

ZÁRÓDOLGOZAT

Sebestyén Dóra

2015

BUDAPESTI GAZDASÁGI FŐISKOLA

KÜLKERESKEDELMI KAR

FELSŐOKTATÁSI SZAKKÉPZÉS

(MODERÁTOR)

KUGLERART

KORTÁRS ROMA MŰVÉSZETI GYŰJTEMÉNY A ROMA
MŰVÉSZEKÉRT

Készítette: Sebestyén Dóra

BUDAPEST, 2015

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	4
A galéria bemutatása.....	5
Alakulása.....	5
Kapcsolat a művészekkel.....	7
Működése.....	7
Kommunikáció.....	8
Cél és akadály.....	9
SWOT-analízis.....	13
Ötletek, ajánlások.....	15
Összegzés.....	16
Irodalomjegyzék.....	17

Bevezetés

Szakmai gyakorlatomat a Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Karán végeztem. A Tehetséggondozó Műhelyben további képzést kaptunk, amelyeket a szakmai gyakorlat során kapott feladatoknál fel tudtam használni. Az iskolai feladataim voltak vágás, kamerázás az alábbi eseményeken: diplomaosztó, II. Alkalmazott Tudományok Fóruma. További elméleti oktatásban is részesültem. Emellett lehetőségünk volt betekintést nyerni néhány vállalathoz, galériához, rádióhoz. Itt ismerkedtem meg a KuglerArttal is, amelyről részletesebben fogok írni a dolgozatomban. Abban a kiváltságos helyzetben részesültem, hogy bepillantást nyerhettem a külső és belső működésébe. Elsőként bemutatom, hogyan alakult meg, mi vezetett el idáig, mivel foglalkozik, mi a célja, felvetek egy társadalmi problémát és megvizsgálom milyen a kommunikációja. Végül egy SWOT analízist végzek, melyben vizsgálom a galéria erősségeit, gyengeségeit. Ehhez segítségemre volt Kőszegi Edit, a szalongaléria tulajdonosa és alapítója, akivel mélyinterjút készítettem a dolgozatom elkészítéséhez. Úgy érzem egyedülálló tapasztalatokra tettem szert.

A galéria bemutatása

A galéria Budapest belvárosban található, egy hangulatos, helyenként keletkezéséhez korhű lakásban. Bárhonnan könnyedén megközelíthető, hiszen központi helyen helyezkedik el. Kőszegi Edit a magántulajdonában lévő gyűjteményét teszi elérhetővé minden ember számára. Gyűjteményében festmények, grafikák, tárgyi emlékek, autentikus cigány népművészeti tárgyak, valamint iparművészeti alkotások is szerepelnek, melyek a tradíció és modernitás jegyében készültek. A kínálatot a cigányságról szóló zenei és néprajzi filmek, könyvek, albumok teszik színesebbé. A KuglerArt szalongaléria azon tehetségeit karolta fel a társadalomnak, akik az élet más területein diszkriminálva vannak, azaz közvetlen hátrányos megkülönböztetéseknek vannak kitéve. Ma már több mint 50 magát romának vagy cigánynak valló művész produktumai állják meg helyüket múzeumokban, kiállításokon. A fiatal hátrányos helyzetű művészeknek teret ad a kibontakozáshoz, különféle művészeti ágakban. Ezek változatos, sokrétű programokon zajlanak le, ahol a művészek bemutatkozhatnak és akár tehetségüket élesben is megcsillogtathatják. A galéria népszerűsége folyamatosan növekszik, amely megfigyelhető az által, hogy folyamatosan újabb és újabb meghívásokat, felkéréseket kapnak belföldön és külföldön egyaránt.

