

A kulturális identitás kérdései és a kortárs YouTube-videóklip produkciók hiperkulturális ökonómiája_____Questions of Cultural Identity in the Hypercultural Economy of YouTube Music Video Productions

Kalmár Bálint

Yung Lean és a *sad boys culture* – A fogyasztói kultúra kritikája és igenlése, a technológiai avantgárd és vaporwave között egy retrospektív u-tópiában?

Balint Kalmar: Yung Lean and the Sad Boys Culture. Between the Criticism and Affirmation of the Consumer Culture, Technological Avant-garde and Vaporwave

In my essay, I use Yung Lean's early songs, *Ginseng Strip 2002*, *Hurt* and *Kyoto* and Andreas Reckwitz's concept of hyperculture to ask relevant questions about today's culture, society and economy. Yung Lean was one of the most influential Swedish-born rappers of the early 2010s, who have since become a relevant figure in pop culture. The vaporwave aesthetics of his early music clips and the "sad boys" subculture he established are excellent examples of the media-related and socio-cultural problems in late modernity. This essay focuses on two questions: how can we still find authenticity and originality in hyperculture, and whether authenticity and originality can be a real way to a new utopia, or do they constitute only a bad new-old retrotopia?

Keywords: #hypercultur, #consum culture, #sad boys culture, #identity police, #vaporware, #digital reproducibility, #interweaving of time levels (simultaneity of the non-simultaneous), #retrotopias

Andreas Reckwitz hiperkultúra fogalmát több oldalról is vizsgálhatjuk. Témám, Yung Lean korai klipjei kapcsán Reckwitz azon kijelentéseit veszem figyelembe, amely szerint a globális hiperkultúra kialakulása fontos következményekkel jár a kultúrának a piacgazdasághoz való viszonyára és a kortárs kulturális termelésre nézve. Reckwitz munkái rávilágítanak arra, hogy a globalizáció, a neoliberalizmus, és a finanszírozás, valamint a digitális, a fogyasztói, és az önmegvalósítási forradalmak hogyan alakították át az elmúlt fél évszázadban a kultúra fogalmát és a társadalmak életét.²⁶⁶

Reckwitz társadalomelméletében a hiperkultúra fogalma központi szerepet tölt be, amennyiben szerinte annak kialakulása a modernitás jelenlegi szakaszának egyik fontos jellemzője. Reckwitz *Beyond Industrial Society* című tanulmányában arról ír, hogy annak a legkésőbb az 1970-es évek óta megfigelhető paradigmaváltásnak a nyomán, amelyet az ipari társadalomból a posztindusztriális társadalomba való átmenetként jelölhetünk, az élet olyan területei is ökonomizálódnak, azaz piacosításra kerülnek, ill. bevonódnak a piaci versengés logikája, amelyek korábban mentesnek számítottak attól. Reckwitz mindennek előtt a szociális érárt említi ilyenként, és annak három területét: az oktatást és képzést, a városokat és régiókat, és a személyes kapcsolatokat²⁶⁷, amelyek a globális túlkínálati piacokon mind versengenek egymással a tehetséges főkért, a turistákért és befektetőkért, valamint mások figyelméért. Másfelől Reckwitz egy másik, *Cultural Conflicts as a Struggle over Culture* című tanulmányában azt is bemutatja, hogy a kultúra hogyan hódítja meg az élet korábban kultúrasemleges területeit.²⁶⁸ Reckwitz itt is a szociális érára hivatkozik, mint olyan területre, ahol a kultúra logikája megjelenik. Szerinte a későmodernitásban az értéktulajdonítás és az identitás kérdései áthatják a szociális élet egészét.²⁶⁹

Összességében elmondható tehát, hogy Reckwitz véleménye alapján, ami a posztindusztriális társadalomban ökonomizálódik, az egyúttal, ahogy ő nevezi, „kulturalizálódik” is, legalábbis a szociális éra esetében mindenképp. Így jön létre a hiperkultúra, amely ebből a szempontból tekintve rá, valójában nem más, mint a globális piacokon szabadon keringő különféle (kulturális, ill. kulturalizált) javak és ideák összessége. Másmegközelítésből a kulturális javak

