



KOKO KOMMANDO

Hangfoszlányok

„Semmi lényeges nem történik ott, ahol nincs zaj”
Jacques Attali

(*A zenéről*) Tolsztojnak igaza volt, a zene a legnagyobb kerítő, a legveszedelmesebb csábító. Az értelem szűkülni kezd, mikor zenét hall. A zene értelemellenes. Nem megérteni akar, mint az értelem, hanem szétáradni, feldúlni, lefegyverezni, elcsábítani, megérinteni bennünk a titkosat és fájdalmasat, feltárja azt, amit oly gondosan rejtettünk magunk elöl, minden eszközzel fegyelmeztünk – olyan, mint a tavaszi vadvíz, feldúlja az értelem által aggályosan parcellázott, megművelt és megmunkált, szabályozott és fegyelmezett területeket. Hová a zene kiárad, ott az értelem törvényei nem érvényesek többé. A gyönyörűségben, melyet a zene ad, a halálvágy kéjes megsemmisülésének beteg érzései hullámoznak. Az ember, aki életét a megismerésre, a fegyelemre és a valóságra tette föl, védekezzen a zene ellen, fogja be a fülét. Zene nélkül sokkal szegényebb az élet. De emberibb, szomorúbb és értelmesebb. (Márai Sándor)

(*Rock Around the Clock*) A lexikonok szócikkei szerint, a rock and roll magába foglalja az összes afro-amerikai zenei stílust, amely a rhythm and blues és a country and western hagyományából táplálkozik. A legkülönbözőbb zenélési módokat elegyíti; a jazztól az improvizációs technikát és a ritmus erőteljességét, a countrytól a sokszínű hangszerhasználatot, a népzenei elemeket, a bluestól a közvetlen, laza előadásmódot, a sokszori ismétlést és a viszonylagos monotóniát kölcsönözte.

A rock and roll körülbelül ötven évvel ezelőtt, valamikor az 1950-es évek első felében született az USA déli államaiban a kultúrák és fajok egymásra hatásából, a kisebbségi zenék keveredéséből. Az új zenei anyanyelv, az afro-amerikai gospel és blues, valamint az európai telepesek népdalai, a country and western ötvözetéből jött létre. Ezek a zenék a szegény fehérek és négerek világát és ambícióit tükrözték. A hirtelen meggazdagodott Gatsbykkel szemben ezek a kizsákmányolt rétegek nem számíthattak társadalmi egyenjogúságra, de legalább hangot adhattak lázadó érzelmeiknek.

Charles Reich, az ellenkultúra egyik ismert ideológusa a rock and rollt „az ifjúsági öntudat csírájának” nevezte, Nick Cohn, angol szakíró pedig „a felnőtté válás háttérzenéjéről” értekezik, miközben azt mondja: „a rock and roll a második világháború után felnőtt nemzedékek sajátos kifejezési formája, olyan generációké, amelyek ízlésben, gondolkodásban minden konvenciót megtagadtak”.

A rock and roll tehát új zenei nyelv, mozgalom, újművészet, ellenkultúra, üzlet.

A rock and roll félévszázados története során hihetetlenül bonyolult, szövevényes jelenséggé fejlődött. Aki csupán a zene felől próbálja megközelíteni, az szakszerű, de egyoldalú



véleményt mondhat egy olyan jelenségcsoportról, amelynek a zene csak egyik, leghangosabb megnyilvánulási formája.

(*Keep on Rockin'*) Manapság, az ezredforduló tájékán, a dáridó, a mulató, a diszkó, a sláger, a mainstream, a videoklip, a rocküzlet, a Grammy, az mp3, a zenék letöltése, a szilikonmellek és Michael Jackson plasztikai műtétjei a szórakoztató zenével kapcsolatos aktuális fogalmak. Az üzlet és a reklám kreálta kifejezések és a manipulált bálványok, sztárok nyomulását figyelhetjük meg.

Az ötvenes évek közepén fogant rock and roll a fiatalság zenéje volt, a mozgalommá szerveződő nyugtalanság indulatában született, fejlődése során mindig tükrözte ennek a nyugtalanságnak és mozgalomnak a fellendüléseit, visszaeséseit.

A rock and roll születése pillanatától kezdve rendkívül fontos szerepet játszott a fiatalok életében. Kezdetben rítus volt, olyan értelemben, ahogy ezeket a fogalmakat a primitív népek zenéjével kapcsolatosan használják. Nem csupán új zenei világnyelvet jelölt, hanem bizonyos gondolkodásmódot, magatartásformát, életstílust is, amely fokozatosan beépült a modern társadalom mindennapjaiba, kultúrájába.

A rock and roll ritmusával, hangerejével, előadásmódjával, a dalok szövegeivel az ifjúság sajátos önkifejezését, lázadását segítette elő. A rock and roll népzenei jellege, társadalmi, kulturális elkötelezettsége jól tükröződött a zene tartalmában és formájában is. A zene különleges csoportélményeket kínálva lélektől lélekig ívelt, és a nagy iparvárosok mélyrétegeiből érkező együttesek zenéjében a külvárosok népének, a kisemmizetteknek a hangja szólalt meg.