Alakulása

Kőszegi Edit egy játékfilm forgató. Egy forgatás alkalmával egy cigány közösségben találta magát, ahol aztán rádöbbsent arra, hogy mennyire nem ismeri őket. Tanult, művelt okos embernek vallotta magát, több könyvet is olvasott a cigányságról, látott filmeket, úgy érezte ismeri őket, tudja milyenek. Tévedett. Úgy gondolta akar a romákról készíteni egy dokumentumfilmet, amelyben őket mutatják be, valamint ők mutathatják be saját magukat, úgy ahogy ők szeretnék. Edit eközben átment egy fejlődéstörténeten és közben úgy érezte feladatává vált, hogy egyfajta küldetésként teljesítse a romák és a romakultúra bemutatását. Ez időben került be a körbe a roma képzőművészet. Filmet is készítettek a roma képzőművészekkel. Megismerkedett az összes képzőművésszel, autodidakta

művésszel és azonnal beleszeretett az alkotásaikba. Már volt egy gyűjteménye modern 20. századi magyar festőművészek (Kádár Béla, Gulácsy Lajos, Tóth Menyhért, Szántó Piroska...) alkotásaiból. Bekerült ebbe a gyűjtési körbe a roma képzőművészeti alkotások. Az derült ki, hogy az életben mindenhol elzárkóznak a roma képzőművésztől. Ekkor még a galériák, múzeumok is tartózkodtak tőlük. Tartottak attól, ha roma képzőművészeket lát meg az ő vevőkörük, az rájuk rossz fényt fog vetni. Ugyanakkor a Néprajzi Múzeumnak volt egy hatalmas gyűjteménye, amelyből egyre több kiállítást rendeztek. Ezeknek a művészeknek nagyon rossz soruk volt, a számláikat sem tudták kifizetni, ezért szerették volna eladni képeiket. A kiállításokon megemléstették a látogatóknak, hogyha esetleg vásárolni szeretnének, akkor vegyék fel Edittel a kapcsolatot. A művészek felvitték képeiket Edit lakására, ahol egy nagyobb gyűjteménnyé nőtte ki magát.

2007-ben a Nemzeti Galériában volt egy nagyobb hangvételű kiállítás, ahol az összes roma megmutatta magát. A Nemzeti Galériában lévő képek nem voltak eladóak, de amelyeket Edithhez vittek igen. Az eladás megkönnyítésére készítettek egy honlapot is. A szalonban a filmek miatt is sokan fordultak meg, de ez a monumentális kiállítás még több embert vonzott oda, jelentősebb embereket is, akik aztán vásároltak belőle és vitték a hírét. Ez időben nagyon sok képet sikerült eladni, a kiállítás végeztével a vásárlások száma is megcsappant. Ezután már csak a vájt fülűek tudták, hogy lehet itt vásárolni, mert nem volt nyilvános.

Folyamatosan zárták be a roma kiállításokat és kerültek át a bemutató teremből a raktárba a képek. A művészekben megmaradt ez egy jó élményként, noha már nem igazán vásárolták képeiket bíztak abban, hogy Edit segíti képeik további eladását. Az a döntés született, hogy 2011-ben megnyitják a szalont a nyilvánosság előtt. Igyekeztek átrendezni a szalont, meghirdették, készítettek honlapot. Így alakult tehát a roma művészekért a galéria.

Kapcsolat a művészekkel

Egyház – ez volt a neve annak a belvárosi épületnek, ahol először állt a galéria. Az egész házat benépesítették a roma művészek, mellette pedig a Romani design is itt telepedett le, akikkel a KuglerArt azóta is együtt dolgozik. Az Egyházban folyamatosan kiállítások voltak még a folyosón is, de bezárták így már csak a KuglerArt van egyedül új helyen. Mivel egy házban éltek a művészekkel nagyon szoros volt a kapcsolat a galéria és a művészek között, mondhatni teljesen családi. A kötelékek a változás bekövetkeztével meglazultak, de még mindig nagyon jó viszonyt ápolnak velük. A galéria programjain szinte mindig részt vesznek, és minden másban segítenek. A vidéki művészek is folyamatosan feljárnak.

