

KÖLÜS LAJOS

## A luxus szabadsága

Mottó: *Minden Coke azonos és minden Coke jó. Liz Taylor tudja, az elnök is tudja, a tróger is tudja, és ezt te is tudod.*

(Andy Warhol)

Andy Warhol híres mondata plasztikusan fejezi a pop art lényegét. Egy tárgyon keresztül azonos lehetsz másokkal, a sztárokkal, a hírességekkel is. Művészet, forma, klisé, sablon, referencia és élet fonódik ismét egybe, de másként, mint korábban. Minden a hétköznapi szemzőgből ábrázolódik, érthető, felismerhető, befogadható. A pop art internacionalista művészet volt, és az ma is, a popkultúra része. Hogy mi magyarok részesei vagyunk valaminek, a nyugati civilizációnak, amitől 1930-as évek végétől elszakadtunk, 1989 után érezhettük újra, Kelet-Európa tartozik valahová. Bár mint keletiek (barbárok) lettünk vonzóak, igazi befogadásunk, betagozódásunk máig nem történt meg. A kirekesztődés tény, a visszakapcsolódás nehéz, huszonöt évvel a rendszerváltás után is hiányérzetekkel küzd a képzőművészetünk, a műtárgypiacunk és a műtárgy kereskedelmünk.

A tömegkultúra nem a lumpen proletáriátus kultúrája, mint ahogy hittük vagy tanították sokan a hatvanas években. A fogyasztói társadalom belső logikáját még ma sem értjük teljesen, nem hatja át mindennapi gondolkodásunkat, cselekvésünket. Másként szocializálódtunk, mint nyugati kortársaink. *Mi a fogyasztói társadalom lényege? A legelemibb emberi szükségletek luxusként való kezelése. A fogyasztás nagyobb energiát, erőfeszítést igényel, mint a fogyasztható „áru” megtermelése. ...a művészeti tárgyaknak, de gondolatoknak is „luxuscikként” kell megjelennie, mintha az eredetileg nem lenne az (luxuscikk). A művészetnek úgy kell viselkednie, mintha a saját luxus-jellegéért kellene újra harcba szállnia. Mintha a luxus jelentené a szabadságot.* (Halász András: *Feljegyzések a 80-as évek amerikai festészetéről*, 2006, Budapest.) Munkácsy és számos más magyar művész (Paál László, Benczúr Gyula, Rippl-Rónai József stb.) külföldön festett, alkotott, festészetük nemzetközi volt. 1949 után ez a nemzetközi jelleg megszűnt vagy háttérbe szorult.

A popkultúra alkotásait látjuk, csemegézhetünk, miért tetszik, miért nem tetszik. Miért elavult és miért nem az. Mi történik velünk ma, hogyan és miért élünk úgy, ahogy élünk kérdés megválaszolásához gondolati tér szükséges, a Ludwig Múzeum termei tágasak ahhoz, hogy a pop arton keresztül lássuk múltbeli világunkat és különböző szemszögekből elemezzük ezt a világot, hogy megérthessük jelenünket, sőt pillantásra érdemesnek tartjuk a lehetséges jövőnket. *Időt kell szánni arra, hogy megértsük, mi történik velünk, hogy mit miért tesszünk, miért így nézünk ki, merre tartunk, mit miért vásárolunk meg. Kell ez a gondolati tér. Olaszul úgy mondjuk, spazio de pensiero.* (Vinkler Nóra: Ma a gazdagság nem tárgyakat, hanem teret jelent, *Oktogon*, 1992/2 5)

A pop art egyszerre homogenizál, és egyszerre megkülönböztet. A fogyasztói társadalom szokásai mindenütt megjelennek, régiókban, földrészekben. Ugyanakkor nincs állandóság, nap

mint nap új és más értékek, értékrendek és viselkedési formák megjelenésével, befogadásával szembesülünk. Miért követjük az angolszász és az amerikai mintákat? Loptak a vasfüggönyön innen? Valóban lopás volt? Vagy inkább egyfajta örület? A felszín érinti a pop art? Egy analógiával élve: az irodalomban az erotikát elképzeljük, de nem látjuk. A pop art esetében nem képzelünk el semmit, de látjuk.

Néhány főmű is itt van a tárlaton: Lichtenstein *M-meglehet* című, a képregények világát idéző vászna, Warhol leveskonzerv-sorozatának néhány darabja, *Narancssárga autóbaleset tízszer* című kollázsa és *129 ember lelte halálát a lezuhant gépen* című újságcímlap-festménye.

A pop art nem a semmiből jött. Két jellegzetes, talán szélsőséges példa, amely valamilyen formájában hatott az emberek életmódjára, életérzésére. Az amerikai T-modell a Fordnál 1908-ban jelent meg, és tette népszerűvé az autózást Amerikában. A konzervdoboz kinyitására kezdetben kalapácsra és vésőre volt szükség, sőt szuronyra. Az első könnyen nyitható doboztető – easy-open technológia húzógyűrűs megoldással – Ermal Cleon Frazee (Dayton Reliable Tool Company) elképzelése alapján készült az 1950-es évek végén, vagyis közel száz évvel azután, hogy feltalálták a konzervdobozt. Technológia van. A tömeggyártás termékeit a tömegfogyasztás keretében el kell adni, meg kell kedveltetni valakivel, ételt, ruhát, játékot, rajzfilmet, zenét, autót. Ez már gyáripar, üzlet, filmgyárak, autókonzernek, divatipar világa, ahol a formatervezés művészi szintet ér el. Beszélhetnénk a világ legjelentősebb, designereiről, akik terveztek házat, lámpát, hordágyat, kanalat, bútort, ruhát. A pop art nemcsak forma vagy megoldás, hanem életfilozófia, a társadalom szellemisége is. A pop art megszületése ebben a megváltozó tárgyi világban történik.