²⁶⁶ Különösen a *The Society of Singulatities* és *The End of Illusions*. című könyvei, de tanulságos ebből a szempontból *Das hybride Subjekt* és *The Invention of Creativity* című munkái is. Andreas Reckwitz, *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne* (Frankfurt am Main: Shurkamp, 2020); Andreas Reckwitz, *The Invention of Creativity. Modern Society and the Culture of the New*. (Cambridge: Polity, 2017); Andreas Reckwitz, *The Society of Singulatities* (Cambridge: Polity, 2020); Andreas Reckwitz, *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity* (Cambridge: Polity, 2021).

²⁶⁷ Andreas Reckwitz, “Beyond Industrial Society: Polarized Post-Industrialism and Cognitive-Cultural Capitalism,” in *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*, id., (Cambridge: Polity, 2021), pp. 107–108.

²⁶⁸ Andreas Reckwitz, “Cultural Conflicts as a Struggle over Culture: Hyperculture and Cultural Essentialism,” in *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*, id., (Cambridge: Polity, 2021), pp. 15–18.

²⁶⁹ *Ibid.*, p. 17.

és ideák piacának kortárs túltelítettsége kapcsán a hiperkultúra fogalmára hivatkozhatunk ugyanakkor egy olyan gyűjtőfogalomként is, amelyben az emberi kultúra és civilizáció összes létező eleme és motívuma egyszerre helyet kap, és más motívumokkal keveredve új kulturális kontextusokat alkot, esetlegesen oly módon is, ahogy az összekapcsolódó kulturális elemek eredetileg, korábban nem fértek volna össze.²⁷⁰

A hiperkultúra fogalma, mint láttuk, rávilágít arra, hogy a piac miként alakítja át a kultúrát. Nem egyszerűen arról van szó, hogy a modern tömegtermelésen alapuló populáris kultúra és az egyéni individuális teljesítményeken alapuló elitkultúra klasszikus dichotómiája eltűnik benne, hanem arról is, hogy a hiperkultúrában gyakorlatilag minden kultúrává, és így egyúttal áruvá is válik. Helyesebben szólva, egyszerre válik kultúrává, és kulturális áruvá. Az 1990-es évektől már nem csak a tömegkultúra – mint azt egykor a frankfurti iskola kritizálta²⁷¹, hanem fokozatosan a klasszikus elitkultúráis javaka és élmények is árucikké váltak, ahogy egyáltalán minden és mindenki azzá válik.²⁷² Mindez kérdéseket vet fel azzal kapcsolatban, hogy ez a gyökeres szociális átalakulás, milyen hatással van az egyénekre, és miként lehet megtalálni a hitelességet és az értelmet egy olyan kultúrában, amelyet egyre inkább a hiperkultúra logikája alakít?

Mert ma már a kultúra elefántcsonttornyában sem lehet visszavonulni: miközben Reckwitz *The Invention of Creativity* című könyvében a művészet éráját a 19. századi polgári világ racionalitásával szembeni rezervátumként írja le, amelynek a társadalmi funkciója az oda való visszavonulás lehetősége, addig a későmodernitásban a kultúra és a kulturális élmények már a hétköznapok, a későmodern szubjektum által begyakorolt kultúrtechnikák szerves része.²⁷³ Míg az ipari modernitás korszakában – szemben a tömegkultúra kommersz és sablonos termelésével – egy olyan született kultúrshob, mint Adorno még hihetett az avantgárdban, addig ma már, mint azt Siegfried Zielinski a médiaavantgárd kapcsán érzékletesen foglalja össze, ez a hit is teljesen kiürült:

A második világháború utáni avantgárd, amely a film, a videó, az elektronikus zene, és a modulációkban gyökerező, uralommentes gyakorlat különböző eredetű generatív vagy relációs esztétikáinak elkötelezettje volt, ma dilemmával néz szembe. A gépek és a programok – kapacitásuktól függően – szinte végtelenszámú variás kialakítását teszik lehetővé mindabból, amit egyszer már beléjük tápláltak és át futott rajtuk. Az a kiinduló pont, amiért a különféle variánsok létrehozása végbemegy, alig felismerhető. A média avantgárd maga is a szabálykönyv részévé vált.²⁷⁴

²⁷⁰ Keskeny András: „Adalékok a posztművészet problémájához”, *Liget* (January, 2023), <https://ligetmuhely.com/liget/keskeny-andras-adalekok-a-posztmuveszet-problemajahoz/> (last access 22. January 2023)

²⁷¹ Max Horkheimer and Theodor W. Adorno: *A felvilágosodás dialektikája: Filozófiai töredékek* (Budapest: Atlantisz, 2011).

²⁷² Az egyének árucikké válásával kapcsolatban l. Reckwitz, *The Society of Singularities*, 131–161.

²⁷³ Reckwitz, *The Invention of Creativity*, pp. 33–235.

²⁷⁴ Siegfried Zielinski, „Vorwort,” in *Zur Tiefenzeit der Beziehungen zwischen Künsten*, ed. id. and Eckhard Füllus (Berlin: Kadmos, 2013), pp. 12–13. Saját fordítás.

Az avantgárd, legalábbis az, ami mára maradt belőle, már régen nem a modernitás társadalmi utópiájának, hanem a későmodernitás kulturökonómizált piacának része. Az avantgárdot mára felzabálták saját gyermekei. Benjaminszintű parafrázálva a „digitális technológiai kombinálhatóság” korszakában²⁷⁵, ahogy Zielinski rámutat, nincs már különösebb technikai akadálya a különféle kombinációk végtelenszámú legyártásának. Reckwitz ennek nyomán beszél „szoftweralapú, kötött kreativitásról”.²⁷⁶ Reckwitz némileg más szemszögből közelíti meg a kiinduló problémát, ti. az újdonság kérdése felől, de nagyon hasonló szellemben ír róla:

A netet a *rekombináció* kultúrája uralja. A szövegek, képek, stb. digitális hozzáférhetősége miatt könnyű őket kisajátítani és manipulálni. Ami ahhoz vezet, hogy ma az újdonságok gyakran remixei a már meglévőeknek. Az új többé már nem a korábban sose voltak jelenti, ti. az avantgárd értelmében vet törést a régivel, sokkal inkább az, ami a rekonbinációs technikák és a rekontextualizáció segítségével létrejön (pl. a mashup-ok esetében), *relatív*e új.²⁷⁷

Ami a hiperkultúrában és a digitális médiakultúrában új, valójában az sem teljesen új és eredeti, legalábbis az avantgárd művészet hagyományos fogalmai szerint. Ami ma új, annyiban új, hogy az adott (re)kombináció az adott kontextuson belül újszerűnek számít. Mindez azt a kérdést is felveti, hogy ma mekkora helye van még a medializált hiperkultúrában, ill. a hiperkulturalizált médiakultúrában annak, amit művészi eredetiségnek szoktunk hívni?

A fentiekben vázolt problémának az egyik kiváló példája Yung Lean általam megvizsgálni kívánt korai klipjei, és ezek összefüggésében a *vaporwave* zenei műfaja és internetes mém fajtája, amely a 2010-es évek egyik népszerű esztétikai stílusa, és egyúttal szubkulturális jelensége. A *vaporwave* az elektronikus zene egyik alműfaja, amely eredetileg az 1980-as, 1990-es évek zeneszámaint dolgozza újra, olyan eszközökkel, mint a lassítás, vágás, valamint különböző más effektek alkalmazása. A *vaporwave* eszköztára kísértetiesen hasonlít az 1980-as évek korai fogyasztói videóművészetének, és vele az ún. technológiai avantgárdnak az eszköztárára.²⁷⁸ Míg a technológiai avantgárd a 20. századi avantgárd mozgalmak egyik utolsó felvonásának számított az 1980-as években, addig maga a *vaporwave* egyszerre hasonlít

²⁷⁵ Walter Benjamin, „A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában,” in *Kommentár és Prófécia*, id. (Budapest: Gondolat, 1969), pp. 301–334.