A rock and roll kezdetben csak látszólag bomlott rétegzeneikre, irányzatokra. Fő vonala egyértelmű, hangos és egyben hatásos tiltakozást, lázadást fejezett ki a tekintélyek és az ezekre épülő intézményrendszerek, a fogyasztói társadalom normái, értékei, szokásai ellen.

A rock and roll segített megkérdőjelezni az elnyomó kultúrát; alternatívát kínált a konformista, képmutató életformával szemben; kitérésre lehetőséget ígért a mindennapok nyomasztó világából; segített az új életérzések és közösségi formák keresésében, a konzervatív polgári erkölcs-től való elszakadásban, a nonkonformista, a tudatát felszabadító egyéniség felépítésében.

A rock and roll forradalmi szerepet kapott a művészetek megújításában, az ifjúsági lázadás energiaközpontja lett. A rockzene térhódítása egybeesett a haladószellemű nyugati politikai és kulturális mozgalmak kibontakozásával, a tömegkommunikáció fejlődésével és a gazdasági prosperitással.

A rock and roll először az úgynevezett szubkulturális jelenségekkel (divat, öltözködés, hajviselet, szexuális forradalom, környezetvédelmi mozgalmak stb.) lépett szoros kölcsönhatásba, majd később különböző művészeti ágakat (film, színház, képzőművészet, irodalom stb.) termékenyített meg. A hetvenes évek során a rock and roll fokozatosan elüzletiesedett. A lázadás zenéjéből fokozatosan a szórakoztatóipar legjövődélmezőbb ága lett. A rock and roll és a vele kapcsolatos underground „ellenkultúra” tapasztalatait felzabálta a biznisz.

A hatvanas évek „boldog korszaka” (a rock and roll gyermekkora) után a kommercializálódás aggasztó méreteket öltött, pénzhajhászó üzletemberek, lemeztrösztök vették át sorsának irányítását.



A rock and roll szellemiségének első feltámasztására 1976-ig kellett várni, amikor megszületett a punk. A hetvenes évek második felétől az angolszász országokban a társadalmi-gazdasági és kulturális feszültségek következtében új jelenség bontakozott ki, amely új zenét, új divatot, új magatartásformákat hozott létre. Az elnyomott, kizsákmányolt rétegek és a munkanélküli fiatalok támadni, bírálni kezdték a politikai rendszert, radikális nemet mondtak a társadalmi berendezkedésre, a kiváltságokra, az uralkodó ízlésre és a rocküzletre. Sorozatban bukkantak fel olyan zenekarok, amelyek egyszerű, lüktető, kaotikus zenével, szókimondó szövegekkel újra megcsillantották a rock legfontosabb erényeit és egykori célkitűzéseit. „A csinos és puhány dolgokhoz semmi közünk. Nekünk az élettel van dolgunk, az viszont ronda és közönséges” – vallották a punkok.

A nyolcvanas évek elejére a punk és az új hullám „méregfogát” is kihúzta a showbusiness. Ekkor az alternatív zenei törekvések (indusztriális, noise, hardcore, psychobilly, dark, retro, rap stb.) vitték tovább a lázadó zenei attitűdöt. Mert az ellenkultúra mindig megtalálja a maga táptalaját, a nyugtalan fiatalságot, amely átformálja, a maga képére alakítja az elődök kommercializálódó szokásait, kultúráját, zenéjét.

(A művészet, mint provokáció) A művészet mindig öngyilkosság.

A művészet minden kihívása, minden támadása – mindenekelőtt önmaga ellen irányul. Ami ezen kívül marad, az szociológia és politika.

A történelem legfőbb mozgatója a megkövesedett, a haladást gátló szokások tagadása, a „másképpen élni” törekvése.

A legfőbb kihívás tehát: fejest ugrani az újba, az ismeretlenbe, a forradalomba; az öngyilkosság a művészet módján.

Le az örökkévalósággal!

Nincsenek abszolút, egyetemleges igazságok.

Az igazság állandóan és módszeresen változik: következetesképpen a világ igazsága, valamint az a része is, amelyet művészetnek hívunk.

A művész – eredendő meghatározottsága szerint, a szó etimológiai értelmében provokátor.

A provokációt a kulturális és politikai hatalom letéteményesei ellen kell irányítani.

