

Garaczi Imre

Eszztétikai ítélet és a test reprezentációja

A modern filozófiai diskurzusokban kitüntetett helyet foglalnak el az emberi test ontológiájáról szóló elméletek. Először Thomas Hobbes főművében fogalmazódik meg a világ korporális szemléletének elképzelése. Az emberi testhez képest különbözteti meg az életvilág különféle jelenségeit, amelyeknek forrása és határa a külső test fogalma. „Egyenként tekintve minden egyes gondolat egy rajtunk kívül álló test – amelyet általában tárgynak nevezünk – valamilyen tulajdonságának vagy más kísérőjegyének lenyomata, illetve megnyilvánulása. A tárgy hatást gyakorol a szemre, a fülre vagy az ember egyéb testrészeire, és e különböző hatások különböző jelenségeket váltanak ki.” (HOBBS 1970, 13. [Továbbiakban: *Leviatán*])

Hobbes elméletében a világ jelenségei testeket, testcsoportokat alkotnak; tárgyszerűek, s ide tartoznak a nemcsak kézzel fogható, tapintható korpuszok, hanem az olyan entitások is, mint a törvények, az állam és a gondolatok. Az államtest, mint élő fogalom, főleg a premodern időkben volt használatos, amikor konkrétan a király testét jelentette. A későbbi királygyilkosságokban emiatt is fontos szerepet játszott az uralkodó testének szimbolikája, ugyanis I. Károly és XVI. Lajos lefejezése a republikánus politikai színház előadásain a feudalizmus államtestének megölését is jelentette.

Mindez szorosan összefügg a deduktív geometriai gondolkodásmóddal. Bármely test legalapvetőbb tulajdonsága a mozgás, amely az élet dinamizmusát jelenti. Ez a mozgás elsősorban materialisztikus alapon elképzelt mechanikus helyváltoztatást jelent. Így a filozófia is a testekről szóló tudomány, s ezáltal a szubsztancia és a test egyenrangú fogalmakká válnak, tehát nincsenek testetlen szubsztanciák. Hobbes számára nem létezik semmilyen testen kívüli általános. A statikus világot a testek rendszerének és mozgásainak egymáshoz való viszonya jellemzi, és a kauzalitás aktuális indítékai alapján kerülnek egymással kapcsolatba a természetes testek a mesterséges korpuszokkal. Az előbbit Hobbes a természetfilozófia tárgykörébe sorolja, míg az utóbbit az államfilozófia tárgyává teszi¹.

A *Leviatán*, mint politikai test, a szuverenitás hordozója. Az a tény, hogy a világ-egész működését testviszonyok korrelációjaként jeleníti meg Hobbes, alkalmas volt arra is, hogy háttérbe szorítsa a mitológiai és teológiai világmagyarázatokat. Ennek a szemléletmódnak a gyökerei Démokritosz és Epikurosz ismeretelméletére vezethetők vissza. A mozgás keltette affektusok az egyes tárgyak vonzásaiban és taszításaiban nyernek kifejezést, s ez a viszony alkotja az egyetemes világ rendjét. Hobbes megkö-

¹ Hobbes a különféle tudományterületek felosztását a következőképpen rendszerezi: „A tények ismeretének feljegyzését történelemnek hívjuk. Ennek két fajtája van: az egyiket természetrajznak nevezzük, amely a természet emberi akarattól független tényeinek és hatásainak, például a fémeknek, növényeknek, állatoknak, vidékeknek és más hasonlóknak története. A másik politikai történet, amely az államban élő emberek akarati cselekedeteinek története. A tudományos feljegyzések olyan könyvek, amelyek az egyik állításnak a másikra vonatkozó következményeit tárgyalják – ezeket rendszerint filozófiai műveknek nevezzük.” (*Leviatán* 74.)

zelistémódja alapvetően antropológiai. Bármely létező entitás anyagszerű, és jelentőségét csak más entitásokkal való viszonyában nyeri el. Ez az elmélet jelentős követőkre talált a XIX. és a XX. században.² A test elméletének és misztikumának fontosságát a modern biológiai és szociológiai kutatások is jelzik, valamint egyre inkább előtérbe került a test szociológiájának társadalmi kontextusa.