Működése

Az Egyház idejében havonta legalább kétszer rendeztek szalonestet, kulturális műsorokat. Ezekon az eseményeken bemutatják a művészeket, a romaságról szóló dokumentumfilmeket és nekik van lehetőségük személyesen is bemutatkozni. Bemutatnak tulajdonképpen mindent, amit fontosnak gondolnak. Ezekon a programokon keverednek roma és nem roma művészek, valamint a közönség is vegyes. 2012-ben megszűnt egy időre a filmgyártás. Beszűkült ez a tér, ezért innentől már csak élőben mutatják be a képzőművészeket. Programlistájuk sokrétű és változatos. Sok meghívást kapnak világszerte. Oda mennek, ahova hívják őket. 2011-ben Németországban, Passaouban volt egy „Mindenholt és sehol” néven kiállításuk, ahol 4 roma festőművészt mutattak be. Ezután hívták őket Pekingbe, New Yorkba, Rómába, Bécsbe és Párizsba. Emellett hazánkban, Magyarországon is folyamatos a kereslet irántuk. Az elmúlt időkben kiállítottak például Szekszárdon, Miskolcon, Salgótarjánban, Csepelen. Még a kezdetekben a galéria életének egyik legfontosabb állomása volt az ArtMarket-en való részvétel. Ez egy rangos, kortárs képzőművészeti vásár. 2011-ben és 2012-ben állítottak ki itt, de két év kihagyás után idén is meg fognak jelenni. Az itteni részvételük

teremtette meg nekik, hogy komolyan veszik őket és ők is magukat. Ezután merték kijelenteni, hogy ők igenis egy galéria.

Az Egyházból való költözés után az egész koncepció megváltozott, feltétlenül integráltan tették ki a képeket. Fontos szempont lett a szalonesteken, hogy roma és nem roma programokat csináljanak, hogy megindulhasson egyfajta párbeszéd. Ahogy feljebb említettem vegyes közönségre törekednek. Úgy érzik, egy olyan dolgot visznek véghez, amire folyamatosan nő a szükség, a kereslet.

Kommunikáció

Promóciójuk nem széleskörű, leginkább egy újragondolt weboldalból, illetve egy facebook oldalból áll: ezzel is a befogadóbb online generáció felé igyekeznek nyitni, lévén hogy fogékonyabbak a művészetre, illetve rajtuk keresztül több csatornán áramlik az információ, akár saját maguk között, akár az idősebb generáció felé. Fő profiljuk, hogy galériaként működnek, nem pedig üzletként, elősegítve ezzel az ismeretterjesztést, azonban lehetőséget adnak a művek megvásárlására is, ezzel pedig a roma művészek támogatására. A művészek képeinek egy részét digitalizálják, így bocsátva őket megtekintésre és vásárlásra. A roma képzőművészet integrálását társadalmi feladatuknak tekintik: megismertetik őket a művészetkedvelő közösséggel, főleg azokat, akik a szalon vérkeringésében aktívabb szerepet vállalnak: segédkeznek szalonestek megszervezésében, lebonyolításában.

A szalonestekre jellemző egy kevésbé átlagos nyitás a kulturális fogyasztók felé: az érdeklődő egy ládába bedobhatja az email címét, így felkerül a levelezőlistára, melynek tagjai az aktuális hírekről, bemutatókról, estélyekről első kézből értesülhetnek, erről folyamatos emlékeztetőket kapnak. Minden eseményt közzétesznek a weboldalukon, illetve megosztják a facebook oldalukon, hogy az online felületen érdeklődőhöz nagyobb valószínűséggel jusson el egy-egy aktuális információ. Fontos megemlíteni, hogy közönségük java részét szájról szájra történő híráramlással szerezték. Emellett egy régi formáját is választották a népszerűsítésnek, mégpedig a szórólapot.