Arra kell kényszeríteni a kultúrát, hogy az eleven művészet serkentője legyen. Ösztönözni kell a művészetet, hogy megelőzze az életet! (*Eugenio Miccini, 1969*)

(Come Together) Ma egyre ritkább a kirobbanóan jó, valódi öröme. A hangszerek, a lejátszók, a különféle elektronikus kütyük egyre kisebbek, a számítógépek egyre ellenállhatatlanabbak. Minden új találmány a kényelmet, a tömegbutítást, az agymosást szolgálja. A fogyasztási kényszer egyre nagyobb, az emberek egyre kövérebbek. Minden nagy ünneplést, eseményt a botrány- és a szenzációéhes tömegkommunikáció produkál, nagyon is tudatosan irányított megfontolások alapján. Minden a pénzről, a profitról és a hatalomról szól.

Az előző évtizedek viszonylag jól analizálható zenei trendjeivel szemben az utóbbi években egyre kaotikusabbá váló bábeli zürzavar jellemzi a szórakoztató zenei piacot. Természetesen akadnak népszerű divathullámok, de ezek mind távolabb esnek a rock and rolltól.

Az ötvenes, hatvanas és hetvenes évek lázadó energiáinak alapja a rhythm and blues volt. A mai fiatalok már csak a rhythmöt akarják hallani, blues nélkül. Bennük már erősebb az önérvényesítés (az agresszív marketingszemlélet miatt), mint az önkifejezés vágya. Ezenkívül az új generáció a megnövekedett szabadidejével sem tud mit kezdeni. A szórakoztatóipar képviselői ezeket a változásokat és igényeket szem előtt tartva új életstílust, új szórakozási formát teremtettek. Ez az életforma „a mosolyogj” és a „vedd lazára a figurát, és gyere táncolni” szlogenekből építkezik. Létrejöttek a szabadidő-kultúristállók, a diszkó, a pláza és a „sziget”, ahol a fogyasztó mindent készen kap. A vágyait, az ideáljait, a követendő célt és az ehhez szükséges eszközöket. A felszolgált javakat csak fogyasztani kell. Gondolkodni nem ajánlatos, a lényeg az élvezet és a fogyasztás. És mindig hidd el az újabb diktátumokat, az újabb divatokat, manipulációt!

(It's All Over Now, Baby Blue) Túl vagyunk már mindenen, szomorú kedvesem – énekelte egykoron, az ezerkilencszázhatvanas évek tájékán Bob Dylan. Igen, mára végképp véget ért a rock and roll hőskorszaka. A régi nagy csillagok meghaltak (Elvis Presley, Jimi Hendrix, Jim Morrison, Janis Joplin, John Lennon, Sid Vicious, Ian Curtis, Joey Ramone) vagy megöregedtek (Chuck Berry, Paul McCartney, Mick Jagger, Bob Dylan, Tina Turner, Eric Clapton, Jimmy Page, Lou Reed, Iggy Pop, Patti Smith, Johnny Rotten). Ők a maguk módján romantikus hősök voltak, velük ellentétben a mai „megasztárok”, már csak a média által manipulált utódok, műbábványok, „műanyagbábuk”.

A mai nagy turnék, koncertek, fesztiválok nem hoznak már megtisztulást, jószerevével meg sem érintik az embert. Egy kis petting és megyünk tovább. A nagy fesztiválok és utcazene kora a hatvanas években kezdődött. San Franciscóban, New Orleansban, New Yorkban, Párizsban. A két csúcsemény 1969-ben történt, júliusban a londoni Hyde Parkban félmillió fiatal gyűlt össze Brian Jones, a Rolling Stones együttes szólógitárosának halála alkalmából rendezett ingyenes koncertre, majd egy hónap múlva következett Amerikában a woodstocki fesztivál.

A hippik, vagyis a „flower power”-nemzedék nagy találmánya a „come together” volt; a gyűljünk össze, érezzük jól magunkat, szeressük egymást, hallgassunk zenét, lépjünk ki egy hétvégére a társadalomból „feelingje” a hippikorszak tetőzésekor élte virágkorát. San Francisco, Woodstock, Altamont, Monterey, a Wight-sziget, mind-mind egy-egy legenda, az 1960-70-es évek ifjúsági szubkultúrájának meghatározó szimbólumai.

Füillat a levegőben, konzervsörök, hamburgerek, virágok a hajban, szakadt farmerek, hatalmas szakállak, fedetlen keblek, harsogó zene, pocskék hangerősítés, sár, por, vér, ondó, belőtt zenészek és közönség, szülések és halálesetek, helikopteren érkező zenekarok, sátrak, hálózások, motorok és autók tömkelege, kilométeres dugók, letaposott ültetvények, tiltakozó helybeliek. Szexuális forradalom, Marx, Mao, Marcuse, underground, új művészeti irányzatok, Andy Warhol, *Szelíd motorosok, Zabriskie Point, Eper és vér*, ellenkultúra, alternatív életmód, kommunák, csoportházasság, Vietnám, elégetett behívók, bepánikolt politikusok. Talán a rockkultúra legnagyobb felfedezései erre a periódusra tehetők. És természetesen a sok felejthetetlen dal is ekkor született. Beindultak a nagy slágergyárosok: a Beatles, a Rolling Stones, Hendrix, a Who, a Doors, a Small Faces, a Credence Clearwater Revival, a Ten Years