A test ontológiai megközelítése megkerülhetetlenné vált a modernitás társadalmi és kulturális diskurzusaiban. Kant esztétikájában a test a tárgyak célszerűségi elvének alapján jelenik meg az izlésítéletekben. Ez a célfogalom szorosan összefügg az eszköz fogalmával. Kant a célszerűséget tekintve megkülönbözteti a formális és materiális típusokat. Kiindulópontja a természet szerves világa. Az emberi célok előképei a természet evolúciós folyamataiban jelennek meg. A természeti és emberi tárgyak kapcsolatait Kant a kauzalitás rendszerébe foglalva írja le. Hobbes viszont a külső testek vonzások és taszítások alapján felfogott mozgásait állítja a középpontba, Kant számára az ok-okozati kapcsolatok a testek közötti belső integrációra, kooperációra utalnak. Ezt az óraszerkezet részeinek és egészének viszonyával példázza. Mindezt a kauzalitás eszköz-célrendszerében így jeleníti meg: „[...] hogy egy dolog természeti cél legyen, először az szükséges, hogy részei – létezésük és formájuk szerint – csak az egészre való vonatkozásuk által legyenek lehetségesek. [...] Ahhoz viszont, hogy egy dolog mint természeti alkotás önmagában és belső lehetőségében célokra való vonatkozással bírjon, vagyis ahhoz, hogy csak mint természeti cél, rajta kívüli eszes lények fogalmainak kauzalitása nélkül legyen lehetséges, ehhez az szükséges, hogy részei azáltal kapcsolódjanak össze egy egésznek az egységévé, hogy egymáshoz való viszonyukban kölcsönösen okai és okozatai formájuknak, [...] így [...] az egész eszméje határozza meg valamennyi rész formáját és összekapcsolódását. Egy testet ezért csak akkor ítélnélünk önmagában véve és belső lehetősége szerint természeti célnak, ha részei mind formájuk, mind kapcsolódásuk szerint összességükben kölcsönösen létrehozzák egymást, [...] tehát [...] ha a ható okok összekapcsolódását egyszersmind végokok általi okozatként lehet megítélni, [...] s csak ekkor s csak ezért lehet az ilyen alkotást, mint szerves és önmagát szervező lényt, természeti célnak nevezni.” (KANT 1997, 307–308.)

Ez a gondolat tekinthető a modern kulturális antropológiát megalapozó egyik forrásnak, amely alapvetően a kultúra és a természet viszonyát állítja a középpontba. Mind-ebből fakadnak azok az elméletek, amelyek az embert mint befejezetlen biológiai lényt tételezik, aki immáron nincs otthon a természetben, és a szocializáció folyamatának segítségével az intézmények és a kultúra védőernyője alatt lel menedéket a környezeti tényezők veszedelmes fenyegetéseitől.

Megjelenik ez a gondolat az evolucionizmushoz kapcsolódó szociáldarwinizmusban is, amely nagymértékben járult hozzá az emberi test tanulmányozásához a viktoriánus korszakban. Ebben az időben a kutatók legfőképpen a darwini elmélet három elemét vizsgálták. Az első szerint: az ember mindenféleképpen a természet része; másod-

² A testviszonyok sajátos értelmezésmódjait is elemzi Mihail Bahtyin a *François Rabelais művészete, a középkor és a reneszánsz népi kultúrája* című művében (Budapest: Európa, 1982. Fordította: Könczöl Csaba). Értelmezésében kiemeli például a groteszk test fogalmát, amelyet egy határtalan, kozmikus entitásként mutat be. Ugyancsak átfogó elemzést nyújt a civilizációs folyamatokkal összefüggésben Norbert Elias *A civilizáció folyamata* című munkájában (Budapest: Gondolat, 1987. Fordította: Berényi Gábor). Kiváló áttekintést nyújt a különféle testtipológiákról Lafferton Emese *Az ember és a társadalom testéről a modern tudományok tükrében* című tanulmányában. In *Replika* 28., 1997. december, 39–57.

szor: a faji különbségek jellege és jellemzői alapján alakul ki a természetes kiválasztódás elmélete; végül ebből a tradícióból fejlődik ki Konrad Lorenz agresszió-elmélete is.

De innen fakad a szociobiológia kísérlete is, amely az ember genetikai örökségének terminusaiból próbálja feltárni az emberi univerzálialkat. Erre épít elsősorban az etnográfia és az etnológia. Ezekből az elméletekből a XX. század társadalomtudományai három tézist vizsgálnak: az emberi testiség korlátozásait, a szexualitás és a szociokulturális összefüggések rendszereit, illetve a nemtől függő tények társadalmi alapelvekként való értelmezését.

A testről szóló diskurzusokban már a múlt század első felében megjelennek a test változó határainak értelmezései.³ Különbőféle kulturális minták alapján a test metaforává is válik. Ennek gyökerei a kereszténységben a bibliai hagyományokra vezethetők vissza, hiszen először Krisztus teste vált az egyház alapvető metaforájává, sőt már a római társadalomban megjelenik az a narratíva, amely az emberi testrészek funkcióit a társadalom működési mechanizmusaihoz hasonlítja. A XX. század végére az antropológiai kutatások eredményei megegyeznek abban, hogy bármely elméleti és tapasztalati kontextus legfontosabb felülete a test. Ehhez képest vagy éppen írhatók le a társadalmi státus, a családi állapot, valamint a nemi és vallási hovatartozás jellemzői.

Korunkban a fogyasztói kapitalizmus számára az egyetlen és legfontosabb üzleti cél az eladási mechanizmusok testre irányítottága. A XX. század elméleteit alapvetően határozta meg Nietzsche feltevése az erős szenvedélyek szublimációjáról, illetve Freud szexualitás- és neurózis elmélete. Ezt az örökséget legplasztikusabban Heidegger, Foucault és Derrida filozófiája tudatosítja. Mindehhez kapcsolódik még Max Weber történeti szociológiája, amely talán elsőként fogalmazza meg azokat az etikai aggodalmakat, amelyek szerint az aszketikus protestantizmusból kinövő kapitalizmus olyan emberi lényeket formál, akik mindössze egyszerű fogaskerekek funkcióját töltik be az állam gépezetében; s ezek nem mások, mint lélektelen bürokraták és szívtelen hivatalnokok.

