

ADORJÁNI PANNA – KESZEG ANNA

# SZÜLETETT MŰVÉSZ, MARKETINGZSENI VAGY SZÖRNY?

## Lady Gaga mint sztártípus és látványkonstrukció

**E** cikk szerzői számára egyértelmű, hogy 2012-ben lehetetlen olyan kultúráközvetítéssel kapcsolatos lapszámot szerkeszteni, amelyben ne lenne szó Lady Gagáról. E tematikus szám kontextusához alkalmazkodó szerzőkként azonban mégiscsak végig kell gondolnunk, hogy kérdésfelvetésünk vagy egyáltalán témaválasztásunk mennyire közelíti meg a *Korunk* olvasói bázisának érdeklődését. Anál is inkább, mert a lapszámot előkészítő szerkesztői gyűlések egyikén az egyik szerkesztő a szerzőknek szegezte a kérdést: ki ez a Lady Gaga?; milyen csatornákon, médiumokban lehet találkozni a nevével? Akkor gondolkodás nélkül vágtuk rá: mindenütt. Aztán kezdett valóban problémává válni a kérdés: ha már megfogalmazódhat, Lady Gaga még sincs ott mindenütt – sőt, amint a popénekesnő 2008/2009-hez képest jelentősen mérséklődő népszerűsége mutatja, a popzene mainstreamjének általunk ösztönösen emlegetett „mindenüttjében” sem annyira egyértelmű már Lady Gaga egyeduralma.

Kiindulópontunk kettős: mindenekelőtt megpróbálkozunk a Lady Gaga-jelenség néhány frapáns és társadalomtudományos meghatározásával, majd pedig több szempontot követve amellet fogunk érvelni, hogy a zenei kultúrjavak e terjedési formájának tárgyalása semmiképpen nem hiányozhatott ebből a lapszamból.

1. Lady Gaga a 2008-as év könnyűzenei revelációja, akinek zenei teljesítményét már karrierje látványos felívelésének idején komoly szakmai viták kérdőjelezték meg. Életművét sokkal inkább az



...szexuális  
vagy aszexuális,  
nőies vagy androgün,  
szép vagy csúnya?

online marketing és a professzionális, csapatszervezésen alapuló látványtervezés eredményének tekintik, mint zenei önértéknek.

2. Lady Gaga minden idők legnagyobb eladási mutatókat produkáló popénekesinek egyike, a globális sztárság egy sajátos, az individuális Mászágon alapuló típusának valószínűleg *utolsó* képviselője.

3. Lady Gaga a nyolcvanas évek zenei kultúráját megidéző popénekes, akinek életműve David Bowie, Michael Jackson, Madonna, Queen erőteljes hatását mutatja. Számainak központi tematikus eleme az identitás autentikussága.

4. Lady Gaga előadóművészként és celebként a popzene és látványtervezés, popzene és divat, popzene és alternatív megjelenéskultúra összefüggéseiből a 2012-ig ismert technikák szintjén a maximumot hozta ki.

A fenti meghatározások egy része Lady Gagát előadóművészi teljesítményének zenei, másik része sztárralírjeinek celebszociológiai, a harmadik pedig a látványkultúra kontextusába helyezte. A zenei teljesítmény értékeléséről mindjárt az elején le is mondhatunk. Két okból kifolyólag. Egyrészt, mert a társszerzők közül egyiknek sem szakterülete. Másrészt (és ez már tudományosabb érv), mert a zeneszociológia<sup>1</sup> alapvető és a Gaga-szakirodalomban sokszor visszatérő megállapítása, hogy valójában nincs zenei önérték, csak társadalmi jelentések összekapcsolódása hangok által. „A zeneszociológia kortárs perspektívaival egyetértésben, a hírnév (mint jólismertség) és a híresség (jólismertként elismertnek lenni) olyan kulturális konstruktumokat hoznak létre, melyek sajátos társadalmi viszonyokkal állnak összefüggésben. A hírnév és a híresség nem a személy vagy a csoport tulajdonságai, hanem annak a viszonyoknak a jellemzői, mely a jólismert és a jólismertként elismertnek kikiáltott személy vagy csoport és azon közösség között jön létre, aki ezeket a titulusokat odaítéli.”<sup>2</sup> Mindezzel nyilván nem vitatjuk a zeneesztétika fontosságát, a Gaga-jelenség kapcsán azonban mégiscsak fontosabb kérdésnek ítéljük a társadalmi imaginárius<sup>3</sup> azon területeinek feltérképezését, ahol ez a sztárfogalom létrejöhetett – ráadásul egy igencsak váratlan pillanatban: a zenei világ 2008-as gazdasági válsága közepette. Ezt a megközelítési szempontot az az akadémiai kontextus ihlette, melyben a Gaga-jelenség társadalomtudományi kiértékelése megtörtént: 2011-ben az erdélyi médiavilág is tudósított arról az eseményről, mely az amerikai sajtóban igencsak nagy figyelmet kapott: Mathieu Deflem 2011 tavaszától a University of South Carolinán tartott *Lady Gaga és a hírnév szociológiája* című kurzusáról. Ez a szemináriumsorozat, mely 2012 őszén is folytatódik, alaposan dokumentálta azokat a perspektívákat, tudományos irányzatokat, melyek a sztárság kortárs fogalmisága felől közelítik meg ezt az ellentmondásos popzenei konstruktumot. Ebből a kontextusból származik a Castoriadisra alapuló megközelítés, illetve a látványkonstrukciókhoz való esetelemzés.

