

Konzumpoézis

LUDWIG GOES POP

Mumok, Bécs

2015. február 12 – szeptember 13.

Írónia, provokáció, a hétköznapi kultikus tárgyainak és alakjainak beemelése a művészet témái közé. Neo-dadaizmus. A profán szentesítése, a szentségek leleplező profanizálása. A pop art nem egyszerűen művészeti irányzat, hanem társadalomkritika, lázadás és életérzés.

Ma, úgy látszik, mintha újra felerősödne a pop art 30–40 évvel korábbi aktualitása. Sőt, a velencei biennále jó néhány kiállítóját szemlélve (pl. a kanadai pavilon Quebec-i alkotókollektíváját¹), beszélhetnénk a pop art, illetve a későbbi, a nyolcvanas éveket meghatározó neo pop art újabb fejlődési stádiumáról, vagy ha úgy tetszik, új hullámáról, amelyben a fogyasztás által felhalmozott elhasznált

¹ BLG alkotócsoport: JASMIN BILODEAU, SÉBASTIEN GIGUÈRE, NICOLAS LAVERDIÈRE

DUANE HANSON

Football Vignette, 1969, üvegszálás, poliészter és ruházati cikkek, 170×300×180 cm
Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien (kölcsonben Österreichische Ludwig Stiftung) 1981 óta © Duane Hanson / Bildrecht Wien, 2015 © Fotó: © mumok



anyagok, a szemét, a jómód, az árutömeg, a populáris médiaeszközök és a szegénység kontrasztja rajzolódik ki.

Marilyn Monroe, Jacquelin Kennedy és Mick Jagger több színben, szitanyomatokon, átrajzolt fényképeken. Elvis Presley és a híres Cambell leveskonzerv dobozok reprodukciója. Roy Lichtenstein felnagyított képregény-hősnői. A pop art sztereotípiái, Andy Warhol főművei. A kiállított több mint száz mű, hét intézmény, a kölni, az aacheni, a koblenzi, a budapesti és a pekingi Ludwig Múzeum, valamint a bázeli Művészeti Múzeum és a bécsi Mumok együttműködésével szerveződött kiállítássá. A Ludwig-gyűjtemény anyagából 2014 végén először a kölni Ludwig Múzeum rendezett kiállítást *Ludwig Goes Pop* címmel, ennek egyfajta változata látható Bécsben. A kiállítás-sorozat harmadik állomása októberben nyílik majd a budapesti Ludwig Múzeumban, amelyre 60 nagyjértékű műalkotás érkezik.

Talán nincs is olyan másik 20. századi művészeti irányzat, amely annyira gyorsan betört volna a műtárgypiacra, mint a pop art, amelynek legkorábbi gyűjtői közé tartozott Peter és Irene Ludwig is. A Ludwig házaspár már a hatvanas évek elején felfedezte az amerikai pop artot, amelynek elsősorban a csúcspontjai és a legendás alkotói kötötték le az érdeklődésüket.

Hamarosan a legnagyobb európai gyűjteményt mondhatták magukénak, bár az európai kritikusok csak az 1964-es *Velencei Biennále* és a 1968-as 4. *documenta* után kezdték számon tartani. A bemutatott mintegy négyemeletnyi anyag az ötvenes évek közepétől a hetvenes évek közepéig követi a pop artot, elsősorban az irányzat legendás alakjainak, az amerikai Duane Hanson, Robert Indiana, Jasper Johns, Roy Lichtenstein, Robert Rauschenberg, James Rosenquist, Andy Warhol és Tom Wesselmann, illetve a brit Peter Blake és Richard Hamilton munkáin keresztül. De megtalálhatók a kevésbé ismert alkotók (Howard Kanowitz, Allan D'Arcangelo) is és az irányzat európai képviselőinek (Peter Blake, David Hockney, Martial Raysse, Mimmo Rotella) művei is. Az alsó szinten rögtön WARHOL mosóporos és leveskonzerv installációja indítja a kiállítást, amely többnyire az alkotókra és a különféle műfaji elemekre koncentrált, és nem annyira a kronológiára. Az alkotók stílusi jegyei jelentős variabilitást mutatnak a műfaj széles határain belül. Az irányzat egyik legradikálisabb alakja, ROBERT INDIANA munkái elsősorban a reklám esztétikáját és a konzumkultúra eszközeit használják fel újra, középpontba helyezve egyes számokat vagy szavakat. Itt látható híres fekete-fehér LOVE című munkája is.

