

Annekathrin Kohout: A magaskultúra – popkultúra

■ Annekathrin Kohout¹ a *Merkur-blog* és a *pop-zeitschrift.de* német internetes folyóiratok együttműködésének keretében 2017. november 27-én összefoglaló írást jelentetett meg arról a vitáról, amely a *Merkur-blogon* volt olvasható az úgynevezett magaskultúra és a popkultúra viszonyáról, megítéléséről.²

A vita első hozzászólója Thomas Hecken irodalom- és kultúrtörténész volt. Ő tette fel a kérdést, hogy a magas- és popkultúra megkülönböztetését hallgatólagosan nem terjesztik-e ki azzal is, ha az erről folyó vitát befejezettnek tekintik, és kevesebbet, illetve egyáltalán nem beszélnek többé „emelkedett” és „sekélyes” kultúráról.

Noha a popkultúra felemelkedése, szédítő térfoglalása már jelezte, hogy a magaskultúra fogalma az emberek tudatában egyre inkább elmosódik, szinte már nem is létezik, a kulturális és művészeti szervezetek még mindig e különbség alapján ítélik meg és válogatnak.

Felmerül tehát a kérdés: milyen jelek utalnak rá, hogy a *high* és a *low*, a „magas” és „alacsony” fokon keletkező és ható kultúra fogalma mégis maradandó-e? A tartósan mutatózó különbözőség leginkább talán abban ragadható meg, milyen fogadtatásban részesülnek a különféle alkotások a nyilvánosság színterein.

Sehol nem találkozunk egymással olyan elegáns közegben az emelkedett és a tömegkultúra – valamint a velük és hozzájuk társuló rajongók –, mint a minden tavasszal megrendezésre kerülő Lipcsei Könyvvásáron. Míg a vásár 2-es és 4-es pavilonjában rendszerint a nagy irodalmi kiadók mutatják be új könyveiket, ott folytatnak beszélgetéseket a szerzőkkel, ott tartanak felolvasásokat, addig az 1. csarnokban a Manga-Comic-Con rendezvényei kapnak helyet. (Manga: a képregény japán elnevezése, Comic Con: képregény, jelmeztalálkozó.) A pavilonban mindenekelőtt az úgynevezett Co-játékosok, azaz a képregényrajongók gondoskodnak a feltűnésről: drága kosztümökbe öltözve jelenítik meg kedvenc hőseiket; plüssállatokat, kártyákat, kitűzőket és sok minden egyebet árulnak, a képregények szereplőit megidézve. Ugyan a könyvvásár mindkét része a kultúra tiszteletét fejezi ki, mindenesetre más-más kultúráét, és meglehetősen eltérő módon.

Ez az ellentmondásos tisztelet azt az elképzelést tükrözi, hogy a magaskultúra látókörébe többnyire azok a szellemi „termékek” kerülnek, amelyekből intellektuális önállóságunk, identitásunk táplálkozik mind a mai napig, míg a populáris kultúrában látványosan keveredik a legtagabb értelemben vett megfogható/megragadható – mind materiális, mind pedig szellemi értelemben.

A jelenség előzményeit már a XVIII. század második felében megtaláljuk; például Wilhelm Heinrich Wackenroder és Ludwig Tieck *Egy művészetkedvelő szerzetes szívömlényei*² című művészetelméleti írásában. A szerzők azt állítják, hogy az „átlagembereket” nem érdekli a művészet megfoghatatlansága és időtlensége, inkább csak az ragadja meg őket, ami a szemük előtt van, ami megfogható. Ezt úgy kell értenünk: csak az iránt érdeklődnek, amit egy adott pillanatban képesek felfogni és megfogni. Az emberek többsége emellett részben fogyasztani szeretné a neki tetsző dolgokat, részben pedig cselekvő részese, létrehozója is kíván lenni annak, ami- ben örömet, tetszését leli.