²⁷⁶ Reckwitz, *The Society of Singularities*, p. 188. Saját fordítás. Kiemelés az eredetiben. Angolul: “Software-supported bound creativity”.

²⁷⁷ Reckwitz, *The Society of Singularities*, p. 175. Saját fordítás. Kiemelések az eredetiben. Az angol szöveg így hangzik: “the internet encourages a culture of *recombination*. Because of the digital availability of texts, images, etc., it is easy to appropriate and manipulate them. This has led to the fact that, today, novelties are often remixes of previously existing things. What counts as new is thus no longer what has never been – that which marks a clean break from the past in the manner of the avant-garde. Rather, a category of *relative* novelty has arisen as a result of the techniques of recombination and recontextualization (think of the ‘mashups’).”

²⁷⁸ Vö. Keskeny András and Julia Bahnemann, „Bódy Gábor és a nyugat-berlini technoavantgárd szcéna”, *Filmszem* (Vol. 12. Issue 1, 2022), pp. 26–43.,

https://epa.oszk.hu/03500/03508/00045/pdf/EPA03508_filmszem_2022_1.pdf

(last access 22. January 2023).

kísértetiesen annak retronosztalgiajához és ahhoz, amit Reckwitz a „rekombináció kultúrájának” nevez. A *vaporwave* körül kialakult szubkultúra ezért – a háttérben a technológiai avantgárd konzumkritikájának reminiscenciáival – a fogyasztói kapitalizmus elleni satirikus tiltakozás szándékával áll összefüggésbe. Ezt egyfajta nosztalgiaeffekt kíséri, amely önellentmondásos módon, már-már szürreálisan erős érzelmi kötődésben fejeződik ki a korábbi évtizedek technológiájához, popkultúrájához, és reklámjaihoz. A műfaj alkotásai legtöbbször korai internetes képeket, az 1990-es éveket idéző webdizájnt, *glitch art* képeket és *cyberpunk* szóképeket foglalnak magukba. Yung Lean korai munkássága szorosan kötődik a *vaporwave*-hez. A stílus globális tekintetben részben általa jutott el a 2010-es évek akkori tinédzser generációjához.

Erről a generációról elmondható, hogy teljes egészében az interneten keresztül szocializálódtak. Így azok a fiatalok, akik 2012–2013 környékén a YouTube rejtett zugaiban felfedezték Yung Lean-t, általuk addig nem látott, tehát számukra teljesen új kulturális keveredésnek lehettek a szemtanúi. Európai szemmel, de globális perspektívából is, az amerikai rap sokszor életidegenek számító témáihoz képest, könnyebb volt azonosulni a számaival. Ehhez az élményhez hozzájárult az a vizuális formanyelv is, amely az említett generációk teljes fiatalkorát szimbolikusan összesűrítette, merítve az 1990-es évek távolkeleti és amerikai fogyasztói kultúrájából: animációs filmjeből, videojátékokból, és nem mellesleg a korszak uniszex öltözködési divatjából. Yung Lean korai klipjeiben és albumborítóin gyakran alkalmazta az 1990-as és 2000-es évek cyberkultúrájára és technológiájára jellemző neonszíneit, *glitch* effekteket, és más utalásokat.

