cry Like a Man (2010), digitális videó, Youtube



29. Bakos András: Disztópia (installáció), olaj, vászon, változó méretek



30. Bakos András: Exit (2010), olaj, vászon, 160 x 100 cm



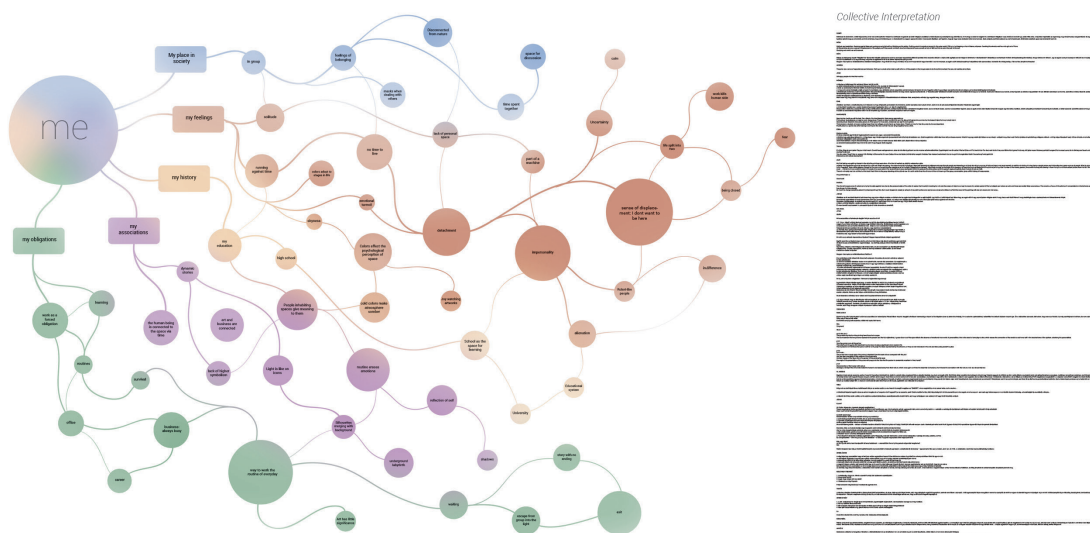
31. Bakos András: Corridor III (2013), olaj, vászon, 120 x 80 cm



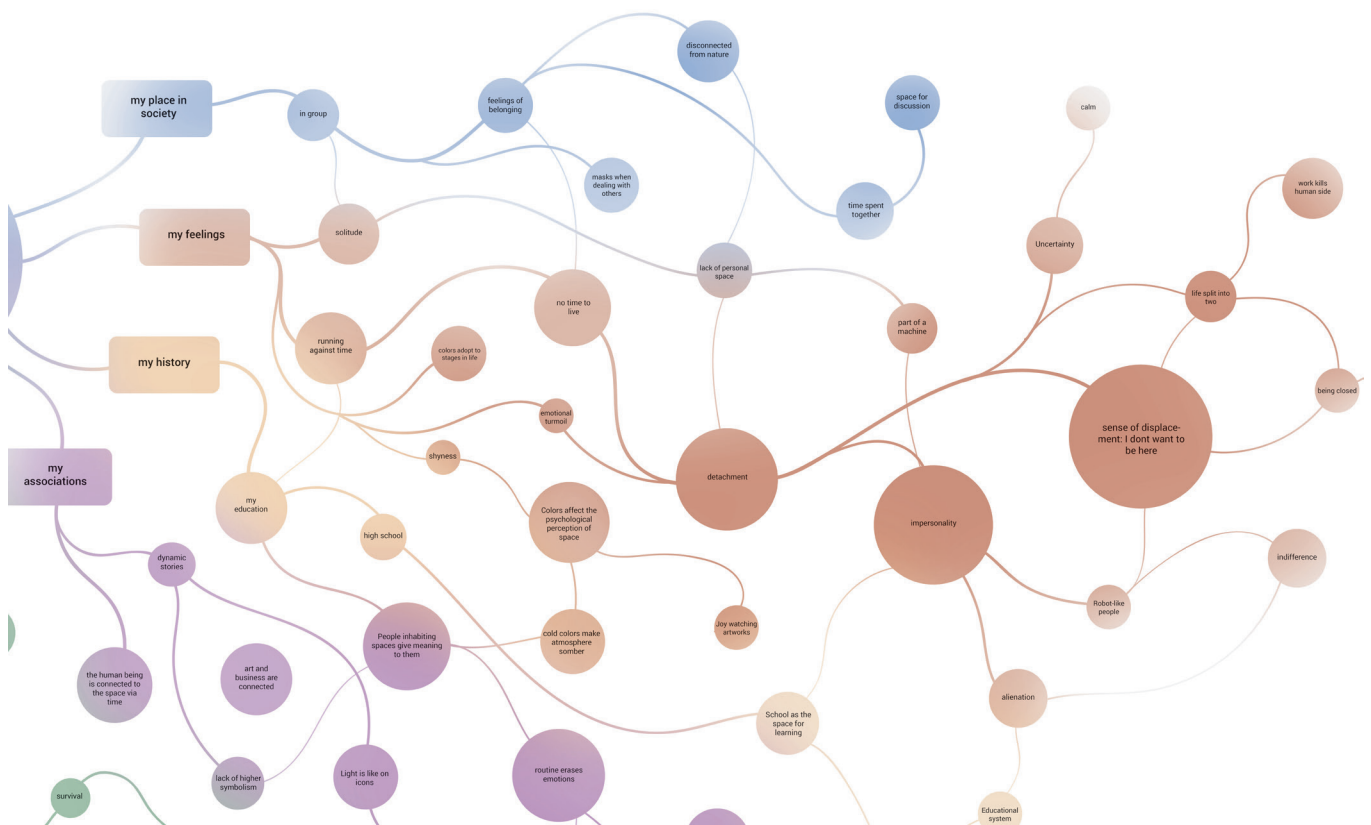
32. Bakos András: Corridor II (2013), olaj, vászon, 120 x 80 cm



33. Bakos András: Corridor I (2010), olaj, vászon, 150 x 100 cm



34. Bakos András: Kollektív Interpretáció (2015), digitális print, változó méretek



35. Bakos András: Kollektív Interpretáció (2015), részlet, digitális print, változó méretek