Cél és akadály

A cél elsősorban az ismeretterjesztés, egyben ez a profilja is. A rasszizmus elnyomása, a diszkrimináció elleni küzdelem, a cigányság integrálása a társadalomba. A cigány kifejezés egy külső nézőpont egy nem homogén csoportra. De vajon ki a cigány? Akit a többség annak tart, vagy aki magát annak tartja? „Az ember etnikus identitását egyfelől saját önmeghatározása és vallása adja, amelyre másfelől azonban a társadalom kijelölő törekvése és gyakorlata is erősen hat, vagyis az egyén és tágabb csoportja nehezen tud nem tudomást venni arról, hogy hogyan gondolkodnak, mit mondanak róla és esetleg milyen szerepbe kényszerítik. (...) Feltételezhetjük, hogy nem mindenki vallotta magát cigánynak a statisztikai adatfelmérés során, aki egyébként roma identitású. Ebből következően tehát csak azt tudjuk megmondani, hogy a többség hány embert tekinthet cigánynak és magát hány ember mondta annak. (...) Előfordulhat, hogy valaki magát cigánynak gondolja és mondja, miközben mások őt nem tekintik annak. Előfordulhat, hogy valaki „olyan rendes”, hogy már nem is cigány; sőt az 1960-as években létezett is az a politikai-társadalomszervezési törekvés, hogy az összes, magát cigánynak mondó embert ne tekintsék cigánynak. A cigánynak mondott emberek összességén belül meg kell különböztetni a mások által cigánynak mondott, magukat a népszámlálás során nem cigánynak mondó, de egy más szituációban, például a belső beszédben cigány identitással rendelkező embereket.”¹

A KuglerArtban kiállító művészek sértőnek és problémának érzik, hogy a művészetben is meg vannak különböztetve bőrszínük, etnikai kisebbségekhez való tartozásuk, társadalmi identitásuk, és vagyoni helyzetük alapján. A művészet egy átfogó fogalom, amely több ágat foglal magába, ilyenek például a képzőművészet, filmkészítés, stb. De vajon lehet ennek etnikumhoz kötött rétege? És ha igen az etikátlan? Kállai András képzőművész joggal mondja azt, hogy a cigányok (ő maga is roma származású) be vannak szorítva egy olyan térbe a művészetben belül, amelyet nem önmaguk határoztak meg. Ámbar a művészek kisebb, nagyobb csoportokat alkotnak,

¹ Fleck Gábor, Szuhay Péter, D. Magyar Imre, Lukács György, Nagy Pál [2013]: Kérdések és válaszok a cigányságról. Napvilág Kiadó Kft, 13-14. oldal

ezáltal a romák is egy zárt csoportot képeznek. . „*A létrehozott alkotásnak társadalmi értéket annak a művészeti világnak a résztvevői tulajdonítanak, amelyben létrejött. A résztvevők a közösen alkalmazott konvenciók tiszteletéből és az egymásnak nyújtott kölcsönös támogatás megbecsüléséből merítik azt a meggyőződésüket, hogy munkájuknak értelme van és igazi műalkotások megalkotásához vezet.*”² Az Ő és társai produktumai etnikus bélyeget kapnak, művészi színvonalának tekintetbe vétele nélkül, emiatt nem kortárs alkotásként beszélnek róluk, holott igenis azok. Kállai a Tranzitban arról adott elő egy performance-t, hogy etnikai alapon stigmatizálva vannak az élet több területén. Valamint volt egy szerződés alapú kezdeményezésük, a társadalom gondolkodásának megváltoztatására. „*A kiállításuk részét képező két performatív aktus, az **egyensúlyozás** és a **szerződéskötés** hivatottak megteremteni ennek feltételeit. Kállai András számára a kérdés az, megbirkózik-e a művész az egyensúlyozással, képes-e származása ellenére a kortárs művészeti gondolkodásra.*”³ De még nem is ez a kategorizálás a legnagyobb probléma, hanem az, hogy befogadják-e őket vagy sem. A kérdés túl mutat önmagán, mert ők is értékeket hoznak létre, ezért az európai kultúra szerves része. A stigma miatt nem kerülnek be a mainstream műtárgy kereskedelembé, de emiatt kevesebbet érnének? Egy mű értékét a közönség határozza meg. Ha képesek olyan képet alkotni, ami érzelmet vált ki az emberekből, akkor az már nem roma művészet, hanem az maga a művészet.