Yung Lean *Ginseng Strip 2002* című dalát azok között a számok között tartják számon, amelyek meghozták számára a sikert, és hozzájárultak ahhoz, hogy a feltörekvőben lévő ún. *cloud rap* műfaj egyik vezérfigurájaként jelenjen meg. A dalszöveg elvont, álomszerű meditáció, amely a fiatalságról, az identitásról és az értelem kereséséről szól egy zavaros és nyomasztó világban. A videóklip²⁷⁹ vizuális világa a zene és a dalszöveg hangulatának absztrahált megjelenítése, amely jellegzetes, az 1990-es és a 2000-es évekre, valamint a korai YouTube esztétikára emlékeztető motívumokkal dolgozik. A klipben Yung Lean különböző, nem túl jellegzetes városi helyszíneken rappel. A közben megjelenő absztrakt vizuális effektek leginkább az előadó pszichéjének kivetüléseiként értelmezhetőek, amennyiben a torz színeket, digitális elmosódásokat, tükröződésekkel „pszichedelikus képekre” emlékeztetnek. A kettő együtt azt a látszólag kaotikus világot ábrázolja, amelyben az előadó eligazodni próbál. Ez tovább erősíti a dal témáját: a zavarodottságot. A *Ginseng Strip 2002* videóklipje vizuális interpretációja Yung Lean egyedi stílusú zenei hangzásvilágának, amely megmutatja, hogy képes a hiphop, az elektronikus hangzás, és a popkultúra különböző elemeit egyetlen koherens vízióban ötvözni, ti. remixelni.

A *Hurt* című dalhoz készült klip²⁸⁰ is a fent vázolt esztétikára épít, a vizuális látvány gyakorlatilag elveszi a hangsúlyt a dalszövegről, amely egy életérzést kíván lírába önteni. A klip vizualitása dominál a zene fölött. A tradicionális japán zene motívumait felhasználó szám

²⁷⁹ L. <https://www.youtube.com/watch?v=vrQWhFysPKY> (last access 22. January 2023).

²⁸⁰ L. <https://www.youtube.com/watch?v=stgrSjynPKs> (last access 22. January 2023).

a szomorúságra és a melankolikus érzelmekre összpontosít. Atmoszférateremtő jelleggel aláfestéséül szolgál azoknak az elemeknek, amelyek a klipben láthatóak: AriZona jeges tea, Fiji ásványvíz, *codeines* üvegek, halász sapkák, Louis Vuitton táskák, Pokemon kártyák, Super Mario, Nintendo 64-esek, és jóadag számítógépes grafika a múltból. Az összes elem megjelenik a klipben, amelyek később a *trap* és újhullámos hip-hop, vagyis a *cloud rap* vizuális esztétikai alapmotívumaivá váltak. Yung Lean egészen egyedülálló módon kezdte el vegyíteni ezeket a kiegészítőket, és ezzel teremtette meg az ún. *sad boys* kultúrát, azaz az „önjelölt szomorú fiúkat”. A *sad boy*-ok a világból való kiábrándult csalódottságukat, nosztalgiától áthatott szomorúságukat kedvenc tárgyaikon és videójátékos élményeiken keresztül rappelik el kábítószerek hatása alatt, valamint jellegzetesen az 1990-es évek divatja szerint öltözködnek. Az itt felsorolt jellemzők a nemzetközi underground hip-hop köreiben korábban is jelen voltak már, azonban így összemixelve, ennyire összehalmozva, Yung Lean előtt még soha sem jelentek meg.

A *Kyoto* című számának klipjében²⁸¹ az öltözködés, a látványos vizuális megoldások, a fiatalkori baráti társaság és a japán kultúra párhuzamai, ha lehet ilyet mondani, „természetfeletti módon” ötvöződnek. A klipet élénk, vibráló színek és sötét, melankolikus tónusok keveredésével alkották meg, ami tükrözi a dalszöveg introvertált hangulatát. A klipben számos utalás található a japán kultúrára, többek között gésák, samurájok, és a hagyományos japán építészet formájában. A videó szurreális és túlvilági hangulatát azonban nem is önmagukban ezek a motívumok teremtik meg, hanem az, ahogy ezek kiegészülnek az égen megjelenő űrhajókkal és különféle sci-fi utalásokkal, valamint a legújabb euróatlanti divatipari trendekkel. A dal szövege Yung Lean saját, hirtelen jött hírnevével, az ebből adódó belső frusztrációjával folytatott küzdelmére, és egy egyszerűbb, de hitelesebb életmód utáni vágyakozására reflektál. A klipben látható japán utcák felvételei egy „autentikusabb” élet utáni vágy, ill. egyfajta absztrakt elvagyódás metaforáiként is értelmezhetőek, amennyiben a Japánról alkotott „hiperkulturális sztereotípiák” alapján az ország még mindig az élő hagyományok és a spirituális nyugalom – ma már utópikusnak számító – szigetei. Ezzel magyarázható, hogy Yung Lean a hírnevével járó önnön lelki káosza és a hírnév túlzásai elől Japán békét és megnyugvást sugárzó kulturális közegében próbál menedéket találni.