Nietzsche szigorúan támadja a teológusokat, a nyárspolgárokat és az államhivatalnokokat, mert megvetették a testet. A XX. század második felében a test sajátos elméletét dolgozza ki Michel Foucault, akinél a különféle társadalmi felügyeletek metszéspontjában áll a panoptikum-szerű rendszerek hasznos és fegyelmezett teste. Itt a test technikái az én technikáinak civilizációs mechanizmusaival függnek össze. Ezzel kapcsolatban a szexualitás nem a pusztá funkció működésének keresztmetszeteiben írja le, hanem az igazság egyik formájaként: „A szexualitás a vágy igazsága.” Foucault, szakítva a korábbi történeti és kulturális értelmezésekkel, megírja az érzések, a viselkedés és a test történetét. Ennek lényege a test új típusú, XX. századi kontextusa, amely a hatalom és a szexualitás viszonyában jelenik meg. A posztmodern szinte mítosszá, mitológiává emeli a testet. Megfogalmazódik a test halála, amely egy folyamat következményeként a technika segítségével virtuális testeket hoz létre⁴. Emily Martin tagadja ezt az elméletet: „Nem a test végét tapasztalhatjuk, hanem a testeket és az embereket

³ A XX. század második felében a modern test kultúrszociológiájának újfajta értelmezéseit teremti meg Michel Foucault a *Felügyelet és büntetés* (Budapest: Gondolat, 1990., Fordította: Fázsy Anikó és Csűrös Klára) és *A szexualitás története* (Budapest: Atlantisz, 1996., Fordította: Ádám Péter) című műveiben.

⁴ Ennek plasztikus elméletét Paul Virilio dolgozta ki azzal összefüggésben, hogy megalapította a sebesség tudományát, a dromológiát. E szerint korunkban már a sebesség falához érkeztünk, s nincs lehetőségünk a további gyorsulásra. Ez a koncepció megkérdőjelezi az euroatlanti modernitás kényszerű növekedésre állított fejlődés és haladás paradigmáit.

megszervező sémák közül az egyiknek a letűnését, és egy másiknak a fölemelkedését. Az e folyamat által előidézett transzformációk mélysége indokolja részben azt is, hogy a test miért bővülte el a tudományos közéletet.” (MARTIN 1997, 126.)

Durkheim közvetítésével jelenik meg ismét Hobbes elmélete a testről, hiszen itt is az egyéneknek a társadalmi testbe való integrálódása áll a középpontban. Ebbe a tradícióba illenek azok az apokaliptikus értelmezések, amelyek a társadalom végét és – Heidegger szavával – a filozófia halálát jósolják. Felerősödnek a különféle férfi- és nő kutatásokban a társadalmi identitással kapcsolatos diskurzusok. Ezek egyetértéssel abban, hogy a mindent átölő társadalmi szerződések már nem tarthatók fenn a továbbiakban. A társadalom, mint ideál, inkább az érzéki testek viszonyaira korlátozódik. Meghirdették a test reformációját. A test különböző típusai, metamorfózisai egyre inkább metaforákban és szimbólumokban nyernek teret. Ez az átalakulás hasonlatos a testkultusz késő középkori vagy kora modern felfogásaihoz, amikor a középkorban a transzcendencia által evakuált testet a dionüszoszi életérzés szabadította fel. Erre példa Hieronymus Bosch festészete, amely a test felszabadulásának eszkatológiáját mutatja be (GARACZI 2004).

Napjaink elméletei a test reformációjáról elsősorban az érzéki tapasztalatok üzleti vonatkozásait hangsúlyozzák, illetve megőrzik a protestáns eredetű modern test jellemzőit, s legfőképpen a test kontrolljának tudományát tükrözik. A modern test az euroatlanti civilizáció egyik legfontosabb entitása jelenkorunkban.

A legújabb poszthumán kutatások immáron felvetik a test nélküli gondolkodás lehetőségét is. Mindebben fontos szerepet játszik az a tény, hogy a XX. század teljes mértékben átforgatta az emberiség viszonyát a vizualitáshoz. Felmérések szerint egy esti TV-nézés alkalmával több képpel találkozunk, mint a modern kor előtti társadalmak tagjai egész életük során. A kép által megjelenített vágy lett az ipari és posztipari kapitalizmus legfőbb célja. Napjaink világának üzleti paradigmái arra irányulnak, hogy ezt a vágyat hogyan lehetséges létrehozni, ösztönözni és ellenőrzés alatt tartani.

Bataille szerint a modernitás kultúrájának tragédiáját a tradíciókban megőrzött szakralitástól való eltávolodás jelenti. A profán világ legyen semleges, a tömegtársadalmat alkotó egyének magányosak, csak a test létezik, a lélek háttérbe szorul. Ebből fakad az is, hogy a halál tényét a késő modern társadalom nem képes kezelni, s száműzi a kultúra beszédmódjaiból. A halál szinte nem létezik, mert nem hasznosítható, és nem építhető be az öröklétre berendezkedő fogyasztói mechanizmusok világába⁵.

