

BORIS GROYS

A PÉNZ NYELVE



**A modern művészet,
úgy tűnik, a pénz
legmélyebb titkának
a kinyilatkoztatásává
vált...**

52

A nyelv, amelyet a társadalom mostanában önmaga leírására legszívesebben használ, a pénz nyelve. Világunk belső egységét ugyanis a pénz teremti meg – olyan szerep ez, amelyet korábban a vallás töltött be. A ma szociális, politikai és kulturális valósága első pillantásra végletesen hasadtnak, töredezettnek és plurálisnak látszik. Nincsenek többé összekötő hagyományok, nincsenek általános érvényű eszmék, nincsenek mindenkire nézve kötelező politikai tervezetek. Úgy tűnik tehát, hogy a modern ember – és még inkább a posztmodern ember – egy olyan szabadságba száműzetett, amelyet néhányan a lebegés eufóriájaként és sokan a kötődés depresszív hiányaként élnek át. De ugyanakkor csodálatos módon a mai világban minden mindennel összekapcsolódik, mivel ebben a világban mindennek van ára. A modern szabadság a nemzetközi pénzpiacban ölt testet. Miután minden örökölt kulturális identitás felbomlott, minden regionális korlátozáson túlléptünk, és minden összekötő eszméről lemondtunk, minden folyékonyá lesz, megkezdődik a szabad keringés, magunkat mind hajlékonyabbakká tesszük, és folyvást átalakulunk, határok nélkül. Vagy másképpen fogalmazva: az ember a pénzhez lesz hasonlatos. A modern lélek ideálja: hasonlítani a pénzhez az Istenhez való hasonlóság ideálját váltja fel. Az ember mindig arra vágyott, hogy közelítsen a legmagasabb rendűhöz és a leginkább általánoshoz, hogy egybeolvadjon az abszolútummal – ha csak

A szöveg eredeti megjelenési helye: Boris Groys: Topologie der Kunst. Carl Hanser Verlag, München, 2003. 255–268. A fordítást az eredetivel egybevetette Török Ervin.

szimbolikusan is. És az abszolútum, amely túl minden kulturálisan meghatározott véleményen, értékelésen és állásponton a dolgok tulajdonképeni, „objektív” helyét – a tényleges árát – meghatározza a világ egészében, az ma, úgy tűnik, a nemzetközi pénzpiac. Ennek a nemzetközi piacnak az egyes államok csak állomáshelyei, amelyek a többi állomáshellyel versenyeznek a befektetésekért. A modern államnak is megvan tehát ma a maga ára – és ezáltal az egyetemességet és legitimitást nyújtó régi szerepét végérvényesen elveszítette.

Ami a legfontosabb mindebben: a nemzetközi pénzpiac útjai kiismerhetetlennek tűnnek – ahogyan korábban Isten útjai kifürkészhetetlenek voltak. Beszélünk ugyan a piacról, de nem látjuk. A piac mindent összekapcsol, de éppen ezért minden konkrét rátekintés elől elzárkózik. Közismert, hogy szükség van egyfajta érzékre, egy különös megérzésre, bizonyos érzékenységre a pénzhez, amelyet nem lehet lefordítani a hétköznapi értelemben vett nyelvre. Ezért vált a pénz nyelve kultúránk legmagasabb szintű, végső nyelvéné. Ennek a kultúrának az ideálja ugyanis már nem saját régi hagyományainak megőrzése, sem pedig azok forradalmi eltörlése, sokkal inkább a dekonstrukciójuk a – lehetőségek szintjén végtelen – variáció és kombináció formájában. Mármost a tőke elemzését már Marx is a tőke esztétikai dimenziójának elemzésével indította. Amennyiben ugyanis a piac végtelenül különböző, végtelenül heterogén tárgyakhoz ugyanazt az árat rendeli hozzá, a tőke aláássa esztétikai és ideológiai rendszereinket és hierarchiáinkat. És ténylegesen: mi az, ami összeköti Leonardo egy festményét, egy nyersolajszállítmányt, egy politikai párt propagandakampányát és a károkat, amelyeket a földrengés okoz egy városban? Egyrészt semmi, jóllehet másrészt könnyen el lehet képzelni, hogy e különféle dolgoknak ugyanaz az ára. Így a pénz minden művészi képzelet elérhetetlen határának bizonyul – sokkal szürreálisabb, mint bármely szürrealizmus, sokkal absztraktabb, mint bármely absztrakt művészet.