Yung Lean dalaiban többnyire a digitális technológiának a társadalomra gyakorolt hatásaival, a saját mentális egészségével, a droghasználat következményeivel, valamint a felnőtté válás és a világban való helykeresés nehézségeivel foglalkozik. A dalokhoz készült videoklipjeiben pedig az újhullámos rap és a *vaporware* szubkulturális kódjai és motívumai ötvöződnek, mindezzel Yung Lean maga is önálló szubkultúrát teremtett, a *sad boys* kultúrát. Nemzetközi művészekkel való együttműködései és aktív, továbbra is sokszínű zenei munkásságának köszönhetően a popkultúrára igen nagy hatást gyakorol mindmáig. Ezek alapján a globális hiperkultúra szerves részeként tekinthetünk művészetére.

Yung Lean munkássága és klipjei mint esetpéldák a bevezetőben feltett kérdésekre is reflektálnak. Egyfelől azt kérdeztem, hogy az a gyökeres átalakulás, amely a szociális éra, ill. a

²⁸¹ L. <https://www.youtube.com/watch?v=tMgkt9jdjTU> (last access 22. January 2023).

szociális élet későmodern ökonomizációval és kulturalizációval jár együtt, milyen hatással van az egyénekre? Miként lehet megtalálni a hitelességet és az értelmet egy olyan kultúrában, amelyet egyre inkább a hiperkultúra logikája alakít? Másfelől pedig azt kérdeztem, hogy mekkora helye van ma még a hiperkultúrában annak, amit művészi eredetiségnek hívhatunk?

Mint azt az önreflexív, burkolt társadalomkritikai szándékokat is megcsillogtató dalszövegei jelzik, Yung Lean esetpéldáján keresztül elmondható, hogy a freudi „rossz közérzet a kortárs kultúrában” már egészen fiatalkortól megkezdődik, a kilépés pedig nem is olyan könnyű a későmodernitás kultúrokonómiájából. Egyrészt Yung Lean szerencsésére, vagy épp szerencsétlenségére, azzal, hogy dalba önti az ezzel az ökonómiával szemben érzett frusztrációit, ugyanebben az ökonómiában előadóként hihetetlenül sikeres tud lenni. Másrészt az, ahogyan Yung Lean a rap műfajában belevegyíti a *vaporware* stílust, rámutat arra, hogy a hiperkultúrában bizonyos esztétikai stílusok, trendek hogyan épülnek össze új szubkultúrákkal, helyesebben szólva a szubkultúrák szubkultúráival, végső soron egyetlen „influenzser-előadó” teljesen egyedi, de tömegesen utánzásra találó „énkultúrájával”.

Azok a *vaporware*-ben kultikusnak számító tárgyi motívumok, amelyekkel az ő esztétikája is előszeretettel dolgozik, a fogyasztói társadalom felesleges, mára már legfeljebb *electro shot*-vá vált kütyüi, amelyek képei a hierkultúrában sajátos módon – retroesztétika gyanánt – még mindig reökonomizálhatók. Boris Groys így fogalmazta meg a problémát már az 1990-es években: „a modern médiumok és a kultúripar olyan óriási mennyiségben gyártja a kulturális termékeket, hogy azt a természet ma már nem tudja kellő mértékben lebontani. A kérdésre, hogy mi is marad meg, mindinkább az a válasz, hogy túl sok minden.”²⁸² A *vaporware* mintha erre a problémára próbálna meg reflektálni, a sok szemét újrahasznosításával látszólag felhívja a figyelmet a létezésükre, és ezzel éppenséggel még akár egy ciklikus, körforgáson alapuló alternatív gazdálkodási formát is reklámozhatna. Valójában a jelenlegi fogyasztói társadalommal szemben semmilyen alternatívát nem mutat fel, a tárgyak nosztalgikus retrokultuszával csak elleplezi a valódi problémát.