A roma képzőművészet, mint olyan nem magától született, nem magától lett akkora amekkora jelenleg. Itthon nagyobb tere van, mint más országokban, ugyanis elkezdődtek olyan programok, amik támogatták a romák önkifejezését. Ennek a művészet lett az eszköze. Ismertté váltak az alkotók, aminek hatására fellendült a piac. Kialakult egy naiv képzőművészet, mely azt jelenti, hogy a művészek nem mindig egyéniségükben alkotnak. Környezeti okok, hatások torzítják el a folyamatokat. Például, amikor egy múzeumban eladó sorba kerülnek képek és ezek közül egy bizonyos témában készületekből többet vásárolnak, míg másból kevesebbet vagy egyáltalán nem, arra sarkallhat egy képzőművészt, hogy ő is abban a témában alkosson. Ebbe természetesen bele tudja vinni saját világát, de nem olyanról alkot, amit valaha megtapasztalt. Viszont Oláh Mara a képeiben hangot ad a mások által kényszerített saját társadalmi

² Wessely Anna [2012]: A művészetszociológia - "Kinek nem kell és miért"? Kultúra és közösség, (3. évf.) 1-2. sz. 65-72. old.

³ http://tranzit.blog.hu/2014/02/04/a_sokadik_elso_lepes Utolsó letöltés dátuma: 2015.05.27.

pozíciójának. Junghaus Tímea, aki a Művészettörténeti Intézetben tevékenykedik ezt szubaltern lázadásként fogalmazta meg, azaz az elnyomottak lázadásaként. „*A szubaltern vágyainak feltárása egy olyan terület, amely felé természetes módon fordulnak azok az emberek, akik diszkrimináció áldozatai.*”⁴ Azt hihetik, ezt várja el a társadalom tőlük, ezért ilyen témákban festenek. Például a holokauszt hullámnál megrendelték tőlük a képeket, de nekik nincs erről destruktív tapasztaltuk. Programszerű elvárás. Szubjektív példát használva Orsós Terinek vannak képei, amik jók. De amikor azt mondták neki fessen valamiről, azok a képek már kevésbé tetszetősek. Bada Márta jó példa az ellenkezőjére, nála ez az alkotói individuumbot nem befolyásolja. Ő olyan képet fest, amelyet akar, az őt körülvevő világról fest, ahogy Oláh Jolán is, aki saját belső világáról festett.

A galéria célja, mint már említettem az ismeretterjesztés és hogy elérjék, hogy a társadalom befogadja őket és ugyanolyan elvárások elé állítsa őket, mint a többi embert. Az elvárásokba sokszor azt képzeljük, hogy „tőlük már ez is fantasztikus”, pedig épp ugyanolyan emberek, mint mi, ezért ugyanolyan teljesítményt kell/kéne nyújtaniuk. A pozitív diszkrimináció káros, azaz, hogy tőle kevesebbet várunk el csak azért, mert cigány. Nem szabadna sztereotípiákat húzni rájuk azzal, hogy dicsérjük őket és levisszük az igényeinket. Ha más igényeket állítunk fel nekik, akkor talán háromszoros teljesítményt is tudnának nyújtani. Átvesznek dolgokat, amelyek a miénk és egy idő után már a sajátjukként értelmezik.