Az úgynevezett „Werther- (imitációs) -effektus” a legújabb német

Illusztráció
a *SteamPunk*
magazinnál



irodalomtörténet egyik legkedvesebb anekdotája. A költőfejedelem Goethe magaskultúra-tiszteletéhez – Wackenroder és Tieck ítélete szerint – az ifjú Werther tisztelete is társult. Bármennyire nincs egyetértés abban, mennyire beszélhetünk a Werther-effektus esetében öngyilkossági hullámról (véltetőleg csak kevesen voltak, akik a főhős tettét valóban követték), annál inkább egyértelmű a „Werther-láz”, mely elsősorban a polgári ifjúságot érintette.

A rajongók Werther-viseletbe öltöztek, kék kabátot, sárga mellényt, sárga bőrből készült térdnadragot, magas, karimás csizmát és kerek filckalapot hordtak. Kultusztárgyakat is gyártottak, példának okáért az úgynevezett Werther-csészét. Így tehát az ifjú Werther a popkultúra (sőt a konzumkultúra) korai ikonjának is nevezhető.

A modernitásban, a strukturalizmus és a posztstrukturalizmus korszakában – „a szerző halála”-elmélettel együtt is – ez a viszony aránylag kiegyensúlyozott volt. A magaskultúrában mai napig tisztelet övezi a szerzőket, szereplőket, különösen az emlékezés-kultúrában.

A cikkösszeállítás hatodik részében Niels Werben éppen erről, a „gondozásról, ápolásról” beszélget Niklas Luhmannal, legyen szó akár emlékművekről, szülőházakról, kiállításokról, historizáló szövegek multidézéséről, vagy éppen a különböző irodalmi díjakról. A magaskultúra tisztelete a hagyományörzésben mutatkozik meg, az időtlenségnek akar időálló mementót állítani.

A popkultúrában ezzel szemben zenedarabokat, irodalmi, film-, és sorozathősöket, vagyis olyan alkotásokat csodálnak, melyek többnyire rövid életűek. Itt a hódolat elsősorban a fogyasztásban, vagy egy újabb produkció létrehozásában fejeződik ki. Gondoljunk csak az úgynevezett *Fan-fikció*-kezdeményezésre, amelynek során filmeket, sorozatokat a rajongóik írják tovább. Ez a magaskultúrában nemigen fordul elő, nem utolsósorban a zsenialitás, a zseniális szerzők iránti tiszteletből.

A popkultúrában a nagyrabecsülés másik formája az oltárállítás, az óriásposzterek, plakátok, melyek találóan fejezik ki szerzők és rajongók bensőséges kapcsolatát. A popkultúra műveit is kitüntetik, például aranylemezekkel, de esetükben az elismerés nem elsősorban a szerzőnek, hanem az eladott lemezek számának (tehát a fogyasztás mértékének) szól.

Ha magaskultúráról és művészetről van szó, helyesebb csodálókról és nem rajongókról beszélni. Hiszen alkotásaikra gyakran jellemző, hogy nem szabad megérinteni, csak az alkalomra illő helyeken, bizonyos időkben, bizonyos távolságról lehet megcsodálni, hallani őket. A múzeumokban éles hang jelzi, ha valaki túl közel lép egy alkotáshoz, örök felügyelik a látogatók helyes viselkedését. A rajongók viszont a nekik tetsző darabokat/dolgokat megveszik, meg is akarják

érinteni. Akadnak ugyan művészek és művésznők részéről kísérletek, hogy közönségük közelebb kerülhessen hozzájuk (például az említett poszterek, kitűzők stb., amelyeket magukkal vihetnek, azaz olyan produktumokat, termékeket hoznak létre, melyeket valamely esemény résztvevői elvihetnek a magánszférába, ott maguk installálhatják, de ezek a dologi kellékek valójában csak az alkotás jelentéktelen és csekély részét érintik).

A múzeumi boltok a magaskultúra alkotásait úgyszintén popkulturális eszközökkel forgalmazzák, különösen azzal, hogy lehetővé teszik a megérintés rituáléját, de végső soron magával a vásárlással is. Mindenesetre állítható, hogy ezek a kisajátítási kísérletek nem különösebben sikeresek, hiszen a művészi alkotások másolatai az eredetiekkel szemben csupán értéktelen csecsebecsék. Ezt a megállapítást az a körülmény is alátámasztja, hogy az utóbbi években a múzeumi boltok egyre kevesebb „művészi emléktárgyat” kínálnak az állítólagos egyedi, formatervezett tárgyakkal szemben. (Például lámpák, edények.)