Mint Yung Lean művészete ezt is remekül példázza, az eredetiség kérdésére a hiperkultúra közegében szintén nem olyan egyszerű választ adni, mint amennyire az korábban, például a 20. századi avantgárd esetében még annak tűnhetett. A *vaporwave* ugyanazokat a reprodukciós és montázstechnikákat alkalmazza, amiket eredetileg a videó- és technológiai avantgárd is használt az 1980-as években a mediális konzumkritika elérése érdekében. Valójában már a médiaavantgárd esetében is kérdéses volt, hogy mennyit képes még megőrizni eredetiségéből az avantgárd első hullámának hőszaihoz képest, mennyire eredeti még azt, amit csinál, a *vaporwave*-nél azonban nem is kétséges az eredetiség hiánya, hisz épp ez a lényege. Az irányzat vállaltan *trashes*, „gagyi” stílusa ugyanis az esztétika követői számára szubkultúrális stílusfölényként jelentkezik. A *vaporwave* jelenségében nem csak az az érdekes, ahogy egy 20. századi avantgárd áramlatból retroirányzat válik, hanem az is, ahogy ebből a retrodivatból egy, a „mainstream” kultúra ellenében kijátszott „avantgárd” tartalom válik.

²⁸² Boris Groys, „Gyűjteni, gyűjteni,” in *Az utópia szelleme*, Boris Groys (Budapest: Kijárat, 1997), p. 66.

Yung Lean személyes alkotói eredetisége abban érhető tetten, mint ahogy arra az első két klip leírásainak végén már utaltam, hogy a hip-hop műfaját elegyítette a *vaporwave* stílusával, és az 1980-as és 1990-es évekre koncentrált stílus felső korszakhatárát kitolta a 2000-es évek irányába. Nagyjából ez szabja meg Yung Lean klipjeinek és a *vaporwave* mint alternatív hip-hop műfaj újszerűségének érvényességi körét is: nem az azokban felhasznált elemek az újszerűek, hanem azok sajátos kombinációi. Yung Lean hiperkulturális eredetisége ebben az értelemben igényt sem tart az abszolút érvényességre, szubkulturális és életkori esetpéldája nyomán elmondható tehát, hogy az alkotói eredetiség fogalma leválni látszik úgy az újszerűség, mint a kreativitás fogalmáról, helyesebben szólva, az újdonság és a kreativitás fogalmai maguk relativizálódnak.²⁸³

Végezetül, kitekintés gyanánt, hogy vessek fel még egy, utolsó szempontot Yung Lean korai klipjei kapcsán. Mint arra a három klip leírásaiban megpróbáltam rámutatni, azokban álomszerű, szurrealisztikus világok tárulnak fel. Nem csak a klipek vizualitása szurreális olykor, hanem a klipekben felépülő világ mutat pszichés-pszichodelikus jegyeket, mintha Yung Lean intorvertált belső világa lépne a valóság helyébe is. Vajon lehet-e, szabad-e a klipek világát utopisztikusnak nevezni, ha pedig igen, miféle utópiák ezek?

Yung Lean klipjei erősen építenek a *vaporwave* műfajára, a *vaporwave* pedig játszik a klasszikus, történeti médiaavantgárd kódjaival. Ezzel szemben, közvetve bár, de mégis azt tapasztalhattuk, hogy a klasszikus művészettörténeti avantgárd utópiáinak vége. Zygmunt Bauman ezt a problémát nevesítve vezette be a *retrotópia* fogalmát.²⁸⁴ Ha Baumanak igaza van, és utópiák helyett ma már csak *retrotópia* létezik, akkor a *Ginseng Strip 2002*, a *Hurt*, és a *Kyoto* valójában Yung Lean gyermekkorának *retrotópiái*. Pszichés utópiák, nosztalgikus gyermekkor *retrotópiái*. Nem az a kérdés, hogy Yung Lean tragikusan beleragadt-e a melankólia és a droghasználat, a felnőtté válás és a gyermekkor, távolabbról pedig a fogasztói kultúra kritikája és igénylése, a technoavantgárd és a *vaporwave* „*dialektikájába*”, avagy sem, hanem, hogy mi találjuk-e abból a kiutat?