Richard Shusterman a *Pragmatista esztétika* című könyvében javaslatot tesz egy új diszciplína bevezetésére, amelyet szomaesztétikának nevez. Ezt így definiálja: „[...] testünknek a szenzoros-esztétikai élvezet és a kreatív önformálás helyszínének meg tapasztalására és használatára irányuló kritikai és melioratív vizsgálódás [...] azokkal az ismeretekkel, diskurzusokkal és gyakorlatokkal és a testtel kapcsolatos diszciplínákkal foglalkozik, amik a szomatikus problémákkal való törődést strukturálják, vagy képesek arra, hogy tökéletesítsék. Ha félretesszük a test iránti hagyományos filozófiai előítéletet, és egyszerűen emlékeztetünkbe idézzük a filozófia alapvető céljait, tehát a tudásra, az önismeretre való törekvést, a helyes cselekvést és a jó élet keresését, akkor a szomaesztétika filozófiai értéke több területen is világosan megmutatkozik.” (SHUSTERMAN 2003, 478.)

⁵ Ezt a tematikát dolgozza fel az *Antropológia az ember halála után* című kötet (Szerk.: Dietmar Kamper, Christoph Wulf. Budapest: Jászóvegy Műhely, 1998., Fordította: Balogh István).

Elméletét így foglalja össze: a kezdet az érzéki percepció, amely bármely ismeret és cselekvés alapja, és amely a megismerés lépcsőfokaként már rendkívüli bizonytalanságokra teremt lehetőséget, ezért már itt szükséges bevezetni az önmegismerés, az erény és az önuralom iránti elkötelezettségét, hiszen ha a filozófiának egyik fő célja a boldogság és a boldogulás keresése, akkor a szomaesztétikának a test (mint örömeink helye és médiuma) melletti elkötelezettsége nyilvánvalóan nagyobb filozófiai figyelmet igényel. Itt előtérbe kerül a testi tudatosság és fegyelem kérdése, amely nagymértékben befolyásolja a gondolkodást. Ezzel kapcsolatban jegyzi meg: „A kortárs filozófia egyik szomorú érdekessége, hogy oly sok kutatást szenteltek a fájdalom ontológiájának és episztemológiájának, de oly keveset pszichoszomatikus irányításának, befolyásolásának és nyugalommá vagy örömmé való átalakításának.” (SHUSTERMAN 2003, 483.)

Shusterman széles körben merít a foucault-i testelméletből, s kiemeli ezzel kapcsolatban, hogy napjainkban kulcsfontosságúvá vált a hatalom által alakítható és engedelmessé tehető testekről alkotott elmélet. Az emberi test szomatikus törvényeinek ismerete szorosan beépült a modern politikai filozófiákba. A fő kérdés az, hogy miként lehetséges komplex hatalmi hierarchiákat széles körben gyakorolni és reprodukálni anélkül, hogy ehhez explicit törvényeket kellene alkotni, avagy ezt nyilvánosan lenne szükséges kikényszeríteni.

Az érvényt kereső és kutató ideológiák észrevétlenül materializálódnak és kódolódnak testi normákba, s így válnak szomatikus értelemben szokásokká. A lényeg, hogy a kritikai tudat számára láthatatlanok legyenek. Idetartoznak szerinte az olyan előítéletek, „hogy a rendes nők szépen beszélnek, karcsúak, könnyű ételeket esznek, szorosan összezárt lábbal ülnek, és a passzív szerepet vagy az alsó helyzetet választják a heteroszexuális közösülés során, mind megtestesült normaként működnek, fenntartva a nők társadalmi alávetettségét, miközben teljes szabadságot élveznek.” (SHUSTERMAN 2003, 484.)

Shusterman szerint a testünkbe kódolt, elnyomó hatalmi viszonyok, a nem kívánt identitások pontosan az alternatív szomatikus gyakorlatok révén kérdőjelezhetők meg, s tehetők kritika tárgyává. Az utóbbi évtizedekben már számos példa mutatja, hogy korunk nőkutatói és feminisztái gyakorlatába egyre jobban beépülnek ezek az elemek. A Foucault által kinyitott palackból szétáradó üzenetek már világszerte megtapasztalhatók a test-teoretikusok és test-terapeuták munkásságában.

Shusterman még kiemeli az analitikus filozófia fontosságát a jelenkori testelméletekkel kapcsolatban, illetve felhívja a figyelmet a keleti filozófiák szomatikus összetevőire, ahol például a testedzés az etikai önképzés alapja, valamint előfeltétele a mentális egészségnek és a pszichológiai önuralomnak. Elméletének záróköve az a kíváncsiság, hogy a testről folytatott diskurzust az ezredfordulón kétfajta mederbe lenne szükséges terelni: egyrészt egy rendszerező áttekintésre, architektónikára lenne szükség ahhoz, hogy a látszólag összemérhetetlen diskurzusokat egy produktív és szisztematikus elméletbe egyesítsék, másrészt egy világos pragmatikus orientációra a filozófiákban, amit az egyén közvetlenül tud átültetni egy hatékonyabb, szomatikus gyakorlatba. Mindehhez három dimenziót javasol, amelyek koherens együttműködése tenné lehetővé a jövőbeli diskurzusok eredményeit. Ezek az analitikus szomaesztétika, amely a test hagyományos ontológiai és episztemológiai kérdéseit vallatja; a pragmatikus szomaesztétika, amely már normatív és előíró jelleget is feltételez, természetesen alternatív módon; valamint a gyakorlati szomaesztétika, amely a szomatikus önfejlesztés reprezentációjában nyilvánul meg.