A Lady Gaga-dalszövegek hordozzák mindazon kulcsszavakat, melyek a brand-identitásban központi szerepet játszanak, illetve a kulcsszavak azon jellemző összekapcsolódásait is, melyek a Gaga-fogalmat ihlették. Innen nézve a brandépítés professzionalizmusát a jelentések erőteljes koherenciája és egymásra épülése bizonyítja, s ugyanez a jelentéstermelés minden szintjén végigvitt koherencia lehet a siker egyik magyarázata – amennyiben a sikert tudatosan uralhatóként, konstruktumként fogjuk fel. Ez a koherencia a privát és nyilvános szférában megjelenő Lady Gagára, dalszövegeire, koncertjeire, klippjeire stb. egyaránt kiterjed. Ezzel el is jutottunk a jelenség számunkra legfontosabb jellemzőjéhez: ahhoz a totális sztárfogalomhoz,<sup>4</sup> mely megsemmisíti a privát szféra jelentését, az ahhoz való jogot, nem számol a sztárral mint szcénán kívül levővel, ezáltal mindent színpaddá alakít, minden cselekedetet fellépésként fog fel. Innen adódik az erőteljes kontraszt a sztárság másik igen fontos kortárs dimenziójához, a girl-next-door típusú sztárhoz képest, akinek a magánélete terjed ki a színpadi szerepléseire, a színpadi szereplések hétköznapivá,

mindenki által elérhető teljesítménnyé válnak. Ez az a dimenzió, mely a sztárság 21. századi fejlődését vélhetően meg fogja határozni. S ennek vonatkozásában beszélünk Lady Gagáról mint *utolsóról*. A két jelenségben természetesen közös a konstrukció-volt elfogadása, hiszen mindkettő beágyazódik a jelentéstermelés gazdasági folyamataiba,<sup>5</sup> a kultúrjavak termelésének kapitalista gépezetébe, abban van viszont a különbség, hogy a színpadot viszik-e a privátba vagy pedig a privátot a színpadra. A privát színpadiasítása tipikusan poszt-posztmodern vagy Lipovetsky terminusával hipermodern<sup>6</sup> jelenség: olyan alkotói ars poeticák állnak mögötte, melyek a nyolcvanas-kilencvenes évek sztárvilágán szocializálódtak.<sup>7</sup>