Ki lehet tehát jelenteni, hogy a kor, amelyben élünk, semmi esetre sem az ateizmus kora, az utópiák utáni kor, ahogy gyakorta állítják. Sokkal inkább arról van szó, hogy a pénz és a piac új vallásának korában élünk, amely a régi vallásokat mindenképp azelőtt váltotta le, mert az egyetemességnek még szélsőségesebb igényével lépett fel. Mármost a következőkben néhány, ha nem is egészen ateista, de legalábbis agnosztikus megjegyzést fűzök ehhez az új valláshoz. Tudniillik a piac egységteremtő szerepét szeretném megkérdőjelezni, amely ennek a vallásnak a központi hitelvét képviseli. Tényleg egységes a piac? Ki lehet-e valóban jelenteni, hogy a mai világban minden töredezett – csak a piac nem? A kérdésselvetés során az úgynevezett „művészeti piacot” használom kiindulópontként, és azt a kérdést teszem fel: a művészeti piac az általános, az egyetemes, az egységes piac része-e – vagy talán mégsem?

Persze az első szó, ami az ember eszébe jut, amikor ma a kultúrára gondol, az a „finanszírozás”. Így az a benyomás támad, hogy korunkban a kultúra véglegesen a piac része és funkciója lett. És még ha a piac kulturális mindenhatósága ellen tiltakoznak is, ez a tiltakozás ugyancsak a pénzpolitika szókincsét használva fogalmazódik meg – nagyobb állami támogatást követel a kultúrának. Mármost a pénzkód eme túlerejének megvannak a maga előnyei is. A műalkotás pénzbeli értékének meghatározása korunk műélvezőjének valójában arra ad lehetőséget, hogy esztétikai ítéletét számszerűsítse, differenciálja és pontosítsa. Ha nem állna rendelkezésre a pénzkód, az esztétikai ítélet csak egy kevésbé izgalmas választás formájában jelenhetne meg, döntésként a pusztán „igen” és „nem”, a „jó” és „rossz”, a „tetszik” és „nem tetszik” között. Ezen a két lehetőségen túl nem jutna tér a saját esztétikai érzék(elés) árnyalt felbecsülésére. Egy műalkotás árának megnevezése arra nyújt esélyt, hogy az adott műalkotásról sokkal pontosabban és kifinomultabban ítélhessünk. Példának okáért azt lehet mondani egy műalkotás kapcsán: „igen” 2000 euróért, de „nem” 2500

euróért. Egy ilyen ítélet még csak azt sem jelenti, hogy aki ilyen ítéletet hoz, ha alkalma nyílna rá, a szóban forgó műalkotást a megnevezett összegért ténylegesen megvásárolná. Egy ilyen kijelentés sokkal inkább azt jelenti, hogy aki ítéletet mond, az láthatatlan, számszerű értékhatárt jelöl meg az igen és a nem között – olyan határt, amelynek átlépésekor a minőségi ítélet az ellentétébe vált át.

Ez a határkijelölés egyrészt viszonylag pontos, másrészt viszont nagyon is rejtélyes: honnan tudja a műalkotás nézője egyáltalán, mekkora távolság választja el az igent a nemtől – és hogy lehet ezt a távolságot számszerűsíteni?