Mindezt Shusterman elsősorban az esztétikai dimenzió kereteiben képzelel el. Ám hozzáfűzi azt, hogy „[m]int filozófus, aki jószívvel pártolja diszciplinájának szélesebb körű és gyakorlatibb koncepcióit, jobban örülnék neki, ha a szomaesztétika a filozófián belül indulna fejlődésnek, s így a filozófiát is erősítené” (SHUSTERMAN 2003, 499–500). Mindehhez hozzáfűzhetjük, hogy napjainkban még nyitott kérdés az, melyik diszciplína vállalja ennek az új elméletnek a kiteljesítését. Annyi azonban már bizonyos, hogy Shusterman gondolatait egyre szélesebb körben értelmezik és fejlesztik tovább különféle tudományok.

Mike Featherstone szerint a modernitás korában a fogyasztói kultúrán belül a testekkel kapcsolatos elméletek kétféle dimenzióban vizsgálhatók. Az egyik a külső, a másik a belső testre irányul. A külső test vizsgálata az általános formában való megjelenést, valamint e forma közösségi téren belüli mozgását tanulmányozza. A belső test elsősorban az egészségi állapotot és annak karbantartását célozza meg. E szemléletnek mostanára széles körű irodalma bontakozott ki. Elsősorban a szociokulturális, a demográfiai és a humánökológiai aspektusok kutatása vált jellemzővé. A külső test egyre jelentősebb tényezővé összefüggést feltételez a megjelenés és a szubjektum viszonyai között, s ebből fakadnak a modern tömegtársadalom testeinek felügyeleti és esztétikai kérdései, melyeknek fő lényege, hogy a külső és a belső test kapcsolata napjainkra egyértelműen és teljesen a külső testet kell, hogy szolgálja.

Mindez összefügg azzal a testpolitikai átrendeződéssel, amelynek következtében a társadalom számára példaértékűnek megfogalmazott testek – mint az élsportolók, popénekesek és a valóság-show-k szereplőinek teste – már a tömegfogyasztás eladási stratégiáit elégítik ki, s nem a szellemi, erkölcsi vagy hősies magatartást, ami általában a korábbi századokra volt jellemző. A késő modern kor kapitalizmusának legnagyobb üzlete a tömegtársadalmakat alkotó, magányos emberek testi kívánságainak és vágyainak kielégítése. A XX. század elején az euroatlanti világban a termelékenység és a fogyasztás megnövekedésével új típusú diskurzusok alakultak ki a testről. Ezek egyik legfőbb közös jellemzője az, hogy a megnövekedett termelékenység következtében az emelkedő reálbérek új és szélesebb körű társadalmi igényeket teremtettek, amelyek legfőképpen a test hedonizmusára irányulnak. A tömegtermékeket előállító, dolgozó tömegeknek meg is kell vásárolniuk ezeket az árucikkeket annak érdekében, hogy az így keletkezett profit képes legyen arra, hogy fenntartsa az állandó és kényeszerű növekedés sebességére épített tőzsdei világrendet.

Mindez azzal is összefügg, hogy a múlt század elejétől létrejött a szabadidő új fogalma, hiszen az előállított árucikkek tömeges elfogyasztásához a társadalom tagjainak időre van szüksége. Ez a fogyasztás ideje, ez a szabadidő. A tömegcikkek elfogyasztásának legfontosabb közgazdasági mutatója a sebesség. A fejlődés „kényszere” előidézi a különféle mesterséges, manipulált és szimulált eladási technikák kialakítását. Ebből fakadnak a modern életvezetés, és életstratégiamodellek. Ekkortól a reklámetechnikák fokozatos kiszélesedése a jellemző. A reklám és marketing a század második felére már hatalmába kerítette a társadalmi- és magánélet szinte minden szeletét. E technikák legfőképpen a nyelvi és vizuális formákat alkalmazzák. Mögöttük tudományos alaposágú szociológiai és pszichológiai vizsgálatok állnak. A fő kérdés az, hogy miként lehet a társadalom tagjait direkt és indirekt módszerekkel minél nagyobb méretű természetes és presztízsfogyasztásra motiválni. Mivel az egyes nemzedékek a maguk természetes módján beleszűletnek az egyre szélesedő eladási technikák világába, ezért már kritikátlanul elfogadják a reájuk zúduló árumarketing informa-