After, a Hollies, a Troggs, a Jefferson Airplane, a Grateful Dead, a Steppenwolf, a Crosby, Stills, Nash and Young, a Canned Heat és a többiek (Illés, Omega, Metró). Aztán lassan eljött a konszolidáció, és senki nem akart az NDK-ba szökni, az erekben már a Pink Floyd csörgedezett, lágy pszichedélia, és a kőkemény Zeppelin. Szellemek cikáztak az égen (*Spirit in the Sky*) és füstölt a víz (*Smoke on the Water*). Meg kellett szokni, hogy büdös a zokni és mindenki konceptualista művész akart lenni. És néhány percre mindenki hős lehetett (David Bowie: *Heroes*).

A későbbi olajválságokkal tűzdelt szélárnyékos évtizedek meghozták a nagy kijózanodást. A régi sztárok megöregedtek, meghaltak, a hajdani lázadó zenét végérvényesen felzabálta az üzlet, a marketing. Rövidebbek lettek a frizurák, felnöttek a gyerekek, a hippikből yuppiek lettek, a tekintetek a tőzsde indexére szegeződnek. A régi bakelitlemezek sercegnek. A fesztiválok kimentek a divatból, a zene már másról szól: a hangzás immár tökéletes, a fény, a díszlet óriási, a kivetítőn majdnem minden látható, amit a rendező jónak lát. Technikai perfekció. Film- és hangfelvétel készül, interjú a tévében, business, publicity és nem kell belehalni. Elég, ha úgy teszél mintha. Jó az is. A virágok elhervadtak, nyomul a posztmodern, a techno, a lakodalom.

Azért az utca és a kis klubok megmaradtak. Ott még hallható néha igazi rock and roll és népzene, mert ezeken a helyeken nem lehet lazálni. Ott még van szív és lélek, van valódi indulat, érzés és ember. Ezért szeretjük az utca zenészeit. A harmonikást a párizsi aluljáróban, a gitárost a londoni Trafalgaron, a hegedűst a berlini Alexanderplatzon, az amszterdami főtéren fuvolázókat, a torontói Eaton Center dobosát és a többieket. Fehéreket, feketéket, sárgákat, rézbőrűeket. A világ összes tájáról: *El Condor Pasa*, *Latin Combo*, *Marina*, *Bésame Mucho*, *Orlando Negra*, *Southern Gumbo*.

(*A posztmodern művészet*) A posztmodern kor művészete elkötelezett, az elkötelezettség elkötelezettje. A céltalan haladásra kényszerülő embert nem képes immár nagy célokért lelkesíteni. A művészet ma arra ügyel, hogy az ember a haladást „ne vegye nagyon komolyan”, a posztmodern elkötelezettség egyetlen fegyvere az irónia. Vajon a posztmodern kor művészeinek feladata kimerülhet-e az ironikus játékban? Vajon állandó akrobatikára van-e kötelezve, kötél tánra a közlés és a céltalanság között? A megingott és megtépázott, de továbbra is az egyén döntésén, esztétikát és etikát egyeztető döntésén alapul a posztmodern életérzés.

Vajon túl lehet-e lépni az ironikus, szabálytalan, de állandó mozgáson? Transzcendentálni lehet-e valami olyan felé, ami nem rejti irónia mögé állandóságát? Az idő folyását csak a hirtelenség megjelenése szakíthatja meg, azé a hirtelenségé, mely az állandót felvillantja. Itt beszélhetünk a fenségesről, melyet Kant nyomán Lyotard úgy definiál, mint az ábrázolhatatlan megjelenítését. A mindenkori jelen az, ahol a találkozás megtörténik, amikor az idő megszakad azért, hogy szembekerüljünk azzal, ami radikálisan más, mint mi. (*Kibédi Varga Áron*)

(*Today your love, tomorrow the world*) Az európai országok fiataljai egyre kevésbé különböznek egymástól – állítják a szociológiai felmérések. Csak saját maguk és legszűkebb környezetük problémái érdeklik őket. Míg a 20. század második felében, a második világháború után, a fiatal korosztályokra az igazságtalanságok elleni lázadás, a polgárpukkasztás volt a

jellemző, manapság a húsz év körüliek inkább konformisták. A jelennek élnek, buliznak és ódzkodnak mindenféle felelősségtől. Az ezredfordulón végzett felmérés szerint a nyugat-európai fiatalok elsősorban csak fogyasztók. Nem nagyon érdeklik őket a társadalmi problémák, a különféle politikai ideológiák és vallás helyett a márkákat követik, ezáltal ők maguk is egyre inkább eladható (szexuális) árucikké válnak. Általánosságban nemcsak individualisták, hanem felszínesek is. Fontosak számukra a külsőségek, a „trendiség és a jólétesültség”, vagyis az új termékek részleteiről megszerezhető ismeret, hogy követni tudják a gyorsan változó divatot. A tinilapok legfőbb témája a szex, illetve az idevezető egyetlen lehetséges út: hogyan legyünk még szebbek, még divatosabbak, még kívánatosabbak. A sort az óvodásoknak szóló újság nyitja, amelyben a hosszú combú, nagy mellű, műmosolyú Barbie-t, trendi cuccokban, fülig szerelmesen láthatjuk kaliforniai tengerparton, amint azt mondja: „ez a pizzafutár-szolgálat nagyon bejött”.