Éppen ezen a ponton kerül játékba a pénz egyetemes dimenziója, pénzérzékünk vallási, utópisztikus mivolta. Ugyanis egy műalkotás esetében, amely rendszerint egyetlen egyedi példányban létezik, a kínálatnak és a keresletnek nincsenek „objektív” törvényszerűségei. Az árat igazoló minden szokásos megfontolás, amely a művész nevére, ismertségére stb. hivatkozik, tudvalevőleg a végén nagyon is problematikusnak bizonyul. Sokkal inkább a szám, amely azt az összeget nevezi meg, amennyit a néző „kész lenne a műalkotásért kifizetni”, fejezi ki a benső, tisztán szubjektív esztétikai érzékelést, amely egyúttal belső, szubjektív pénzérzék is. A művészet mindenekelőtt egyedülálló radikalitással nyilvánítja ki a pénz szubjektív, lelki dimenzióját, a szám és az érzés belső, rejtélyes összefüggését, amelyet az „objektív” módon működő gazdaságban gyakran figyelmen kívül hagynak, és amely a mindennapokban csak közvetett módon, a kedveskedő megszólításokban mutatkozik meg, amilyen a „drágám!”, vagy a „kincsem!”, amikor is rögtön vissza kell kérdezni: drága – de milyen drága? Kincs – de mekkora? Ezek a szám pontos összegére vonatkozó kérdések, amelyek benne foglaltatnak a vonzalom érzésében, többnyire háttérbe szorulnak és kimondatlanok maradnak az úgynevezett személyközi viszonyokban. Nem úgy a művészetben: végül is sohasem tudhatjuk, hogy ez a bizonyos műalkotás pontosan 2000 eurót érhet-e. De az ember érzi. Ez, ahogy már kitértünk rá, egy furcsa, rejtélyes érzés – a minden dologban benne rejlő pénz jelenlétének belső érzete. Ezt az érzést úgy fejlesztjük ki, hogy önkéntelenül újra és újra megkérdezzük magunktól: hogyan érzem magam olyan tárgyak jelenlétében, amelyek ennyibe vagy ennyibe kerülnek? Hasonlóképpen tesszük fel a kérdést magunknak és gyakran másoknak is, amikor például belépünk egy idegen házba: mit gondolsz, mennyit ér ez a ház? Ez a kérdés biztosan nem arra irányul, hogy megtudjuk, mennyire tehető a ház tulajdonosa, vagy hogyan alakulnak az ingatlanárak az érintett környéken. Sokkal inkább arról van szó, hogy úgy érezzük magunkat ebben a házban, mint egy házban, amelyik, mondjuk, egymilliót ér (mindegy, milyen pénznemben). És az ember tudni akarja, hogy az érzés nem csalja-e meg.

Az érzés, hogy egy bizonyos pénzösszeg jelenlétében vagyunk, civilizációnkban bárhol elfoghat bennünket – éttermekben, múzeumokban, divatüzletekben, de még a természetben is, mert a természetnek manapság felment az ára. Innen tekintve ez az érzés az összes érzésünk közül a legbensőbb. A műalkotás árának megnevezése éppen ezért semmi esetre sem jelenti azt, hogy szakítunk az esztétikai érzésekkel és élményekkel, és áttérünk a kemény üzletre. Sokkal inkább azt kérdezzük magunktól legbelül, amikor egy képet nézünk: hogyan érzem magam ennek a képnek a jelenlétében? Eközben bizonyára más képekre is emlékezünk, és arra is, milyen érzéseket váltottak ki legbelül – és hogy közben mennyibe kerültek. De emlékezünk házakra is, ahol vendégségben jártunk, utazásokra, amelyekre vállalkoztunk, éttermekre, ahol ebédeltünk – és emlékezünk az érzésekre, amelyek közben elfogtak bennünket, és a mindezekért kifizetett árakra is. Egy egész élet tapasztalata összegződik tehát ebben a becslésben: ez a kép 2000 eurót ér. És ez azt jelenti: ennek a képnek a jelenlétében úgy érzi az ember magát, mint ahogy 2000 euró közelében érzi, ami egy centtel se több, se kevesebb.