Valaki azt hiszi ért a roma kultúrához, mert utána olvasott, megnézett ezt-azt, de nem tapasztalta meg vagy csak felszínesen. A jóindulatú jóakarók sokszor többet ártnak, mint használnak. A galéria tulajdonosa, Edit több filmet készített már, melyben a cigányok úgy mutathatják be magukat, ahogy szeretnék láttatni magukat a világgal. A többségi társadalomnak van egy idealizált, esztétizált képe a romákról. Más megcsinál úgy egy filmet, hogy a többségi társadalom agyával elvár valamit, sztereotípiákat épít és a film úgy készül el, hogy nem a valóságot tükrözi, hanem az elvárásoknak felel meg, ezzel akár újabb sztereotípiákat felállítva.

⁴http://tranzit.blog.hu/2011/08/01/a_feherseg_kritikai_kutatasa_critical_whiteness_studies_i Utolsó letöltés dátuma: 2015.05.27.

A másik célja a galériának a képek értékesítése, ezzel is segítvén a cigány képző- és autodidakta művészeket. Mint már korábban említettem a stigma miatt nem kerülnek be a roma artefaktumok a mainstream műkereskedelembé, kisodródnak onnan. A KuglerArt küzd ez ellen, beemeli egy olyan térbe, ami a középosztály számára használható tér. Ha valakinek szándéka van képet vásárolni szívesebben vásárol egy szalonban, vagy az interneten, mint például egy aluljáróban, ami még a kép feltételezhető értékét is ronthatja. Az alkotásokat a galéria a szalon világába emeli át, ami a középosztály számára elfogadható tér. Ez egy becsülendő küldetés. Tulajdonképpen ezzel tud piacot teremteni. Nem igazán látható hogy ezekben a piaci folyamatokban mennyiben vesznek részt, akik csupán divatból vásárolják meg a szalonok képét és kik azok, akik érdeklődésből, művészet utáni szeretetükből. A magyarországi középosztály számára a vásárlás egy racionális döntés következménye. A műtárgy gyűjtés egy materiális befektetés, egy érték, nem egyszerűen egy kulturális fogyasztás. Nem biztos, hogy a művészi értéke határozza meg egy tárgy értékét. *„Az autonóm értékrend a feje tetejére állítja a piaci sikerrel mért hierarchiát: a közönség értetlensége, sőt tiltakozása a kiválasztottság bizonyítékává lép elő, miközben a közönségsiker gyanakvást ébreszt, s a „népszerű” hovatovább az esztétikai selejt szinonimájává válik.”*⁵ A vásárlás nem egy felszínen lévő folyamatnak a piaci következménye. A társadalmi szempontok is közre játszanak, például az anticiganizmus. Ha valaki egy roma képzőművész által készített festményt, grafikát vásárol egy másodlagos üzenetet is közvetít a világ felé, nem csak a kulturális érdeklődését, ez az üzenetet pedig a szolidaritás az elesettekkel. Nyugaton van már erre példa: TOMS shoes ⁶, Starbucks, Sir Richards Condom Company, Magyarországon még nincs, illetve a KuglerArt próbálja kibontakoztatni.

⁵ Wessely, Művészetszociológia, 2012

⁶ <http://religionandpolitics.org/2013/10/01/toms-shoes-and-the-spiritual-politics-of-neoliberalism/> Utolsó letöltés dátuma: 2015.05.27.

SWOT-analízis

A SWOT analízisben négy szempont, két belső és két külső alapján vizsgáltam meg a galériát. A szempontok a következők: gyengeségek, erősségek, lehetőségek, veszélyek. Ezek a pontok meghatározhatják a galéria jövőjét. A tények és célok összegyűjtése és csoportosítása szükséges ahhoz, hogy megtudhassuk mi az akadály a célok elérésének és a hatékonyabb munkának.

Ennek elkészítéséhez információkat gyűjtöttem egy empirikus, kvalitatív módszerrel. Ez a mélyinterjú, ahol előre meghatározott kérdéssorral, interjúvázlattal készültem. Kőszegi Edittel, a KuglerArt vezetőjével végeztem. Ennek módszertanához Earl Babbie Társadalomtudományi kutatás gyakorlata című könyvét vettem segítségül.