Tini- és nőmagazint indítani jó üzlet: mindegyik kizárólag a parfümök, szempillaspirálok, miniszoknyák, retikülök, fülbevalók, napszemüvegek stb. világa körül kering. Kenzo, Armani, Gucci, Escada, L'Oréal, Hugo Boss, Astor, Glamour, Vichy, Bottega Venetta, Oral-B, „Sminkelj Estée Lauderrel” – a márkafüggőséget nem lehet elég korán kialakítani. A felmérés készítői szerint a márkák egyfajta kényelmes védőburkot biztosítanak a fiatalok számára. Jelzik, ki hova tartozik, és a márkák által válnak maguk is személyiséggé.

Nem kell ahhoz kurzusértelmiséginek lenni, hogy belássuk: a sajtó és a reklámpiar urai a mai tizenévesektől elvették annak a lehetőségét, hogy meghatározzák magukat, akár nyelviségükkel, akár az öltözködésükkel. Szájukba adják a harmincas, de még mindig rövidnadrágban járó reklámszövegírók, hogy mi a trendi, a buli és a cool. Ezek a mai harmincasok maguk is óvodás koruktól popfogyasztók voltak és nyolcadikos korukban egyszer élőben látták pettingelni a tornatanárjukat a szülői munkaközösség elnökével, nos ebből nem következik az, hogy ők értik meg legjobban a tiniket.

A mai tizenéveseknek és huszoneveseknek nincs kivel szemben meghatározni önmagukat, mert ha otthon szülőbosszantás gyanánt ördögmetált hallgatnak, akkor az apjuk elővesz egy még durvább zenét, és hozzáteszi, hogy ő akkor hallgatott ilyesmit, amikor befűvezve, két nővel hentergett egyszerre, és a világbékéről vizionált 1976 hosszú, forró nyarán. Egy mai fiatal legfeljebb azzal tudja kiánsni a korosztályi lövészárkot, ha lemészárolja valamelyik tanárát vagy a nagymamát. A művészi avantgárdon és a rock and rollon szocializálódott szülők, semmin sem csodálkoznak, kilószámra veszik a kölyköknek a dobócsillagos chipszet.

(*A szabadság rabszolgái*) Ha jobban megvizsgáljuk a mai fiatalok viselkedését és szokásait, akkor azt látjuk, nincsenek köztük szubkulturális törzsi (rockerek, popperek, hippik, diszkósok, punkerek, skinheadek, darkerek, rapperek stb.) háborúk. Korábban megvoltak az ellentétek, mára már végérvényesen összekeveredtek a szubkulturális hadosztályok. Egyesek szerint ez a folyamat a nyolcvanas évek közepén kezdődött, amikor a Run DMC duó, a fekete hip-hop legkiemelkedőbb képviselői összeboronálták a rapzenét az Aerosmith együttes hardrockjával és elkészítették a *Walk This Way* című zeneszámot. De azért ne feledjük, a hetvenes években már ötvözték a rockot a jazz-zel. A fuzionálás általános jelenség: a Nirvanát már magukénak érzik a punkok és a metálósok is. Manapság a popkultúra szimbólumrendszere kiüresedett,



pusztán ornamentika lett. A mai fiatalok számára a szubkulturális ikonográfia jelei nem tartalmaznak érvényes üzeneteket. A hátizsákokon a nagy-Magyarországot ábrázoló térkép mellett ott látni a hippik „Peace” feliratát, az anarchiára felesküdt punkok bekarikázott „A” betűjét, de a partikultúra egyik kulcsfogalmát az „Acid” szót is láttuk már gót betűkkel írva.

Úgy tűnhet, a mai fiataloknak nincs önálló ízlésvilága, azaz mindenevők. A Metallica után éppúgy meghallgatják a Buena Vista Social Clubot, Marylin Mansont és a Romanticot is.

Hol van már az idő, amikor Cseh Tamás a hatvanas évekről énekelt, hogy „Filmek is készültek, vászonról ránk néztek, autóstoppos fiatalok, twistelve nézték a víztükroket, és hallgatták, mit csacsognak a vízhabok”?