Egy művész barátom mondta azt egyszer, hogy a kritikusok soha egyetlen műalkotást se érthetnek meg, mert a műalkotást igazán megérteni azt jelenti, hogy ezt a műalkotást megvesszük, és semmiképpen sem azt, hogy pusztán írunk róla. Annak az árnak a megnevezése, amelyet készek vagyunk saját zsebből egy adott műalkotásért kifizetni, az egyetlen hermeneutika, amely megfelel a művészetnek. Ez, nem kétséges, nagyon is éles elméjű megjegyzés. Végső soron azonban egy olyan jelenség fenntartás nélküli igenlését feltételezi, amelyet Marx mint árufetiszizmust jellemezett, és a kapitalizmus pszichológiája alapvonásának tartott. A kapitalizmusban, mondja Marx, az egyes dolgok értékét a dolog saját, belső minőségének tartják, míg a munkát, amelyet ennek a dolognak az előállításába befektettek, vagy a gazdaság általános törvényeit, amelyek az egyes dolgoknak adott értéket tulajdonítanak, figyelmen kívül hagyják. Marx számára az érzés, amely egy pénzben kifejezett érték jelenlétében elfog bennünket, egyszerre szükségszerű és csalóka. A társadalomkritikus szerepe, és – ha úgy tetszik – a műkritikusé is, eszerint éppen abban áll, hogy a munka minőségére rákérdezzen, a munkáéra, amelyet egy adott műbe befektettek, és ezáltal ez a mű a nézőben azt az érzést kelti fel, hogy egy pénzben kifejezett érték jelenlétében van. Mármost a modern művészet fejlődése látszólag lehetetlenné tett egy ilyen kritikus kérdésselvetést, mivel ez a fejlődés nyilvánvalóan egy paradox szabályt követ: minél kevesebb munkát fektettek be egy műalkotásba, annál többbe kerül.

A modern művészeti piac valóban paradox vagy mondjuk így, keresztényi lett: úgy érti magát mint a dolgok belső, rejtett, a közvetlen érzékeléstől elzárt értékének kinyilatkoztatása. A hívő keresztény ugyanis mindenekelőtt olyan dolgokban érzi meg az isteni jelenléte, amelyek közvetlenül nem mutatkoznak pompásnak, drágának vagy divatosnak. Sokkal inkább a szegény, a szerény, a beteg és a rút kelti fel bennük azt az érzést, hogy Isten jelenlétében vannak. A keresztények szerint Istennek a szegények és rútak is drágák. És ez az eszme a nézőt arra kényszeríti, hogy az isteni mindenhatóságot pont a szegénység megfigyelése közben érezze a legegységelműbben. Ennek megfelelően a szegénység, a szenvedés és a rettenetes halál ereklényei a kereszténységben különösen nagyra értékelték.

Semmi sem mutatja világosabban azt az istenihez hasonló mindenhatóságot, amelyet a mai civilizációnk a pénznek kölcsönöz, mint az a mélységesen paradox, keresztényivé vált érzék, amellyel a mai műélvező a pénz jelenlétét megállapítja. Éppen azok a képek, amelyek kevés jelét mutatják a világi sikernek, a díszes pompának, a „külső” gazdagságnak, bírnak a klasszikus avantgárd kezdete óta a legnagyobb eséllyel, hogy megállapítsák róluk: az igazán nagy pénz bennük testesül meg. A pénz közvetlen érzékelésének hiányát itt paradox módon a pénz rejtett jelenlétének csalhatatlan jeleként értelmezik. Ahogy a középkori szerzetes a hideg cella csupasz padlóján ülve mondhatta: itt is itt van – és ez azt jelenti, hogy mindenekelőtt itt van – az Isten, úgy mondhatja valaki egy olyan kép előtt állva, amelyben az értékes művészi tradíciónak nyomát sem találni, hogy ez is pénzbe kerül, és éppen ezért biztosan sokat is ér. A pénz itt belső erővé válik, amely mindenekelőtt a legkisebben, a legtriviálisabban, a legjelentéktelenebben mutatkozik meg.