1. A név tartalma a medialitás és a konstrukció címszavaiban ragadható meg. A névválasztás önmagában jelentős – és nem pusztán anekdotikus háttere miatt. Egyrészt – és ez az anekdotára utal – benne van az énhemeneutikák<sup>8</sup> felőli megközelítés lehetősége: a haveri kör általi névadás az egyéni átértelmezésében sajátos életstratégiákká alakul. Lady Gaga önmagáról mesélt történetei szerint<sup>9</sup> azért kapta ezt a nevet barátaitól, mert mindig túlságosan színpadias volt: az énépítésben ez a jellemzés tudatosan vállalt stratégiává alakul át, a színpadiasság folyamatos törekvés, maga az autentikusság. Ennek az összefüggésnek a szlogenné alakítása a *Born this Way* szövege, melyben a gyerekkori élményre való utalás (az anya kijelentése, hogy mindannyian sztárnak születtünk, illetve a tükör előtti sminkelés) a személyiség tudatos pozicionálásának már a kezdeteknél jelen levő tapasztalatát hangsúlyozza. A szörnyanya manifesztójában egy új rassz megszületése van ott, mely az alien<sup>10</sup> kapcsolatos kulturális imaginárius összes populáris kultúrában jelen levő jelentésrétegét mozgásba hozza. Másrészt a *Queen Radio Gaga* című számára utalva a név a rádió televízióval szembeni térvesztésében egy halott médium újrapozicionálási lehetőségeire, a médium általi megjelenítés fontosságára reflektál. A név tehát a mások szemében látszó én fogalomra hozását, illetve a megkésett-ként érkezetség és e megkésetttség korszerűségként történő értelmezését jelenti.

2. A hírnév. Lady Gaga első két albumának címe *The Fame* (2008), *The Fame Monster* (2009) vagy a *Born this Way* albumon szereplő *The Edge of Glory* (2011) explicitté teszi, hogy ez az életmű tipikusan posztmodern jelentéscserén alapszik: a következményt helyettesíti a kiváltó okkal, a célt a célhoz vezető úttal, a formát a tartalommal.<sup>11</sup> A dalszövegeknek nincs más tartalmuk, mint a brand tartalmáról való beszéd, sőt: ez a tartalom nem más, mint a brand sikeressége önmagában. A divat, az öltözködéskultúra mint központi tényező ennek a gondolatsornak lesz metaforája: a ruha helyettesíti a testet: I am anyone you want me to be.<sup>12</sup>

3. A hírnév terjesztése.<sup>13</sup> Hogyan történik meg ez a jelentős tartalmi átrendezés a számok mondanivalója és képanyaga által? A tömeg, a tömeg érdeklődésén élősködő paparazzi, az eszközökkel bánni tudó outsider a klippek főszereplői. A karrierépítés és az alkotói identitáskeresés tematizálása összekapcsolódik az életútra való hivatkozással: Lady Gaga nem a berobbanó sztártípus, a tinikorban felfedezett, még éretlen tehetség, hanem háromévnnyi arculatkeresés és -építés előzi meg a mainstreambe való bekerülést, s ennek a folyamatnak a tapasztalati hozadéka folyamatos témataralékot jelent.

4. A társadalmi imaginárius értékeinek formai megjelenítése. Lady Gaga számainak másik tematikus erőssége a hírnév és a siker formai elemeire való hivatkozás. A modellértékű párkapcsolathoz kapcsolódó jelentések halmozásában az *Americano* a tipikus, az *Electric Chapel*, a *Bad Romance* a tipikusra épülő rendhagyót építi fel. A „holy fool” több klipben is visszatérő szókapcsolata önreferenciális: a társadalmi normaszegést a társadalmi normák asszimilálása után és annak következményeként értelmezi az énekesnő magatartásmintáira utalva.

5. Utolsó összetevőként a Gaga-koncept három kulcsfogalmát említeném: az autentikusság, a másság és a freakség kategóriáit. 1996-ban jelenik meg Garland Thomson szerkesztésében egy olyan társadalomtörténeti ihletésű tanulmánykötet,<sup>14</sup> mely az emberi test furcsaságaira, malformációira érzékeny látványkonstrukciókat tekint át. Ezen az úton a kötet – érthető módon – Michael Jacksonig jut el. Lady Gaga megírásra vár, illetve Victor P. Corona és Mathieu Deflem Gagáról szóló tanulmányai lehetnek a következő fejezet.<sup>15</sup> Vagy éppen azok a viták, melyek Lady Gaga testének jelentésére kérdeztek rá: szexuális vagy aszexuális, nőies vagy androgün, szép vagy csúnya?<sup>16</sup> Ezeknek a kérdéseknek a hasonló intenzitású felvetődése a határsértés jele: Lady Gaga testéről nincs konszenzuális társadalmi tudás. Ő a freak, a szörny. És innen az alien-mitológia jelentősége.