A szalon esetében erősségnek számít a piacon, hogy a látogatók nem csak kulturális fogyasztóként tekinthetik meg az ott összegyűjtött alkotásokat, hanem betekintést is nyernek egy budapesti belvárosi lakásba, az ott élők életébe, valamint a stúdióéletbe. Főként a külföldről érkezett turistáknak lehet egy hívogatóbb szempont, pláne, hogy régies stílusú sok antik darabbal. Intenzívebb élménnyel lehetnek gazdagabbak, mintha csupán egy szimpla galériába látogatnának el. Igazán XX. századi, mint az alkotások jelentős része. A kulturális ismeretterjesztés így is teljesül. Fontos megemlíteni, hogy általános iskolákkal is kapcsolatban áll a KugerArt. Az iskolai időszakban szinte minden héten 2-3 osztálynyi gyerek látogat el ide. Osztálykirándulásokat terveznek a galériába, ahol megismerkedhetnek a roma és magyar kultúrával és képzőművészettel, valamint kimagasló egyéniségek alkotásaival. Már több mint 25 év tudását és tapasztalatát szerezték meg ahhoz, hogy ezt átadhassák a fiatalabb generáció számára. Erősségnek számít még, hogy jó kapcsolatokat ápolnak például a Francia Intézettel, amerikai és indiai követségekkel. Vannak különböző külföldi projektek, amikben részt vesznek, így is továbbítva hírnevét.

Illő kontaktussal vannak minden náluk publikáló vagy éppen előadó művésszel. A megmutatkozások és az ArtMarket-en való részvétel szintén növeli a lakásgaléria értékét.

Az egyik legsúlyosabb gyengeségét a megfelelő munkatárs jelenti. A galéria jelen lakói és dolgozói között nincs olyan ember, aki tudna közvetíteni nemzetközi szinten. Vagyis a

nyelvismereti hiány egy erős hátránnyként határozható meg. Emellett természetesen egy jó értékesítőre is szükségük van, hogy fellendítsék vele a műtárgyvásárlást. A nyelvismeret hiánya abban is hátráltatja a galériát, hogy nem tudják bemutatni a turistáknak, ezt pedig angol nyelvű ismeretterjesztő videóikkal orvosolják. Beugró emberek vannak, de ők nem egy személyként kezelik a dolgokat. Nem fejlesztik a marketinget, a megfelelő személy hiánya miatt. Ha befektetnének sikeres reklámba az üzlet valószínűleg sikertelenül végződne, mert nem tudják megoldani az eltérő nyelven beszélő emberek közötti kommunikációt. Tehát nem tudják az embereket kiszolgálni, ezért is nem fektetnek be a marketingbe. Másrészt pedig nagyon minimálisak az anyagi forrásaik. Saját erőből tartják fenn magukat, magántőkéből finanszírozzák programjaikat, valamint az ArtMarket-en való részvételt is.

Üzleti tevékenységként a lehetőségekhez képest körülbelül 40%-ban működik, mint galéria és mint üzleti vállalkozás. A galéria külföldi megmutatkozásai lehetőségként szolgálnak tevékenységük népszerűsítéséhez világszerte. Hazai vásárokon is feltűnnek, reményeik szerint az idej ArtMarket újra fel tudja támasztani a galéria üzleti tevékenységét. Két év után idén új csapattal állnak ki a porondra, akik eddig még nem mutatkoztak meg a művészi palettán. Őket mutatják be és igyekeznek őket is kijuttatni külföldi és magyarországi kiállításokra egyaránt. A művészek számával a közönség száma is folyamatosan emelkedik.