A pénz ezen új, kvázikeresztény misztikája nélkül a modernség művészete elképzelhetetlen, mivel e művészet nem tud és nem is akar vizuálisan megmutatkozni. A modern művészet, úgy tűnik, a pénz legmélyebb titkának a kinyilatkoztatásává vált: a dolgok valódi árát a külsőt szemlélve sohasem lehet felismerni – a pénz titok, amely elrejtőzik. A modern művész a pénz szentje vagy, másképpen, egy misztikus tőzsdeüzér, aki úgy akarja a dolgok rejtett értékét felmutatni, hogy azokat olyan sajátos, számukra létrehozott terekbe szállítja át, amelyekben az isteni mindenhatóság epifániája vagy ami ugyanaz, a nagy pénz megtörténik.

A műalkotás ára itt olyan ígéret lesz, amely csak a lezárhatatlan jövőben teljesülhet be, de a jelen ezért semmilyen garanciát nem vállal. Vagy sokkal inkább az ilyen garanciák teljes hiánya kecsegtet a jövőbeli ár kinyilatkoztatásával. Ismerjük ezt: ha egy művész itt és most kereskedelmi sikert ér el, automatikusan azt feltételezzük, hogy e művek a jövőben elveszítik az értéküket és ezzel együtt az árukat is. Csak az itt és most értéktelennek számító művészet ígér jövőbeli értékelkedést. Ezzel ugyanakkor láthatóvá válik a modern pénzvallás igaz karaktere. Mint minden igazi vallás, ez is apokaliptikus. És fő megjelenési formája a próféta, aki a jövőbeli árat képes megsejteni. Ha azonban egy vallás apokaliptikussá és profetikussá válik, szektákra, iskolákra, ezoterikus közösségekre és gyűlölködő felekezetekre esik szét. A pénz nyelve osztódni kezd, differenciálódni, ellentmondásba kerül önmagával.

A finanszírozás nyelve mindenekelőtt azért vált mára a kultúra egyetemes nyelvévé, mert ezenközben egészen széttagolt és differenciált lett, annak ellenére, hogy emellett még mindig képes az egység illúzióját felkelteni. Ezen a nyelven ma fáradtság nélkül és pontosan kifejezhető mindaz, amit korábban csak homályosan fejezett ki a spiritualitás és az utópia nyelve. Ma ugyanis minden művészi szándék megfelel a finanszírozás egy egyedi módjának. Az esztétikai döntések finanszírozási döntésekkel lettek csaknem azonosak.

Ha egy művész a médiák által terjesztett kereskedelmi tömegkultúra világában törekszik gazdasági sikerre, akkor ezzel szükségszerűen meghatározott tartalmak és egy adott esztétikai forma mellett is dönt – és megfordítva. Ha a tartalom „provokatívabb” és a forma „nehezebb”, akkor a művésznek a kezdetektől kisebb, szűkebb és, ha úgy tetszik, elit közönséggel kell számolnia, amely hajlandó ilyen körülmények között a „nehéz” művészetért az illő árat megfizetni. Amikor tehát a „művészeti piacról” mint olyanról beszélünk, nem szabad figyelmen kívül hagyni ennek a piacnak a mérhetetlen sokféleségét. A komsz filmek, a televízióadások, a popzene, a reklám és más egyéb művészeti formák, mint például az irodalom, amelyek a széles publikumot szólítják meg, olyan körülmények között működnek, amelyek leginkább az általános áruforgalomra hasonlítanak. A legnagyobb gazdasági sikert az ilyen szerzők és művek közül azok érik el, akik a legnagyobb lehetséges közönség számára bizonyulnak vonzóknak. Az egyedi pénzügyi hozzájárulás, amelyet ezen művek egyes fogyasztói kifizetnek, csekély. Ezért döntő e művészetek finanszírozhatóságának szempontjából a példányszám nagysága. Ezek a művészetek ennek értelmében tartalmilag és formájukban egyaránt az áruszerűség felé tendálnak. Olyan témák felé fordulnak, amelyek „érdeklék az embereket”, és emellett olyan esztétikai eljárásokat használnak, amelyek „tetszenek az embereknek”. Szó sincs persze arról, hogy ez könnyű feladat volna, mert a cseppfolyóssá vált és szétforgácsolódott mai társadalmunkban megállapítani azt, hogy az embereket mi érdekli, egyáltalán nem olyan egyszerű. A tömegkultúra csak kevés terméke bizonyul esztétikai és gazdasági szempontból hatékonynak – de a hatásos művek sokszor jobban eltalálják a közhangulatot, mint bármilyen statisztikai vizsgálat. Az az esztétikai kritika, amelyik a tömegkultúra keretei között forgalomban lévő műalkotásokat akarja megítélni, anélkül hogy a gazdasági sikert figyelembe venné, nem alkalmas saját tárgyának megragadására. A gazdasági eredmény ebben az esetben az esztétikai sikerültség legjobb bizonyítéka, mert ez az eredmény tanúsítja a pontosságot, ahogyan az adott közhelyeket megállapítják és megisméltik – és a közhelyek ilyen felkutatása és pontos ismétlése nyújtja azokat a szempontokat, amelyek alapján a tömegkultúrában a műveket esztétikailag meg kellene ítélni.