A filmnek a címe most: *South Park*. A benne szereplő télapót Kula bácsinak hívják, aki szó szerint egy életre keltett darab szar, az autóstopposok szériagyilkos zombik, akik bármikor átalakulhatnak egy Godzillára és Cherre emlékeztető gigászi kannibállá. A csacsogó vízhab pedig mára már nem más, mint a *Ponyvaregényben* (*Pulp Fiction*) a kocsi ülészatát beborító agyvelődarabok víziója, amit a problémákat megoldó Wolf pillanatok alatt eltakarít. Már csak egy baj van: lassan már a *Ponyvaregény* is túl régen volt, több mint tíz éve mutatták be.

Azóta legfeljebb Lars von Trier és a *Manderlay* című mozija szól a szabadság fantomjáról. Arról, hogy a felszabadított rabszolgák képtelenek elviselni a szabadság terhét. Nekik zsarnok kell. Zsarnokot csinálnak a felszabadítójukból. Hiába, a nép már csak ilyen.

(*The Medium Is Massage*) Napjainkban fontos, gyakran használt fogalomná változott a „médiúm”. A médiúm eredeti jelentése: közeg, közvetítő eszköz, vagyis a művészetben: a művészet közege. Ez a hagyományos műfajaiban látszólag könnyen értelmezhető, hiszen a vászon, festék, márvány, bronz, betű stb. közvetítője, megjelenítője vagy egyszerűen anyaga a művészi gondolatnak. Bonyolulttá vált a helyzet, amikor a tömegmédiúmok a művészetben is polgárjogot nyertek (fotó, film, videó). Ekkor ugyanis működni kezdett az az ideológiai szugeszcíó, amely Marshall McLuhan kanadai irodalomtudóstól ered, és amelynek használhatóságát számtalan félreértés, félremagyarázás garantálta.

The Medium Is Massage a címe McLuhan könyvének, ahol már a cím utal kultúránk egyik fontos jelenségére. Azonban ezzel a könyvvel sem tudta eloszlanni azokat a félreértéseket, amelyeket a cím félrefordítása sugall. A fordítók önkényesen megváltoztatták, és a message helyett message-t fordítottak. A message hírt, üzenetet jelent, tehát az ő fordításukban a cím így hangzott: „a médiúm a hír, a médiúm az üzenet”. A tévedés nyomán számtalan romantikus elmélet kapott szárnyra: a művész az, aki hírt ad a világnkról, aki üzenetet hagy korunkról. A *The Medium Is the Message* mélyen rögződött a fejekben, és elhomályosítja az eredeti McLuhani felfogást.

Mi lenne a megfelelő fordítás? A message szó magyarul masszázst, gyúrást, dögönyözést jelent. Ha nem a szótári, hanem a jelentésbeli, átvitt értelmet nézzük, akkor a McLuhani állítás helyesen így hangzik magyarul: „a médiúm a súrlódás, az érintkezés”. Ez a különös megállapítás érthetőbbé válik, ha a könyvben kifejtett gondolatokat is sorra vesszük.

McLuhan azt állítja: hogy a különféle korok társadalmában élő emberek tudatát sokkal inkább a kommunikálásra használt eszközök, médiúmok alakították, mint maga a közlés formája.

Ez hatványozottan érvényes korunkra, ahol a tömegmédiумok folyamatos információinak „döngyözése” közepette élünk, tehát tudatunkat sokkal inkább a médiумok által kibocsátott közeg határozza meg, mint az eszmék, amelyeket a kulturális közeg közvetít. McLuhan szerint elsősorban az elektrotechnika kér egyre nagyobb teret és helyet életünkben, és észre sem vesszük, hogy megváltoztatja életünk kereteit, sőt gondolkodásunkra is visszahat, egyre inkább arra kényszerít bennünket, hogy felülvizsgáljuk normáinkat.

(A médiум) A médiум észrevétlenül mindent a maga képére formál; aki önmagát formálja a médiум képére, megmenekül.

Aki önmagát a médiум képére formálja, közvetlenebb kapcsolatba lép a valósággal, mint aki csak használja azt, mert az utóbbi és a valóság között mindig ott marad a közvetítő, a médiум.

Aki azt képzeli, hogy a médiумot saját képére alakíthatja, anélkül, hogy ő megváltozott volna, téved. Nem veszi észre, hol szolgálja ki azt, aminek ura akart lenni. A reakció anakronisztikus kollaboránsa lesz.

Az érzékelés megváltoztatása a létezőmód megváltoztatására utal; aki ebben a változásban a lehetőségeire ismer, a történelemmel teremt közvetlen kapcsolatot.