Ugyancsak a reklám- és sokszorosító grafika eszköztárát használva a műfaj legismertebb munkái Warhol nyomtatott sztárportréi (Marilyn, Mick Jagger, Jackie Kennedy), melyek mellett feltűnnek a *Koponya*, az *Autóbaleset* és a *Repülőszerencsétlenség* című grafikák is, amelyekkel együtt mélységeiben érthető meg Warhol egyfajta „vanitatum vanitas” filozófiája, amely az *Andy Warhol filozófiája* és a *Popizmus* című művében a történelem esetlegességével egyetemben bontakozik ki. Az utóbbi könyvben hívja fel a figyelmet a történelem nem egyedi voltára,² arra, hogy az események behelyettesíthetők, vagyis, hogy már nem is az esemény, hanem az arról való tudósítás, híradás a fontos. Mint ahogy saját életművében is sokkal nagyobb gondot fordított a művek publicitására, mint magukra a művekre. Az *Autóbaleset*, illetve a *Repülőszerencsétlenség* egy-egy újságcikk szitalenyomata, amelyekben egyszerre jelenik meg a baleset tragikumja és az ismertség, a publicitás ereje. (Mára az ilyen tragikus kettőségeket akár tudatosan is használják egyes megbomlott elmék, mint a közelmúltbeli repülőszerencsétlenség öngyilkos pilótája.)

TOM WESSELMANN a szexlapok és a hirdetések szexuális töltetű megjelenését karikírozza a *Nagy amerikai meztelenség* című sorozatában.



JASPER JOHNS
Target, 1974, enkauszтика és újságpapír, vászon, 40,6×40,6 cm
Museum Ludwig, Köln/Cologne (A Ludwig Gyűjtemény adománya) 2011 óta
© Bildrecht Wien, 2015 © Fotó: Rheinisches Bildarchiv

A filmek és a Mickey kultusz szintén megjelennek, különös tekintettel a múzeum legfelső szintjén látható, OLDENBURG nevével fémjelzett Mouse Múzeumra, amely az „amerikai álom” tárgyainak gyűjteménye. (A Mouse Múzeum teljes egészében látható lesz októbertől a Ludwig Múzeum kiállításán.)

De ugyancsak megjelenik a II. világháborút követő amerikai nemzedék egyik kultuszfilmjének, a *Batman*nek a referenciája: Mel Ramos *Batmobil* című alkotásában, amelyen Robin és Batman futnak egy „batman” autó előtt, rájátszva a film ismert plakátjainak képi világára.³

Szerencsére kellő figyelmet kap a kiállítás tematikájában ROBERT RAUSCHENBERG, JASPER JOHNS és JIM DINE, mert nélkülük bizony belevesznénk a pop art sematizálásába. Így legalább, ha már történelmi elemekre kevésbé épít a kiállítás, rajtuk keresztül követhetjük a pop artnak az absztrakt expresszionizmussal, illetve a dadával való kapcsolatát, kialakulását és egyfajta folytonosságát. Dine különféle hétköznapi tárgyakat helyezett képeire, ez a motívum erősen jellemzi Jasper Johns képeit is, amelyek sokszor a műalkotás és a hétköznapi tárgyak konvergenciáján alapulnak, miközben nem egyszerűen lemásolják az adott tárgyat, hanem mint objektet, beemelik a műalkotás, a kép, a vászon terébe és a tárgyat felhasználva, de már különféle festészeti eljárásokkal jelenítik meg. Szemben a pop art tisztán figuratív munkáival, ezeken a műveken az applikált tárgyak mellett sokszor erőteljes ritmikus ecsetvonások, foltok, festett felületek láthatók. Rauschenberg korábbi munkáin pedig – a dada leszármazottjaként – újságkivágásokat, használati tárgyak csomagolását szerkesztette képpé.

A pop kialakulásának és társadalomkritikai szerepének szempontjából méltatlanul kevesebb hangsúlyt kap – nyilván kevesebb munka található a Ludwig gyűjteményben – az angol vonal, RICHARD HAMILTON és EDUARDO PAOLOZZI az ötvenes évek elején alapított Független csoportja (Independent Group), amelynek tagja különös figyelmet szenteltek a tömegtermelésnek, a városi kultúrának,

² A könyvekről a *Balkon* 2006/6 számában Halász Péter, a könyv fordítója és Sebők Zoltán esztéta beszélgetett. Itt idézi Sebők Warholt *Popizmus* című könyvéből: „Aminek meg kell történnie, az megtörténik, de ha mégsem, akkor megtörténik valami más.”