A végtelen szabadság világát érezhetjük a műveket látva. Semmi sem tilos többé. Még a giccs sem, amelynek lételeme a fogyasztás, a fogyasztói igények tömeges kielégítése. Oldenburg *Egér-múzeuma*, 1965–1977 egy giccsgarázs, vagy Ecseri-piac. Egyenként véve alapul a tárgyakat, napeztig sem végeznénk, talán már unnánk is, de a választék nagysága elbűvöli az embert, csemegézhet, mosolyoghat, nem kell a padlásra mennünk, hogy gyerekkorunkat is felidézhesük. Wesselmann *Nagy amerikai akt* No. 54., (1964) című képe eszembe juttatja Norman Mailer, *A Fehér Néger* (1959) című tanulmányát, amelyben az író az intenzív önkifejezést kereső, a mozgást, a konkrét száguldást élvező, a narkotikumokba menekülő egyén világát és életérzését mutatja be. Milena Usenik *Rész és egész I.* (1971) műve triptichonként is felfogható, a divat folytonos változását, ellentmondásait ábrázolja. Ami ma jó, holnap már nem lesz az. Natalia LL *A Fogyasztói művészet* című sorozatából (1975) láthatjuk a banánt evő nőt, nyilvánvaló utalással. Konkoly Gyula *Egy rózsaszál szebben beszél* (1968) műve valójában giccs, de a mű által közvetített íróna ellenkező értelemi tartományba tereli a látogató gondolatát. Ilyen nem létezik!

A pop art egyik előzményeként, a második világháború után az amerikai irodalomban olyan változások történtek, amelyek az apák és anyák addigi életformáját kezdte ki, vonta kétségbe és tagadta meg. Doctorow *Ragtime*-ja, Kerouac *Úton*-ja jó példa erre. Az életérzésre, az életmódbeli változásokra, törekvésekre. Ezzel párhuzamosan Nagy-Britanniában a *Nézz vissza haraggal* (magyarul: *Dühöngő ifjúság*) 1956-os sikere megváltoztatta az angol színházat, elindítva azt a teljes megújulás útján. Az "angry young man" (dühös fiatalok) élete, életvittele lázadás a polgári rend, a monarchia megkövesedett, áporodott erkölcsisége ellen. Hogy

Fellini *Nyolc és félje* (1963), vagy korábbi *Bikaborjak*-ja (1953) is lázadás, elutasítás? – közvetlenül a háború után, az ötvenes években.

Ma is ott a kérdés, szeretnénk-e pontosan tudni: mit is érez, mit is gondol mai kortársunk, egy fiatal, legyen az fiú, férfi, vagy lány, nő. Milyen szemmel tekint a pop art műveire, mennyire érzi magáénak, mennyire érzi távolinak vagy elavultnak. Ismét sikeres a pop art, ismét divatja van. Öltözködésben, viseletben már globalizáltak vagyunk, talán életérzésben is, különösen az internet világában, az internet révén. Hogyan is szólal meg Jimmy a Dühöngő ifjúságban: *Azt hiszem, mi már nem áldozhatjuk fel életünk igaz ügyért, a mi nemzedékünk. Megtették ezt értünk a harmincas-negyvenes években, amikor mi még kölykök voltunk. Nekünk már nem maradt jó, igaz ügy egy sem.* És ne feledjük Allen Ginsberg *Üvöltés* c. poémáját, amely a beat generáció enciklopédiája lett az USA-ban. Ginsberg a városi civilizációnak és a társadalom perifériájára szorult vagy azt önként vállaló, vad és féktelen, olykor állati életmódot választó egyén ütközését, küzdelmét ábrázolja.

Amikor pop art itt falra felrakott, tárlókban elhelyezett, posztamensre emelt darabjait nézzük, akkor hallanunk kell a dühöngő fiatalok hangját, az intézményesített elszemélytelenedés ellen. A közép-európai művek is lázadtak, egy ellenkultúra darabjaként tekinthetünk rájuk. Látnunk kell a szinkronitást és az aszinkronitást, a nemzetközi pop art érába való virtuális bekapcsolódást, úgy, hogy ezek az alkotások nem jelenhettek meg abban az időben nemzetközi szintéren. Ez az egykori szocialista országok elszigeteltségéhez vezetett – különösen érezhető volt ez Magyarországon –, kivéve Jugoszláviát, ahol ez másképp alakult. Nincs tabu, mindent szabad. Divatban is. Andy Warhol vett fel elsőként farmernadrágot inggel, nyakkendővel és zakóval. Azóta is követői vagyunk A Ludwig Múzeumbeli kiállítás, megkockáztatom, talán az év kiállítása.