Bibliography

- Bauman, Zygmunt. *Retrotópia*. Cambridge: Polity Press, 2017.
- Benjamin, Walter. „A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában.” In *Kommentár és Prófécia* Id. Budapest: Gondolat, 1969. Pp. 301–334.
- Cooper, Duncan: Yung Lean’s Second Chance. In *Fader*, <https://www.thefader.com/2016/06/16/yung-lean-warlord-interview> (last access 22. January 2023).
- Groys, Boris. „Gyűjteni, gyűjteni.” In *Az utópia szelleme*. Boris Groys. Trans. Sebők Zoltán. Budapest: Kijárat, 1997. Pp. 63–80.
- Horkheimer, Max, and Adorno, Theodor W.: *A felvilágosodás dialektikája: Filozófiai töredékek*. Trans. Bayer József, Geréby György, Glavina Zsuzsa, Vörös T. Károly, Mesterházi Miklós. Budapest: Atlantisz, 2011.

²⁸³ Vö. Reckwitz, *The Invention of Creativity*.

²⁸⁴ Zygmunt Bauman, *Retrotópia* (Cambridge: Polity Press, 2017).

- Keskeny, András. „Adalékok a posztművészet problémájához.” *Liget*. Vol. 36. Issues 1 (2023), <https://ligetmuhely.com/liget/keskeny-andras-adalekok-a-posztmuveszet-problemajahoz/> (last access 22. January 2023).
- Keskeny, András, and Bahnemann, Julia. „Bódy Gábor és a nyugat-berlini technoavantgárd szcéna.” *Filmszem*. Vol. 12. Issue 1 (2022). Pp. 26–43., https://epa.oszk.hu/03500/03508/00045/pdf/EPA03508_filmszem_2022_1.pdf (last access 22. January 2023).
- Lean, Yung. *In My Head: The Short List*. On the YouTube Channel *Noisey*, https://www.youtube.com/watch?v=6wgFliyJ4Bk&ab_channel=Noisey (last access 22. January 2023).
- Reckwitz, Andreas. “Beyond Industrial Society: Polarized Post-Industrialism and Cognitive-Cultural Capitalism.” In *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*. Andreas Reckwitz. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity, 2021. Pp. 107–108.
- Reckwitz, Andreas. “Cultural Conflicts as a Struggle over Culture: Hyperculture and Cultural Essentialism.” In *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*. Andreas Reckwitz. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity, 2021. Pp. 15–18.
- Reckwitz, Andreas. *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Frankfurt am Main: Shurkamp 2020.
- Reckwitz, Andreas. *The End of Illusions. Politics, Economy, and Culture in Late Modernity*. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity 2021.
- Reckwitz, Andreas. *The Invention of Creativity. Modern Society and the Culture of the New*. Trans. Steven Black. Cambridge: Polity, 2017.
- Reckwitz, Andreas. *The Society of Singularities*. Trans. Valentine A. Pakis. Cambridge: Polity 2020.
- Zielinski, Siegfried. „Vorwort.” In *Zur Tiefenzeit der Beziehungen zwischen Künsten*. Eds. Siegfried Zielinski and Eckhard Furlus. Berlin: Kadmos, 2013. Pp. 7–16.

Clipography

- Lean, Yung: *Ginseng Strip 2002*. Dir. Emrik Meshesha, 2013.
- Lean, Yung: *Hurt*. Art. Ossian Melin, 2013.
- Lean, Yung: *Kyoto*. Dir. Rigel Kilston, 2013.