³ Különös egybeesés, hogy Mel Ramos legutóbbi munkáit a szegedi Reök Palotában láthatjuk július közepétől szeptember 20-ig. A kiállítás megnyitójára a nyolcvan éves művész személyesen utazott Szegedre. Munkái, a különféle pin-up pózokban látható csinos hölgyekkel, akiknek dús idomai hol a hot-dogot, hol a Coca Colás vagy épp egy ketchupos üveget, illetve márkás szivart fognak közre, nemcsak a pop évek kultúrájának, de korunk szexista reklámjainak is ironikus bemutatásai.

a tömegkommunikációs eszközöknek és a zenének. Különösen hiányzik a hangsúly annak ismeretében, hogy a „pop” keresztapja nem más, mint Hamilton, aki először definiálta az irányzatot, mint: „populáris, rugalmas, mulandó, olcsó, fiatalos, szellemes, elbűvölő, hatásvadász, szexy, tömegesen előállítható és Nagy Üzlet.” 1956-os kollázsa a *Mitől olyan mások és vonzóak a mai lakások?* erős társadalomkritikájával és eszközrendszerével a pop art kezdetét s egyfajta ideológia összefoglalóját jelentette. Hiszen fontos látni, hogy a pop art a tömegtermelés és tömegmédia kialakulásával átalakuló erkölcsi-morális társadalmi ellenmondásokra épült, mert a „megvehető és eldobható” dolgok világa alapvetően megváltoztatta a korábbi konzervatív értékrendet, amelynek alapköve a maradandóság és állandóság volt. Fétissé vált az autó, kommersz az erotika, s a televízió keresztül a reklámok betolakodtak a család életébe, a privát szférába és jelentősen kezdték befolyásolni a mindennapokhoz való viszonyt és az önértékelést.

A kiállítás az amerikai hiperrealizmus emblematikus művészeinek, DUANE HANSON (*Hajléktalanok*, 1969/70; *Nő pénztárcával*, 1974) és JOHN DE ANDREA (*Nő az ágyon*, 1974) alkotásaival zárul, illetve egy kortárs projekttel egészült ki. A brit VILLA DESIGN csoport az 1930-as évek híres producere, rendezője és első homo-szexuális pornósztársa, az Auschwitz-ban meggyilkolt Bernard Natan alakját idézi fel, egy neki szentelt múzeum lehetőségeit vizsgálva.

Mivel a gyűjteményben csak néhány darabbal van jelen az európai vonal (például a francia MARTIAL RAYSSE munkájával, akinek tavaly a párizsi Pompidou Központban, most pedig Velencében, a *Biennálevél* egy időben látható retrospektív kiállítása),⁴ ezért a kor ábrázolásából kimarad a fluxus vagy épp a francia új realizmus bemutatása, amelyek a korban párhuzamosan meglévő, egymást át- meg átható irányzatok. Persze, mondhatjuk, nem egy kor ábrázolása, hanem egy gyűjtemény tematikus bemutatása volt a cél. De sok figyelmet nem szenteltek azoknak a szociológiai,

politikai elemeknek sem, amelyek jelentősen befolyásolták a popnak mint korszaknak a kialakulását. Kétségtelen, hogy a gyűjtemény objektív adottságai meghatározzák azt, amit be lehet mutatni, de a kiállítás rendezői néhány könyv, lemezből és hangfelvétel odarendelésén kívül nem sok energiát vesztegettek a közeg bemutatására, amely nélkül ez az irányzat sterilen, tisztán műalkotásain keresztül kerül a látogató elé és szinte kontextus nélkül a levegőben lóg. Kár érte. 2001-ben a párizsi Pompidou Központ mutatott be egy több mint 500 elem-ből álló kiállítást „Pop évek” (*Les années Pop*)⁵ címmel. A kiállítás átfogó jelleggel, az amerikai és európai mozgalmakat egyaránt felvonultatva szemléletesen mutatta be a vizuális művészetek széles spektrumát és a korszak szociológiai háttérének bemutatásán keresztül az ötvenes évek végétől a hetvenes évek közepéig a pop korszak szellemét. Azt hiszem, bárki számára, aki az utóbbi időben felélénkült retro-pop érdeklődés hatására kiállítást szervez, még mindig igazi etalon lehetne ez a 14 évvel ezelőtti kiállítás, amely mögött számomra háttérbe szorul az aktuálisan Bécsben bemutatott, de kontextusba nem helyezett gyűjtemény.

4 Martial Raysse. Palazzo Grassi, Venecia, 2015 április 12 – november 30.

5 *Les années Pop*. Centre Pompidou, Párizs, 2001. március 15 – június 18.

Ludwig Goes Pop, mumok, Bécs, 2015. 02. 12. – 09. 13. részlet a kiállításból
ROY LICHTENSTEIN: Still Life with Pitcher and Apple, 1972 | ROY LICHTENSTEIN: Cubist Still Life with Lemons, 1975 © Estate of Roy Lichtenstein / Bildrecht Wien, 2015 © Fotó: mumok / Laurent Ziegler