Összegzésként az illusztratív esettanulmány előtt Victor P. Corona hipotézisét foglaljuk össze: Lady Gaga esetében a hollywoodi sztárgyár brandépítési stratégiái a hipermodern individualizmusra és autenticitáskultúrára kapcsolódnak rá, s ezáltal a Lady Gaga-jelenség jelentésrétegei a legkülönbélebb identitásfaktorok szerint meghatározódó szubkultúrákba képesek beágyazódni. Ez lenne Lady Gaga hírnévreceptjének titka.

Lady Gaga nemcsak totális sztár és *utolsó*, aki színházként éli meg a magánéletét, és minden nyilvános megjelenését színpadiassá teszi, hanem totális alkotó is, aki a médiát egyenesen színpadként használja, ahol ő a teljhatalmú rendező és a főszereplő is, a (el)játszás tudatos, a mechanizmus pedig felmutatott. A média ugyanis alapvetően olyan eszközként definiálja magát, amely kapcsolatot teremt a nyilvánosság és bárki más között, és ebben a formában vagy láthatatlannak tetteti magát, vagy csak önmagáról mint „a csodáról” képes beszélni.<sup>17</sup> A médiát körülölelő talány és önimádat pontosan a szerkezetet, a markánsan felépített színpadot rejti el és misztifikálja, Lady Gaga pedig – miközben teljes mértékben (ki)használja a brandépítéséhez azt – erre a szerkezetre mutat rá, és ezt leplezi le. Vagyis Lady Gaga egyszerre bizonyítja az említett sztárgyár sikerességét, illetve a gépezet sekélyességét. A gyors és elsöprő hírnévre jutása elsősorban a sikeres marketingről tesz tanúságot: ekkor még a furcsa image-hez társuló tartalom igencsak homályos, de a Gaga által azóta is előszeretettel használt sokkeffektus már hat. A popsztár megteremtése mögött azonban pontosan felépített koncepció van, amiben a (szín)játék és az előadásjelleg igen fontos szerepet kap.

A média működésének leleplezéséhez használt módszer az elidegenítés,<sup>18</sup> ami pedig teátrális eszközökkel történik. Philip Auslander, aki a popzenészeket performereknek tekinti, a popzenész identitásait Simon Frith<sup>19</sup> nyomán a következő három kategóriába sorolja: a valós személy, az előadás personája, illetve a karakter.<sup>20</sup> Frith értelmezésében a karakter „a dal személyisége, az a szerep, amelyet mindenik dalszöveg megkövetel”, ehhez kapcsolódik a sztár személyisége, az ún. arcmás (image), az előadás alatt pedig együtt érvényesül e kettő játéka (double enactment). Ennek alapján az auslander-i értelemben vett szerepfelvétel több szinten történik: Stefani Germanotta megteremti Lady Gagát – ez az a persona, aki majd eljátssza a karaktert, a férfi alterego Jo Calderone-t. Az identitások közötti határvonalak itt nem olyan egyértelműek, mint a hagyományos színházi szerepfelvétel esetében, és bárminémű elválasztás felszámolná a személyiség vetületei közötti szellős átmenetet és a spontán interakciókat, amelyek e modellnek elengedhetetlen komponensei. A magánember Germanottát tehát a média színpadának nézőiként ismeretlennek kell feltételeznünk, minden – a nyilvánosság számára látható – tettet pedig Lady Gagának tulajdonítanunk.

Lady Gaga olyan performer, aki valamely zenei dramaturgia mentén hozza létre az előadását, amely előadás önmagára mint performerre reflektál, mindenkori központi témája pedig a performer personájának ünneplése. Más szóval: Lady Gaga nemcsak alanya, de tárgya is a zenei előadásnak. „Posztdramatikus testű”, vagyis teste már nem szemantikai test, hanem ez a test már önmagában a jelentést prezentálja, az alkotói folyamat pedig ennek megfelelően nem a testek között (between the bodies), hanem a testtel, a testen, a testhez utalva (with/on/to the body) történik. A test nem hordozza, hanem felmutatja az agónia képét, és a játszó teste immár nem médium, amely illusztrál vagy reprezentál, hanem önmagát kínálja fel.<sup>21</sup> A test mint kinyilatkoztatás erős önéletrajziséggel társul, és ez teremti meg a „valóságéffektust”: Roland Barthes kifejezése arra a jelenségre vonatkozik, amikor „a néző úgy érzi, részt vesz a bemutatott eseményben, magával ragadja a szimbolikus világ, nem művészi fikcióval vagy esztétikai reprezentációval szembeesül, hanem valós eseménnyel”.<sup>22</sup>