A jelenségről fordítva, azaz a popkultúra művészi tiszteletéről is beszélhetünk, például akkor, ha a múzeumok posztárokról vagy popjelenségekről rendeznek kiállításokat. Mindenesetre ilyenkor is lényegében a figyelem és a megjelenítés mértékétől függ, hogy egy sztár vagy egy alkotás mennyire képes a magas kultúra szférájába emelkedni. Így David Bowie esetében például ez azért volt lehetséges, mert egy zseni figurájában jelent meg; a dokumentációkban és a kiállításokon is így, ezzel a nimbuszal felruházva szerepelt. (Például gyerekkori rajzainak bemutatásával, ami szintén azt a célt szolgálta, hogy veleszületett zsenialitását bizonyítsák.)

A divatfotósoknak azonban ez legtöbbször nem sikerül. A képeken sokszor látott, és jól ismert modellek kerülnek a

Jeff Koons
ballon
figurái



Japán
képregény-
jelenet

középpontba (egyszerűen úgy nagyítják fel a képeket, mint-ha műalkotások volnának), nem a képek alkotója, a művészi személyiség.

Azért, hogy a popkultúrát a magas kultúra közegébe emelhessék, a különösen hűséges rajongók ez utóbbit utánozzák, amikor például popsztárjuknak emlékművet akarnak állítani. Hosszú éveken keresztül, részben magánfinanszírozásból állítandó popemlékművekért agítálnak nyilvánosan, ami végül is hatásában sikertelennek bizonyul. Ennek oka elsősorban az, hogy nem a zseni esztétikai alkotóelemét, a szellemit hangsúlyozzák, hanem majdnem mindig a kifejező erejű testiséget: Helmut Heller focista augsburgi emlékművén/szobrán például éppen a lábát emeli, Udo Lindenberget Gronau-ban és Michael Jacksonot Mistelbachban expresszív tánclelépekkel ábrázolják.

A „magas” kultúra és az „alacsony” kultúra közötti különbség tehát a mindenkori műalkotás „kezelésétől” is függ. Ha léteznek is kategoriális eltolódások és határátlépések, és alig beszélnek már „magas” és „alacsony” kultúráról, a műalkotásokkal szembeni magatartás nem sokat változott.



Sikeres példát szolgáltathatnak erre Jeff Koons ballonfigurái. Különösen olyan ikonok, mint például a *Ballon Dog*. Jellegzetes alakjai akár figuraként, poszterként vagy perselyként, régen visszavándoroltak a popkultúra területére, és ennek megfelelően is használják őket.³

A perselyben pénzt gyűjtenek, a figurák ablakpárkányra, a poszterek falra kerülnek. Jeff Koons és a *snapchat*⁴ együttműködésének köszönhetően a ballonfigurákból virtuális (Virtual Reality Selfies) valóságképeket is készíthetnek. Sok eszközzel próbálják tehát a vásárlást, az interakciót és az új képközpontot élni, azzal a céllal, hogy a popkultúrából a magaskultúrába áthelyezett tárgyat ismét népszerűsítsék. Ebben az esetben is a megítélésről, használatról van szó: valamiféle rajongói kapcsolat felépítéséről.

Cs. Cs.

JEGYZETEK

- 1 KOHOUT, Annekathrin (1949) a német Universität Siegen kutatója, a Pop-Zeitschrift folyóirat szerkesztője
- 2 <http://www.pop-zeitschrift.de/2017/11/27/hohe-kultur-10von-annekathrin-kohout27-11-2017/>
- 3 TIECK, Ludwig – WACKENRODER, Wilhelm Heinrich: *Herzensergießungen eines kunstliebenden Klosterbruders*. Berlin, Johann Friedrich Unger, 1797
- 4 <http://www.artnet.de/k%C3%BCnstler/jeff-koons/>
- 5 A *Snapchat* egy képzület és multimédia applikáció, amelyet Evan Spiegel, Bobby Murphy és Reggie Brown, a Stanford University volt diákjai hoztak létre.