Veszélyként említhető meg, hogy a magyarok közül anyagi hátterük miatt kevesen vásárolnak, ezért rászorulnak a nemzetközi értékesítésre is. Persze minden alól van kivétel, ahogy ez esetben is. Van rá példa, hogy valaki beleszeret egy képbe, de nem engedheti meg magának, ilyenkor részletfizetési lehetőséget kap. A magyar piac kicsi is, mert nincs rá nagy igény a feljebb említett célcsoport miatt. A szalon legfontosabb funkcióit teljesítik, megoldják, de az ezek feletti funkciókat csak próbálják megoldani, az anyagiak miatt. Kevés a támogatás, az ArtMarketen is önerőből összegyűjtött pénz befektetésével tudnak porondra lépni. Fenn áll a veszélye annak, hogy nem lendül fel az üzleti tevékenységük, de céljukat mérsékelten elérik, mivel az ismeretterjesztésre lehetőségük van. A galéria várja a megsegítéseket, mint helyet, s mint anyagilag.

Ötletek, ajánlások

A SWOT elemzése alapján úgy gondolom, eredményes tevékenység lenne meghirdetni egy állást a galériában. Egy olyan állást, mely egy olyan személyre van specifikálva, aki jártas az angol nyelvben és jó kommunikációs, valamint üzleti képességekkel van megáldva. Ez a lépés ugyan kockázattal járna, de jelen helyzetben szükség van rá, ha céljaik elérésében előrébb szeretnének jutni. Ez a kockázat pedig szintén a befektetett pénz. E kockázatos és konzekvens lépés után érdemes lenne költeni a marketingre, hogy fellendüljön az értékesítés és üzleti tevékenységeik is magasabb szinteken tudjon működni.

A programokra több embert kellene meghívni és egy jó PR szakember tanácsaira is érdemes lenne adni, hogy fellendítsék népszerűségüket. Egy integrált marketing és PR tevékenységre lenne szükség, ami által a művészeti marketing egyes elemei egymást erősíthetnék. Ezáltal javulhatna az ismertség, a többségi társadalomnak a befogadói hajlandósága, árnyaltabb képet láthatnának az etnikumról. A nagyobb nyilvánosság szponzorációs tevékenységeket is jelenthetne.

Összegzés

Az iskolában kapott tudást véleményem szerint sikerült a javamra fordítanom, valamint a szakmai gyakorlat alatt hasznosítanom. Ugyanis lehetőségem adódott arra, hogy a KuglerArt galériában én is szervezhessek egy szalonestet. Egy művész házaspárt hívtam meg, akik szerencsésen közreműködtek velem. Több kihívással is szembe kellett néznem, de úgy érzem sikerült helyt állnom a nehéz pillanatokban is. Eme tapasztalat által még inkább sikerült betekintést kapnom a galéria belső működésébe, a feladatai elvégzésének folyamataiba, amely alapján megírtam ezt a dolgozatot. Mint már korábban említettem egy mélyinterjú tette hatékonyabbá a munkámat. Igyekeztem objektív képet alkotni a szalonról, és egy relatív analízist készíteni.

Irodalomjegyzék

Earl Babbie [2001]: Társadalomtudományi kutatás gyakorlata; 9. kiadás

Wadsworth/Thomson Learning. Fordította Kende Gábor és Szaitz Mariann [2003]

Fleck Gábor, Szuhay Péter, D. Magyar Imre, Lukács György, Nagy Pál [2013]: Kérdések és válaszok a cigányságról. Napvilág Kiadó Kft, 13-14. oldal

Wessely Anna [2012]: A művészetszociológia - "Kinek nem kell és miért"? Kultúra és közösség, (3. évf.) 1-2. sz. 65-72. old.

Junghaus Tímea: szubaltern lázadás:

http://tranzit.blog.hu/2011/08/01/a_feherseg_kritikai_kutatasa_critical_whiteness_studies_i (2015.05.27.)

Kállai András: performance:

http://tranzit.blog.hu/2014/02/04/a_sokadik_első_lepes (2015.05.27.)

TOMS shoes:

<http://religionandpolitics.org/2013/10/01/toms-shoes-and-the-spiritual-politics-of-neoliberalism/>