Bár az önmagát felkínáló test állandóan önmagáról beszél és önazonosnak mutatja magát, mégis – a saját magáról és az írókról valló Foucault-t idézve – „rejtőzködő test”, amely ellenáll az „anyakönyvek moráljának”, és nem akar arcot saját magának.<sup>23</sup> Gaga az önmaga művészi megformálásában egyszerre mutatkozik meg és rejtőzködik el: megjelenéseit a meglepetés és sokkhatás logikája szerint alakítja, az állandó másságban pedig az egyetlen kiszámítható dolog maga az, hogy biztosan mindig más lesz. De míg az eszközök (ruhák, smink, haj, vizualitás stb.) tekintetében nincs határ, a tartalmat illetően a persona felbukkanásától kezdődően változatlan „az üzenet”.

A Gaga-jelenség örök témája a szexizmus és homofóbia ellen való fellépés, és minthogy mindkettő erőteljesen kapcsolódik a médiához (hiszen a média előszere-tettel promoválja a szexizmus és homofóbia előítéllettel teli és illuzionista ideáit), Gaga az ellen is állást foglal. A kritika megfogalmazódik mind a látványszerkesztésben, mind pedig bizonyos szerepek és magatartásminták felmutatásán keresztül. Ebben az esetben egy újabb „szerepfelvételt” lehet tetten érni: Lady Gaga, aki eredetileg rockzenészként indult, eljuttassa a női popzenészt, a popzenész viszont úgy viselkedik, mintha férfi rockzenész volna. Vagyis már maga a test alapvetően „drámai” (ahol a drámai Judith Butler nyomán nem tragikumot, hanem performanciát jelent):<sup>24</sup> a szexualizált női testen a tipikusan maszkulin rockkultúra diskurzusa folyik. A szegecses bőrruha, a hosszú szárú fekete csizma, az ágyék elé lógatott hangszer vizuális jelzések, de a maszkulinitás Lady Gaga magatartásában is nyomon követhető. A Monster Ball Tour koncertfelvételén például az állítólagos férfi nemiszervéről beszél, amikor harsányan felszólítja a közönséget, hogy táncoljon. Ugyanitt az egyik rajongótól elvesz egy Barbie babát, letöri a baba fejét, szétfeszíti a lábát, majd bedobja a közönségbe, a babafejet pedig a szemérméhez dörzsöli, és azt is visszadobja. A Barbie baba megszenteltetésével egy olyan tárgyról alkot véleményt, ami a mai napig jelentősen meghatározza a nőképet. A szexista objektummal olyan tettet visz véghez, ami egy férfítől elfogadhatatlannak és erőszakosnak minősülne, egy nő esetében viszont valóságos protestálás.

Lady Gaga tehát nem válik a tömegmédiá szexuális játékvá: nem tartozik azon tipikus szexi énekesnők körébe, akik a média színpadán a szexista női képet erősítik, és valójában felemésztydnek annak bilincseiben. Inkább bizarr és sokkoló ő, mint nőies vagy szexi. Teste queer test: pályája kezdetén például igen széles körben terjedtek pletykák arról, hogy igazából férfi volna vagy esetleg hermafrodita, majd Jo Calderone megalkotásával olyan pucckirályt teremtett meg, akiről az első fotók megjelenésekor a média még nem tudta bizonyosan megállapítani, hogy kicsoda – vagyis a szerepjáték és a nemcsere nem volt egyértelműen beazonosítható.

A teljes körű azonosulás és a harsány eltartás feszültségében körvonalazódik ez a persona, az állandó kibillen(t)és, illetve a konstrukció és dekonstrukció ördögi körének vonzásában. Lady Gaga esetében nemcsak a sztárlétből kifolyólag teatralizálódik a személyes élet: a színház az élet esztétizálásának esélyét jelenti, amely már a médiába való berobbanását is megelőzi. A hírnév ugyanis belülről fakad („mindig is híres voltam, csak akkor még nem tudtátok”<sup>25</sup>), a nyilvánosság pedig változatlan kísérője Gaga életének, aki gondolatban és egyedüllétében is tekintetek keresztüztében érzi magát. Lady Gaga megjelenése tehát már önmagában látványosság (spectacle). A hangsúlyozottan csinált külső (look) fizikailag is felnagyítja a sztárt (lásd az irtatlan magas sarkú cipők), a szobor- vagy akár képszerűre festett arc, a hozzá tartozó kiegészítők és az önmagában is igencsak hatásos öltözékek valóban színházi figurát csinálnak az énekesnőből. Itt minden ki van találva, gondoljunk csak a bőrből készített öltözékek ellen protestáló húsruhára, hogy csak a legevíden-sebbet említsem. A kép, amit megteremt egy-egy ilyen szerelés, már maga történetet mond, sőt cselekszik. Az említett húruha például már önmagában performatívum, jelenléte és használati módja rendkívül beszédes.