Számos más művészet azonban a gazdasági siker egészen más kritériumainak van alávetve, még akkor is, ha itt is piaci sikerről van szó. A festményeket és a szobrokat – vagy újabban a ready-made-eket és a fotókat is – nem nagy példányszámban

adják el, hanem egyedi példányként vagy nagyon kevés példányban. Ebben az esetben nem a terjesztés számít, hanem éppen ellenkezőleg, a ritkaság. Tartalmilag és formailag minél egyedibbek és exkluzívabbak ezek a művek, annál nagyobb sikert arathatnak a gyűjtők, kurátorok és kritikusok szűk körében, és ráadásul annál magasabb árat érhetnek el. Az ilyen egyedi művészi alkotások esetében nem az az értékmérő, hogy a mű mennyire elterjedt a nyitott piacon, hanem, ellenkezőleg, a tartalmi zárttság, a hozzáférhetetlenség, az alkalmatlanság, a „nehézség”. Éppen a széles publikum számára hozzáférhető nyitott piacon való sikertelenség vezet ebben az esetben az elismeréshez és nagybecsüléshez a beavatottak zárt piacán. Ha egy műalkotás ezzel szemben a nyitott piacon túl jól érvényesül, csökken az ára a műértők piacán. Az egyik piacon elért siker sikertelenséghez vezet a másik piacon – és fordítva. És ez éppen azt jelenti, hogy olyasvalami, mint egységes piac, egyáltalán nincs. Aki „a” piacról beszél – és különösen „a” művészeti piacról, az egy ideologikus illúzió rabja. A piacaink éppen olyan széttagoltak, mint összességében a társadalmunk. Ennek megfelelően a piaci sikernek sincsenek általános ismérvei, hanem csak olyan ismérvek, amelyek világosan meghatározott részpiacokra érvényesek, és amelyek a közvetlen érvényességi területükön kívül értelmüket veszítik. Ezek a részleges gazdasági ismérvek, amint már kitértünk rá, a megfelelő esztétikai – és politikai – ismérvekkel alapjában véve azonosak. Az esztétikai és a gazdasági közötti ellentét tehát mindenestül véve fiktív: csak akkor áll elő, ha a különböző piacokat összekeverik egymással, és elkezdik a műveket, amelyek az egyik piacon forognak, olyan ismérvek alapján megítélni, amelyek egy másik piacra érvényesek.

Így „magas művészetről” alapjában véve csak azon művészetek vonatkozásában beszélhetünk, amelyek egyedi alkotásokat állítanak elő, és ezáltal nemcsak esztétikailag, de gazdaságilag is elzárkóznak a széles közönségtől. Ennélfogva az esztétikai eredetiség utáni kutatás mindenekelőtt ezekre a kiadástól és példányszámtól független művészetekre korlátozódik, amelyek ezért azt is radikálisan és megszakítás nélkül képviselik, amit esztétikai modernségnek szoktunk nevezni. A képzőművészek ugyanis napjaink civilizációjában még akkor is képesek többé-kevésbé a túlélésre, ha a művészetük csak keveseknek tetszik – csupán néhány kurátornak, galériásnak és kritikusnak. Az, hogy a képzőművészet kevesek ízlését kell hogy irányadónak tartsa, olyan esztétikai dinamikát kölcsönöz neki, amelyről csak álmodhatnak az olyan művészetek, amelyeknek a gazdasági sikere sokak helyeslésétől függ. Az esztétikailag „nehéz” formák és eljárások végső soron sem az irodalomban, sem pedig a filmben nem tudtak megszilárdulni. A széles közönség a nehéz művekben nem ismerhette magát. Olvasóiknak és nézőiknek a köre lényegében az egyetemi oktatókra és diákokra korlátozódott, akiknek az a feladata, hogy ritkaságokat vizsgáljanak és kommentáljanak.