tikai özőnét. Ennek a folyamatnak a kialakulását M. Featherstone így foglalta össze: „A szabadidős életstílust dicsőítő, a viselkedés új normáit és sztenderdjait hirdető új médiumok – a mozi, a bulvársajtó, a tömeges példányszámú magazinok és a rádió – az 1920-as években megteremtették a fogyasztói kultúra alapjait. Az új erkölcs legfőbb szószólója a reklám lett, amely arra csábította az embereket, hogy vegyenek részt a valaha csupán a felsőbb osztályok számára hozzáférhető javak – árucikkek és élmények – fogyasztásában; igaz, egy olyan, arányosan csökkentett változatban, amelyben a bőség képei hamarosan túlszárnyalták a fogyasztási cikkek valódi tulajdonságait. A fiatalság, a szépség, a fényűzés és a jólét képei lazán hozzákapcsolódtak az árukhoz, ami régóta elfojtott vágyakat ébresztett, s egyben arra emlékeztette az egyént, hogy élete összes szférájában helye van az önfejlesztésnek. A hagyományos értékek és erkölcsök fokozatosan visszaszorultak, ahogy az élet egyre több és több területét befolyásolta a terjeszkedő piac és annak árpropagandája. Amint a szabadidő és a szabadidős tevékenységek is bekerültek a piac vérkeringésébe, a hobbik, szórakozások és élmények egyre nagyobb mértékben bizonyos áruk megvásárlásától kezdtek függeni.” (FEATHERSTONE 1997, 73.)

Ez a folyamat döntő változásokat idézett elő a társadalom tagjainak egyéni, belső és egymáshoz való, külső viszonyaiban. A modern tömegember életvezetésében programmá, sőt szórakozássá, kellemes szabadidős tevékenységgé vált az árucikkek beszerzésének rítusa. Erre sok időt kell szentelni. Ezzel függ össze az is, hogy a XX. század második felében már a vasárnap is az árubeszerzések idejévé vált. Az, hogy a vasárnap funkciója átalakult, döntő változást jelent az európai civilizáció életében. Korábban ugyanis a keresztény vallás tanításából fakadóan a hét utolsó napjának szerepe a pihenésre, a családi kohézió fenntartására és a szellemi gyarapodásra irányult. Ez a szerepváltás egyértelműen az áruladési manipuláció kikényszerítő hatásainak következménye. A posztmodern kor marketingetikája azt sugalmazza, hogy a vásárlás is jó dolog, hiszen ezáltal is szélesebb körben és több idővel gazdálkodva képes a tömegember kielégíteni reális és presztízsszükségeit. Ezáltal a vasárnap ünnepi jellege, a heti munkafolyamatokból kiemelkedő értékvilága fokozatosan megszűnőben van. Vasárnap reggel tömött sorokban indulnak a családok a plázákba, a szuper- és hipermarketekbe, s több órát töltenek el a hatalmas vásárlócsarnokokban, ahol a nyomasztóan nagy tömegű árucikkekkel és egymással kapcsolatban militáns érzések alapján pakolják tele a posztmodern harci szekeret, a kerekben gördülő bevásárlókocsit. Az egyes árucikkek megtalálása, összegyűjtése e posztmodern harci szekérbe taktikai és stratégiai készségeket követel. Amikor a vásárló az előre tervezett módon beszerezni kívánt fogyasztási cikkeket, valamint a spontán vágyak alapján kiválasztott termékeket teljesen összegyűjtötte, és elindul a pénztárgépek felé, akkor egy hadicselekmény kielégült győztesének érezheti magát, s ha mindez párosul azzal, hogy a harci szekérével sikerült olyan pozícióit kivívnia egy pénztárgépnél, ahol már kevesen vannak előtte, akkor, a fizetés megtörténtével, úgy érezheti, hogy nemcsak a csatákat, hanem a háborút is megnyerte, s így győztesként térhet haza. Mivel ez a folyamat az euroatlanti kultúra egyik mitologizált rítusává vált, ezért J. Baudrillard a hipermarketeket a modernitás templomainak nevezi.

Ez a folyamat azt a pszichológiai érzést alakítja ki, hogy egész heti munkájának beteljesedett az értelme és az eredménye. Ez az érzés azt a képzetet általánosítja, hogy az élet s a szabadság kiemelkedően fontos értéke és eredménye a fogyasztás. Természetesen történelmi távlatban, a szélesebb társadalmi összetevőket vizsgálva, nem ítéltető

el a tömegember ilyen irányú cselekménye, hiszen a korábbi történelmi korszakokban, főleg a tömegtermelés és a tömegtársadalom kialakulása előtt, a társadalom dolgozó rétegeit, csoportjait az árucikkekhez és a fogyasztáshoz való szűkös viszony jellemezte. Etikai és vallásantropológiai szempontból pedig – például a középkor embere – a természetes fogyasztási szokásaiban, a statikus, transzcendens világkép alapján csak a reális önfenntartásra fordította figyelmét, és semmiféle érzülete nem volt arra, hogy azért szerezzen nagyobb jövedelmet, hogy többet fogyaszthasson. Ennek alapja még az is, hogy a középkorban teljes mértékben hiányzott a materiális alapú menyniségi és minőségi értelmű fejlődésgondolat.

A modern manipulációk teljesen átalakították és a feledés homályába száműzték azokat a normákat, melyek a hagyományos társadalmi viszonyokat jellemezték. A reklámok hatására kialakult az új mágikus rendszer, amelyben az áruhoz és a fogyasztáshoz való viszony jelenti a tömegember politikai és kulturális értelemben vett szocializációját. Ez a jelenség még összefügg azzal is, hogy az áruk eredeti használati értékének egykori nyomai is teljes mértékben a feledés homályába merültek. Kialakult a helyettesítő használati érték fogalma, s ez tölti be a valódi érték szerepét. Mindennek pszichológiai háttere az, hogy éppen mely árucikkekhez kapcsolódó illúziók és mítoszok értékesíthetők jó áron. Ezzel kapcsolatban Featherstone kiemeli, hogy a használat és az érték elválása a jelentés egyfajta függetlenedéséhez vezet, ami épp az ellentéte a jelentés tradicionális kultúrákban megfigyelhető, nyilvánvaló állandóságának.