A tökéletesre sminkelt és dizájnolt énekesnő, aki hibátlanra formázott figuraként jelenik meg, az őt megörökítő millió fotó ellenére is illékony jelenség, aki éjszakára összemaszatolódik, és másnapra teljesen felismerhetetlenné válik a csillogása: „Gyakran úgy ébredek fel, hogy a paróka csúszik le a fejemről, és a hamis anyajegyem az arcom másik oldalán van.”<sup>26</sup> A szoborszerű alak, az élettelen és élet feletti figura egyik napról a másikra hiúsul meg. Az image-et mindig újra és újra meg kell teremteni, újra kitalálni és összeállítani. Lady Gaga teatralitása tehát ebben a főnix-létben is áll: olyan művész ő, aki nap mint nap újrajátssza magát, vagyis játssza a saját show-jának főszerepét.

A címben feltett kérdés eredetileg az lett volna: ki ez a lány? A kérdés Gaga esetében rossz – s Madonna-epigonként való emlegetése éppen emiatt téves. Lady Gaga nem lány, hanem a populáris kultúra alkotóját fausti természettel felruházó, a mindenfajta megbélyegzés, kategorizálás ellen tiltakozó konstruktum.

#### ■ JEGYZETEK

1. Legutóbbi és pontos összefoglalás: Peter J. Martin: 1995.
2. Mathieu Deflem: 2012b.
3. E fogalmat Cornelius Castoriadis-felfogásában használjuk. Lásd Cornelius Castoriadis 1987. 157–160. „Az, amit a modern társadalom racionalitásaként mutatnak fel, egyszerű *formai* kérdés...” 156. Ford. tőlem K. A.
4. A sztárkutatás kortárs perspektíváiról lásd Munk Veronika: *Sztárság elméletben*. Médiakutató 2009. Tavasz. Online elérhetőség: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2009\\_01\\_tavasz/01\\_sztarsag\\_elmeletben/](http://www.mediakutato.hu/cikk/2009_01_tavasz/01_sztarsag_elmeletben/) (2012. 07. 09.)
5. Ennek a sztárságtípusnak a paradigmatisms összefoglalását adja David P. Marshall 1997.
6. Gilles Lipovetsky 2004.
7. Lásd például Karl Lagerfeld hasonló paraméterek között elgondolt karrierépítését: a magánélet teljes megtagadását, a bulvártémaként való létezés létformává alakítását. Ehhez lásd Alicia Drake 2006.
8. A fogalom meghatározásához lásd Michel Foucault 2001.
9. Ennek az anekdotának a hátteréről lásd Bard Larosa: *How Stefani Germanotta Became Lady Gaga*. ABC News 2010. 01. 21. <http://abcnews.go.com/2020/lady-gaga-tells-barbara-walters-felt-freak/story?id=9612835#.TrBA-GCEYps> (2012. 07. 10.)
10. Az *Alien* Ridley Scott által rendezett 1979-es film, melynek földöntúli civilizációjának látványtervét H. R. Giger svájci képzőművész tervezte, s mely a science fiction egyik legnépszerűbb mémévé vált.
11. Ezek a hangsúlyváltások Jacques Derrida munkáira vezethetők vissza, itt azonban eltekintünk e referenciák felsorolásától.
12. Az vagyok, akinek akarsz. Lady Gaga, Fashion. 2009-es szám, a *Confessions of a Shopaholic* (r. P. J. Hogan, 2009) c. film soundtrackjéről.
13. Ehhez a kérdéshez lásd Mathieu Deflem 2012a.
14. Rosemaria Garland Thomson 1996.
15. Victor P. Corona 2011, Mathieu Deflem 2012b.
16. E vitákhoz nem kapcsolunk itt magyarázó linkeket, Mathieu Deflem 2012b tanulmányában bővebb kifejtést talál az olvasó.
17. Umberto Eco 1992.