Ennek megfelelően a huszadik századi avantgárdból kinövő jelenkori művészet egyre inkább annak a gyanújába keveredik, hogy antidemokratikus, elitista vagy akár: konspiratív, mivel kivonja magát az egységes piac történései alól, és egy saját, eretnek, szektás piacot épít fel. Olyan szerzők, mint Bourdieu vagy Baudrillard, a jelenkori posztavantgárd művészetet mint gazdasági stratégiát utasítják el, amely egy álelit ízlést szolgál ki, és ezért kikerüli a demokratikus igazolást. Ez a polémia ráadásul elsősorban még csak nem is a „gazdagok” ellen irányul a „szegények” nevében, mint ahogy első pillanatra tűnhet. Az elitista beállítódást nagyon is gyorsan azonosítják a gazdagsággal. Mármost éppen elég olyan példát ismerünk a modern művészet történetéből, amely azt mutatja, hogy azok a kevesek, akik a haladó művészetet támogatják, nem feltétlenül a leggazdagabbak közül kerülnek ki. Egy művész gazdaságilag akkor is képes lehet a túlélésre – még ha esetleg a létminimum határán is –, ha a nem különösebben pénzes barátok és jóakarók köre támogatja csak anyagilag.

A posztavantgárd művészet elitista jellegét támadó polémia elsődlegesen nem a gazdagok ellen irányul, hanem a zárt piacok létrejötté mint olyan ellen, amelyek az egységes, nyitott tömegpiacokról leválnak. Az ember bizalmatlan az ilyen elszigetelt, zárt kisebbségi piacokkal szemben, jóllehet ugyanakkor nem lehet megmondani, miért is volna a nyitott tömegpiac jobb – vagy megfordítva: rosszabb – egy kisebbségi piacnál. A kisebbségi piacok ilyen elutasítása valójában nem magyarázható tisztán gazdasági megfontolásokkal: a gazdasági ésszerűség keretei között nem lehet különbség „igazi”, vagyis a nyitott piac által igazolt, és „hamis”, elitista piaci siker között. A kisebbségi piacok elutasítása tehát tisztán ideologikus természetű. A zárt, töredezt piacokat itt a nyitott, egységes piacok nevében bírálják, ahogy korábban a zárt, protestáns megújulási mozgalmakat az egységes, nyitott, egyetemes katolikus egyház nevében kritizálták. Míg időközben a társadalmunk hozzászólt ahhoz, hogy elfogadja az örökölt, „természetes” kisebbségeket, mint amilyenek például az etnikai kisebbségek, addig a „mesterséges” kisebbségeket, amelyek exkluzív esztétikai preferenciákra épülnek, szinte ösztönösen még mindig elutasítja. Éppen ezért az ilyen exkluzív piacokon elért sikert is morális-ideológiai alapon vetik el mint „hóbortot”.