A légy felismeri, hogy az ablaküveg az, ami nem engedi a szabadba jutni, és attól kezdve a rést keresi. És ha nem keresi többé, akkor azért nem, mert az ablaküveg ráébreszti, hogy a szobában érzi jól magát. *(Hajas Tibor, 1976)*

(A művészet mint a világ megismerésének módja) A művészeti produktum a világ megismerésének kódja. A művész, mint vezető kommunikátor, képes-e átlátni, a tudomány és az ipar és főként a hadiipar iszonyatos méretű fejlesztését, amelynek célja a dominancia megerősítése? Vagy csupán ütközőzóna lenne a művészet, amely megpróbál életben tartani olyan néhány vitális funkciót, mint például: fantázia, fogékonyság, percepció és imagináció. Jobb lesz-e a művészet által az ember? A művészet lenne az a tér, amelyben szimbolikusan lejátszódhatnak és mintegy katartikus feloldást hozhatnak az egyén és a társadalom konfliktusai? Van-e akkora ereje, mint a mágiának és az alkímiának?

Tulajdonképpen csodálatos, mennyire előrevetíti a művészet a tudomány eredményeit. A 20. században az új elektronikus médiумokban találkozott a művészet és tudomány. Új szimbolikus metatér keletkezett, amelyben az építészetet díszlet, a könyvet esemény helyettesíti, mitológiai hős pedig abból lesz, aki legtöbbször és legtovább jelenik meg a képernyőn. Napjaink hősei a színészek és zenészek. Mindent eláraszt a hiperprodukción, bárhová nézünk, minden fogyasztásra sarkall. Óriási mértékben terjednek a másolatok, aminek egyre kevesebb értelme van. Amint kitaláltál valamit, már le is másolták, el is lopták tőled, de az is nyilván igaz, hogy már a te gondolatod se volt egészen eredeti. Másolják a gondolatot, a zenét, a képet, a könyvet, a designt, az életet. A sok kópia óhatatlanul ki fogja váltani a vágyódást valami eredeti, az őseredeti után. Ordítani egy nagyot.



(Elektro-neuro-támadás – újfent) Az elektronikus média manipulálja, megszabja és diktálja az ember vágyait, alakítja az ember világát a valóságosnál is valóságosabbra. Percenként óriási információáradatot zúdít az individuumra, amiben képtelenség szelektálni, ezáltal kikapcsolja az agyat, fölöslegessé teszi az agy funkcióinak nagy részét. „Események” körül forog a világ. És miből lesz médiaesemény, amiről a média birtokosa úgy gondolja, hogy érdekli a nézőt, a nyilvánosságot. Beszédtémává kell válni a művészeknek is ahhoz, hogy észrevegyék őket. Napjaink hőse, a zenész, az énekes, a futballista, színész, a modell tökéletes csomagolásban – elenyésző tartalommal, csekély értelemmel.

A globális civilizáció, ahová beteszi a lábát, kitartóan újragyártja önmagát. Mindenütt a világon ugyanolyan házak, autópályák, parkolók, ugyanaz a nyálás zene, silány filmek, idióta televízió-műsorok, intelligens telefonok, notebookok, bevásárló központok. Ahogy a zene, az építészet is elveszíti egy adott tér földrajzi, éghajlati, etnográfiai sajátosságaival való kapcsolatát. Ugyanakkor születnek alrendszerek: mindegyik mobiltelefon- vagy laptopmárkának másmilyen a töltője, az autómárkákkal úgyszintén hasonló a helyzet stb. A jövőben csupán csak ezek kiválasztására fog korlátozódni a fogyasztó fantáziája és kreativitása?

(Velvet Underground) A 20. század hatvanas éveinek fogyasztói (konzum) irányultságát azonnal felismerte Andy Warhol, aki art-dealerként viselkedett, nem csak celebrálta az eseményeket, de művészeti gyárában (factory) ő maga is hozzálátott a nonkomformista sztárgyártáshoz. Napjainkban, az új évezred kezdetén a sztárok és a nonkomformisták kapcsolata beszivárog a társadalom minden pórusába, hogy kitöltse a konzumüresség helyét, amely paradox módon minél inkább keresi a kielégülést, annál kevésbé találja meg, soha nem lehet elégedett. „ÁJEM SZO SZTUPID, ENTRTEJN MI” (Olyan hülye vagyok, szórakoztass engem!).

(Street Fighting Man) Minden generációnak megvannak a maga problémái és lézengői. Ez a gépezet Amerikából sikeresen exportálta a világ többi részébe az ötvenes, hatvanas, hetvenes és nyolcvanas években a különféle rendű és rangú lézengők és lázadók épp divatos kategóriáit (anarchista, hobo, beatnik, rocker, hippy, punker, skinhead, darker, rapper és a többiek).

Ez a lézengő és lázadó archetípus lehetne akár egyetemista vagy majdnem egyetemista, aki olyan sokszor halasztott már és oly sokféleképpen, hogy maga sem tudja, igazából be van-e íratkozva vagy sem. Szakdolgozatát hosszú szemeszterek óta majdnem írja, és egyszer majdnem be is fogja fejezni. A nyugati világban kirívó sűrűséggel megtalálható a következő egyetemi tanszékeken: művészettörténet, szociológia, antropológia, filozófia, irodalom, válástörténet. Öltözéke meghittent slamos, esetenként szelíden kihívó tendenciákkal.