18. Az elidegenítés (Verfremdungseffekt) a színház bevett formulája, amelynek eredete Bertolt Brechtnél és az ő epikus színházában keresendő.
19. Lásd Simon Frith 1996.
20. Philip Auslander 2004.
21. Hans Thies-Lehmann 2006.
22. Patrice Pavis 2006.
23. Vö. Michel Foucault: *A tudás archeológiája*. Atlantisz, Budapest, 2011. Idézi P. Müller 2009.
24. Lásd Judith Butler 2005.
25. Lásd Neil McCormick: *Lady Gaga: 'I've Always Been Famous, You Just Didn't Know It'*. Independent.co.uk., 16 february 2010.
26. The Ellen Show: *Lady Gaga – The Full Interview!*

## ■ IRODALOM

- Auslander, Philip: *Performance Analysis and Popular Music: A Manifesto*. Contemporary Theatre Review 2004. 1. 1–13.
- Butler, Judith: *Jelentős testek*. Új Mandátum, Bp., 2005.
- Castoriadis, Cornelius: *The Imaginary Institution of Society*. Polity Press, 1987.
- Corona, Victor P.: *Memory, Monsters and Gaga*. Journal of Popular Culture 2011. 2. 1–19.
- Deflem, Mathieu: *Marketing Monster. Selling the Fame of Lady Gaga*. In: *The Wicked Twins. Fame & Notoriety*. Exhibition catalogue, Paul Robeson Galleries, a program of Rutgers, The State University of New Jersey 30–35. Exhibition dates: January 17 – April 19, 2012. (A hivatkozásokban Mathieu Deflem 2012 a)
- Deflem, Mathieu: *The Sex of Lady Gaga*. In: Richard J. Gray II. (ed.): *The Performance Identities of Lady Gaga. Critical Essays*. NC: McFarland 2012. 19–32. (A továbbiakban Mathieu Deflem 2012b)
- Drake, Alicia: *The Beautiful Fall. Lagerfeld, Saint Laurent, and Glorious Excess in 1970s Paris*. Little, Brown and Company, New York, 2006.
- Eco, Umberto: *Már nem átlátszó a képernyő*. In: Uő: *Új középkor*. Európa, Bp., 1992. 62–87.
- Frith, Simon: *Performing Rites: On the Value of Popular Music*.: Harvard University Press, Cambridge, MA; 1996.
- Foucault, Michel: *L'herméneutique du sujet. Cours au Collège de France 1981-1982*. Haute Études, Gallimard, Seuil, Paris, 2001.
- Lipovetsky, Gilles: *Les temps hypermodernes*. Nouveau Collège de Philosophie, Grasset, Paris, 2004.
- Marshall, David P.: *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*. University of Minnesota Press, Minneapolis, 1997.
- Martel, Frédéric: *Mainstream. Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*. Champs Actuel, Flammarion, Paris, 2011.
- Martin, Peter J.: *Sounds and Society. Themes on the Sociology of Music*. Manchester University Press, 1995.
- Pavis, Patrice: *Színházi szótár*. L'Harmattan, Bp., 2006.
- P. Müller Péter: *Test és teatralitás*. Balassi, Bp., 2009.
- Thies-Lehmann, Hans: *Postdramatic Theatre*. Routledge, London–New York, 2006.
- Garland Thomson, Rosemarie (ed.): *Freakery. Cultural Spectacles of the Extraordinary Body*. New York University Press, New York, 1996.

## ■ WEBGRÁFIA

- <http://www.gagacourse.net/>  
<http://gagajournal.blogspot.ro/>  
<http://www.gagafontrow.net/>  
<http://www.blackocean.org/with-deer/>

## ■ VIDEÓK

- A Very Gaga Thanksgiving (2011), r. Lady Gaga  
 Lady Gaga 60 minutes interview (2010) - <http://www.youtube.com/watch?v=KaoBHxFOIKc&feature=related>  
 The Ellen Show: *Lady Gaga – The Full Interview!* 28. April 2011.  
<http://www.youtube.com/watch?v=1AKBLJeTXnU> „I would wake up in my wig falling of my head and my fake mole is on the other side of my face”