A jelenkori nyilvánosság egy behatárolt, de nagyon is erélyes frakciója a nyitott, terjeszkedő, globalizálódó, mindent átfogó piacokra is átvitte utópisztikus, totalizáló reményeit, amelyeket korábban a katolicizmusba és a szocializmusba fektetett. Csupán az egységes piac ilyen vallási-ideologikus dicsőítése, mely szerint ez a piac minden „embert” összeköt, és minden mindennel kapcsolatba kerül a totális „kommunikáció” révén, magyarázza azt, hogy egyes szerzők miért reagálnak túlérzékenységgel a piacok – mindenekelőtt a művészeti piac – nyilvánvaló széttagoltságára. Az esztétikai, ideológiai és gazdasági stratégiák belső egysége válik itt végérvényesen kézzelfoghatóvá. Ma már nem arról az ellentétről van szó, mint régen, amely a szabad kereskedelmet a nem komerciálissal, a piacit a nem piaccival, az árut (die Ware) az igaz valósággal (das Wahre) állította szembe, hanem világosan megkülönböztethető és gyakran ellentétes piaci stratégiákról a plurális, töredezt piacok körülményei között – a pénz agnoszticizmusáról és a piacok relativizmusáról. Amikor a művész és a kritikus ma egy adott esztétikai választás mellett dönt, ezzel együtt piacot is választ, amelyen ennek az esztétikai döntésnek gazdaságilag esélye lehet. Éppen ezért formálódnak a mai esztétikai-gazdasági eszmecserék olyan átláthatatlanul, és ezért kell őket olyan gondosan elemezni, hogy egyáltalán érthetővé váljanak. Amikor némelyikük a nyitott piac mellett száll síkra, amelyen a művészetnek állítólag autonóm módon helyt kell állnia, pusztán azért érvel így, mert a kezdetektől fogva gyanítja, hogy ezen a nyitott piacon milyen művészeti formák maradhatnak életben – és titokban éppen az ilyen művészeti formákkal rokonszenvez. Ugyanez áll persze azokra is, akik az exkluzív piacok védelmében lépnek fel, mivel nekik is megvannak az esztétikai preferenciáik, amelyeknek gazdasági esélyt akarnak adni.

De nem csak arról van szó, hogy a kulturális piacok időközben differenciálódtak és töredeztettek lettek. Új formákat is ölthetnek, és újra ki is találhatják őket. Végző soron a piac a legteljesebb mértékben mesterséges képződmény, amelynek stabilitása és működőképessége számos nyílt és számos rejtett hagyomány, szabály, rítus és szokás függvénye. És mindenekelőtt a kereslettől függ a piac működése. Csakhogy az úgynevezett „természetes” emberi szükségletek fölöttébb behatároltak – és nagyon könnyen kielégíthetőek. Egy fejlett gazdaság csak akkor képes a további fejlődésre, ha túllép az ember természetes szükségletein, amikor a fogyasztó saját természetes szükségleteit következetesen művi, szabadon kitalált vágyakkal helyettesíti, amikor a színleg szükségtelenre, a fölöslegesre, a luxusra törekszik – a kultúra és nem pusztán a természet által meghatározottra.

Egy amerikai ismerősömtől, aki a hatvannyolcas mozgalom tevékeny résztvevője volt, egyszer azt kérdeztem, véleménye szerint mi az, ami ezekből a dicső évekből megmaradt. Meglepő választ adott: a hatvannyolcas mozgalom legfőképp új piacokat talált fel – a rockzenét, az ökológiai élelmiszereket és még sok másét. Ezek a piacok a mai napig sértetlenül megmaradtak – és sok embernek szereztek munkát, biztosítottak megélhetést. El kell ismernem, a történések ilyen értelmezése számomra sokkal inkább megvilágító erejű, mint a szokásos fecsegés arról, hogy az akkori utópiákat bekebelezte „az” egységes piac. Nagy kár, hogy a politikai és esztétikai forradalmak történetét mint piacok kitalálásának történetét még nem írták meg, hiszen ez a hiány, ez a hiányzó történet is hozzájárul ahhoz, hogy töretlen a hit az egységes piac önálló, mindent átfogó, kijátszhatatlan realitásában. Valójában a piac, a pénz nem csupán a legújabb azon nyelvek között, amelyeken az abszolútum hozzánk szól, hanem olyan nyelv, amelyen mi is ki tudjuk magunkat fejezni – és ezt méghozzá anélkül tesszük, hogy ennek kielégítően a tudatában volnánk.

Fordította Palkó Gábor