A reklámok filozófiájának meghatározó eleme a „lebegő jel” effektusa: „Oly módon értékeli át ugyanis a használat fogalmát, hogy bármilyen minőség vagy jelentés összekapcsolódhasson bármely kulturális termékkel. Ebben az értelemben a reklám természeténél fogva modernista, amikor elősegít egy utáncat- vagy kollázseffektust, melyben a kívánt hatás elérése érdekében a kulturális értékek készletének teljes szélessége és mélysége bevehető. A reklám a mindennapi élet egyfajta költészetét nyújtja, a magas kultúra modernista értékeinek a fogyasztói kultúra nyelvére lefordított változatát. Ebben az értelemben a fogyasztói kultúrát néha ellenkultúráként fogják fel, amely nem ismer el semmiféle megállapodott meggyőződést, s a rugalmasságot, a mobilitást és az újat részesíti előnyben. Miután a vizuális média dominanciája a két világháború közötti időszak óta fennáll, a reklám képessé vált arra, hogy a kulturális képek terjedelmes, közös tárházából merítve diffúzabb, többértelmű életstílus-elképzeléseket alkosson, amelyek tetszés szerint összekapcsolhatók az árukkal. A reklámon és a fogyasztói kultúra képi világán belül bizonyos – akárhányszor átdolgozható, végtelenül kombinálható – témák ismétlődnek: fiatalság, szépség, energia, jó kondíció, mozgás, szabadság, romantika, egzotikum, fényűzés, élvezet, szórakozás. De bármi legyen is a képek ígérete, a fogyasztói kultúra befogadótól éber, erélyes, számító és maximalista hozzáállást vár el – itt nincs hely a megállapodott, a szokványos vagy az unalmas számára.” (FEATHERSTONE 1997, 75–76.)

Ezt a folyamatot erősíti a fogyasztói kultúra fejlesztésének dominanciája, amely az utóbbi száz esztendőben kiemelkedően fontos jelentőségűvé vált, hiszen a tömegtermelés árucikkeinek állandóan új és új piacokat kell teremteni. Ez természetesen szerepet játszott abban, hogy a korábbi társadalom értékei – például az önmegtartóztatás, a mértékletesség, a türelem, a takarékoság stb. – kiszorultak a közösségi diskurzusokból. A tömegtermelés góleme számára olyan társadalmi lényekre van szükség, akik kifelé fordultan nyitottak, s állandóan készen állnak arra, hogy új és új üzleti impulzusokat legyenek képesek befogadni a fogyasztás megnövelése érdekében. Ennek módsze-

re a manipuláción és az agresszivitáson alapul. A tömegcikkék előállításá mögött ott áll egy tudományos alapokon szervezett pszichológiai nagyüzem, amely azzal foglalkozik, hogy nyelvi és vizuális rendszereken keresztül nevelje, meggyőzze a tömegembert az újabb és újabb szükségletek vállalásáról. Ez a folyamat szorosan kapcsolódik a külső testre való irányultsághoz, hiszen minden áru és szolgáltatás vagy akár szellemi aktus a manipulált testet kell, hogy szolgálja, s mindennek progresszív bevételeket kell létrehozniuk. Mindez beleilleszkedik a hamis progresszió hirdetésébe, hiszen a mindennapi élet egyre nagyobb sebességére ösztönöz, s egyedülivé teszi az ember számára a fogyasztásban elért szabadság eszményét. Ezt a folyamatot kiegészítik a különféle játékelméletek is, hiszen az áruféleségek megszerzése és maga a fogyasztás is olyan játékká válik, melyet az egyén magányosan és társas formában is végezhet.

Történeti összefüggéseiben a tömegemember még azért is boldognak érezheti magát a fogyasztói kultúra langyos vizében való megmártózása közben, mert olyan életforma szimulációját valósítja meg, amelyre a korábbi időszakokban csak az adott társadalmak elit rétegei voltak képesek. Elősegíti még ezt a folyamatot az is, hogy ebben a szimulációban a tömegemember egy önálló és szabad mikrovilágot épít magának, ahol tevékenységét, életritmusát nem korlátozzák metafizikai értékmechanizmusok, vallás-etikák, családi hagyományok.