Az épp divatos lézengő, lázadó archetípus zenéje a suburban trash vagy a noise, de a harmadik világból származó, abszurd popzene (világzene) egyenesen ideális. Miből él hősünk? Kölcsönökből, töredék ösztöndíjakból és alkalmi munkákból tartja fenn magát. Általában bolti eladó, kávéházi felszolgáló, mozipénztáros, lemezbolti eladó, múzeumban teremőr vagy könyvtáros.

Intenzív archeológiai kutatás kimutatná, hogy a régi görögök is ismerték. Ott volt Szokratesznél a lakomán, talán Antiszthenésznek hívták, mélan mustrálta a pasikat, fél füllel a Mestert hallgatta, magában eldöntötte, hogy az öregnek nincs igaza, de odáig sohasem

jutott, hogy saját véleményét elmondja vagy leírja. Egy ideig New Orleansban kallódott, abban az időben még Elvis Presley is sovány volt. De Godard filmjeiben is felbukkant. 1968-ban Párizsban néhány napig barikádot épített anélkül, hogy határozott programja lett volna arról, miért is lázad és mihez kezdene a győzelem után. A 20. század második felének lézengő lázadói jónéhányszor nekirugaszkodtak ugyanannak a pályának. Az előző „versenyzőket” archetipusokat nehéz figyelmen kívül hagyni, ezért életébe természetes egyszerűséggel asszimilálja korábbi generációk lázadás-mitoszainak egy részét, a *Zabriskie Point*tól a *Blade Runnerig* (*Szárnyas fejedelmű*).

Oly sok ösvényt kitapostak a 20. században. Egyre nehezebb valami újat tagadni.

(*Ten Years Later*) A világ, melyet a hatvanas évek hippije a virágok és a szerelem erejével megváltoztathatónak hitt, bezárul: technokrata lett, komplex és idegen.

A punk a létezés mélységes szorongását exhibicionizmusban éli ki, a skinhead pedig agresz-szióban. A többiek enyhén neurotikusak, skizofrének.

Minden egyszerre van távol és közel. Már mindent megírtak jól és rosszul is. De az információáradat önmagát értékteleníti el; igazi információnak és tudásnak a szükséges adatok megtalálása és kiszűrése számít.

Olvasnivaló oly sok van, hogy napjaink lézengői, lázadói inkább semmibe nem kezdenek bele, inkább töredékekre vadásznak az interneten vagy a tévében, és összeesküvés-elméletek után kutatnak.

Kedvelt témák a következők: véletlen egybeesések, az állami elnyomás eszközei, titkos társaságok, korrupció, gyilkosságok, kódok mögé rejtett igazság megtalálása, ufók, parajelen-ségek a fizikától a pszichológiáig. Számára korunk művészetének képei, mondatai, jelenetei sokszor csupán transzcendens egybeesések sorozata.

Különböző lehet bármi, ami a racionálison túlmutat, és nem ró túl nagy megterhelést az emberre: a zen, a globális tudat, a ponyvaregény, a cyberspace miszticizmus, a posztmodern esztétika, a film, a versírás, a fotózás vagy a performance-ok.

S természetesen időnként egy dögös rockbanda megalapítása sem kizárt. A *Szelíd motorosok* (*Easy Rider*) című film hősei vagy Jack Kerouac alakjai még menekültek, különösebb cél nélkül csavarogtak egy kontinensnyi országban.

Napjaink lázadói, lézengői, akárcsak Wim Wenders *A világ végéig* című filmjének hősei a posztmodern ezredvég tanácstalanságának két paradigmáját viselik. Odébbállhatnának, de nincs kedvük. Életük az utcán, kávéházakban, a város peremén zajlik. Wenders hősei poszt-modern irrelevanciával téblábolnak át Párizsból Ausztráliába, Berlinből Japánba.

Egyértelmű, hogy az út többé nem élmény, hanem a valahollét. A világ véges lett, meg-fogható és ezáltal érdektelen: tágulni egy másik dimenzióban fog.

Köszönet: Idézetek, vendégszövegek Almási Miklós, Esterházy Péter, Fenyvesi Ottó, Földes László, Földényi F. László, Göbölös N. László, Grandpierre Attila, Jávorszky Béla, Klaniczay Gábor, Marton László Távolodó, Müller Péter Sziámi, Para Kovács Imre, Poós Zoltán, Sebők János, Sükösd Miklós, Szkárosi Endre, Szőnyi Tamás, Temesi Ferenc, Tilmann József Attila, Uj Péter, Ungvári Tamás, Vágvölgyi András, Vigh Mihály, Virág Zoltán és mások írásaiból.

Felhasznált folyóiratok: *Melody Maker*, *New Musical Express*, *Rolling Stone*, *Dzoboks*, *Mladina*, *Polet*, *Heroina*, *Képes Ifjúság*, *Magyar Narancs*, *Volt*, *Wanted*, *Wan2*.