Így a fogyasztói kultúra világa falanszterizált elemeket is magába foglaló rendszerré és ideológiává vált. Ez a folyamat fokozatosan ment végbe: „Az alapvető szabadság persze a fogyasztás szabadsága, bár a hedonista életstílus és az állandóan bővülő szükségletek a folyamatos gazdasági növekedésen nyugszanak. A haladás ideológiáját és a kései kapitalista társadalom képességét az áruk előállítására először a XX. század végi gazdasági és ökológiai válság rázta meg. Nem mintha ez a fejlődés és a fogyasztás vele járó szabadsága valaha is elérte volna a társadalom összes szektorát. A fogyasztói kultúra kezdeteitől fogva népes embercsoportok ki voltak zárva belőle: a hirdetések először a középosztályra irányultak, és csak fokozatosan avatták be a munkásosztály egyes rétegeit is a fogyasztói életstílusba. A fogyasztói kultúrának a bőség és a jó élet ábrázolásai közepette megvan a maga sötét oldala is – a szegénység és a munkanélküliség realitása. Bármilyen hiányosságok legyenek is a kapitalizmus arra való képességében, hogy eljuttassa a fogyasztási cikkeket és a fogyasztói életstílust a népesség összes szektorához, kulturális képekben soha nem volt hiánya – így azok számára, akik a fogyasztói kultúra sötét oldalán lakoznak, a fogyasztás a képek fogyasztására korlátozódik.” (FEATHERSTONE 1997, 79.)

Így a vizualitás szerepe teljes mértékben a test kielégítésének dominanciájára épül. Ez a test már látszólag teljesen felszabadult, s nem tekinthető többé úgy, mint a bűn felülete és eszköze. A középkor ugyanis eltakarta és háttérbe szorította a test vágyait, és megpróbálta kiiktatni a testet mint felületet. A keresztény vallás rendkívül szigorú dogmákat írt elő az egyéneknek a saját teste szemléletét illetően. A testhez és a testiséghez kötődött a legerősebb büntudat. Ez az inkognitó egyrészt természetesen következett a vallás transzcendentalitásából, másrészt, a népvándorlás-kor barbarizmusa után fontos szerepet töltött be a rendi társadalom egységének megteremtésében, hiszen a testhez való szigorú viszony a társadalmi fegyelem alapja volt.

A XX. századi fogyasztói világ viszont éppen ezt a testet tette meg középponti médiummá, hiszen a tömegvilág fogyasztásának a test a legfontosabb tárgya. Kialakul az ideális test vizuális és magas értékű képe, amely a legkiválóbb reklámhordozó. Ezt a testet nem önmagáért, az emberi nembeliség hordozójaként kell tisztelni és karbantar-

tani, hanem azért, mert üzleti- és reklámfelület. Ez a követelmény alakítja ki az emberi test modern és posztmodern esztétikáját. Ennek legfontosabb összetevői: a szép és arányos test fedetlen látványa, amelyet jó kondícióban és egészségben kell tartani; a ruházat már nem a test eltakarását, hanem a megjelenítését és kiemelését szolgálja; a modern tömegember számára a test nem egy eleve adottság, hanem formálható, építhető és alakítható entitás. Fontos a test kinézete, hiszen az alakíthatóságban rejlik az egyik legnagyobb üzlet. A társadalom számára meghirdetett ideális testek – sportolók, színésznők, popénekesek – arra szolgálnak, hogy identifikációs bázisokat teremtsenek, s felhívják a tömegembert arra, hogy azonosságát ne önmagában, hanem az ideál megvalósításában keresse. Mindez természetesen komoly költségekkel jár. A testpar legszélesebb kiépülése az Egyesült Államokban ment végbe, ahol sikerült a legmagasabb átlagéletkort elérni az elmúlt évtizedekben. Ennek a jelenségnek egyik természetes összetevője, hogy az egészséges és jól karbantartott test tovább él, de ne feledkezzünk meg arról sem, hogy ez a test tovább is fogyaszt, tehát továbbra is alanya a tömegtermelésnek.

A testről szóló diskurzusok különböző felfogásai napjainkra a testpolitika és a biopolitika egyre szélesülő kereteiben lelnek otthonra. Ennek legfontosabb részterületei: a divat és a test kapcsolata, a test lázadása és a szabadság összefüggése, az egészség és politika kérdésköre, az ökológiai dimenziók, valamint a szexualpolitika és az etika kapcsolata. Ezek az ismeretkörök szinte kivétel nélkül és állandóan jelen vannak korunk közgondolkodásában. Milyen sors vár a test fogalmára a XXI. században? Ez nagymértékben függ attól, hogy a róla szóló diszkussziók alapvetően disszeminatív, avagy kooperatív módon teljesítik ki önmagukat. Képesek leszünk-e a több évszázad alatt felszabadított testet ismét birtokba venni?

IRODALOM

- FEATHERSTONE, Mike 1997. *A test a fogyasztói kultúrában*. Ford.: Erdei Pálma. In M. Featherstone – M. Hepworth – B. S. Turner: *A test. Társadalmi fejlődés, kulturális teória*. Budapest: József Műhely.
- GARACZI, Imre 2004. *A bűn mint a művészi ábrázolás forrása*. In Garaczi Imre: *Korszellem és műalkotás*. Veszprém: Veszprémi Humán Tudományokért Alapítvány. 86–102.
- HOBBS, Thomas 1970. *Leviatán*. Ford.: Vámosi Pál. Budapest: Magyar Helikon.
- KANT, Immanuel 1997. *Az ítélőerő kritikája*. Ford.: Papp Zoltán. Budapest: Ictus.
- MARTIN, Emily 1997. *A test vége?* Ford.: Kalocsai Csilla. In *Replika*, 28, december.
- SHUSTERMAN, Richard 2003. *Pragmatista esztétika. A szépség megélése és a művészet újragondolása*. Ford.: Kollár József. Pozsony – Budapest: Kalligram.