

Pucér Kelet

Nagy Zsolt

A huszadik század nemcsak az Egyesült Államok lehengető ereje miatt vált Amerika évszázadává, hanem az amerikai anyag lehengető hatása és presztízse miatt is. Világszerte az amerikai dollár lett az egyetemes fizetőeszköz. Az európai művészet legbecesebb műtárgyai és a legnagyobb európai művészek közül sok átkerült az Atlanti-óceán túlsó partjára, az Egyesült Államokba. Az amerikai egyetemek a világban folyó kutatások és stúdiók középpontjává váltak. Az amerikai szokásokat, az amerikai filmeket, az amerikai zenét a világ legtávolibb zugában is utánózni kezdték. Már 1925-ben európaiak milliói jobban ismerték az amerikai filmszillagok nevét, mint tulajdon miniszterelnökökét (Lukacs 1994: 408).

Mi itt Európában jól értjük a dolgok kigondolásának, elemzésének, átgondolásának a művészetét. Senki sem vitathatja el tőlünk a történelmi kifinomultságot és a konceptualista képzelőerőt, ezekre még az Atlanti-óceánon túli elmék is féltékenyek. A ragyogó igazságok, a legszedületesebb teljesítmények manapság mégis a

Csendes-óceán határvidékén vagy Manhattan vonzáskörében születnek. New York és Los Angeles a világ közepe, ezt meg kell vallani – akkor is az, ha néhány vonásuk egyszerre lelkesít és kedvetlenül el bennünket (Baudrillard 1996: 34).

Véget ér majd a történelem
Egy örök pillanat lesz a végtelen
(Európa Kiadó 1983)

Az euro-atlanti civilizáció története során a világ mindenkeri vezető gazdasági és kulturális központjai Keletről fokozatosan Nyugat felé tolódtak el. A „termékenység félhold”, Hellasz, Róma, a reneszánsz itáliai városállamai, Németalföld aranykora, Spanyolország nagy százada, Anglia és Franciaország forradalmi, majd az Atlanti-óceánon átlépve New York, a Szilikon-völgy és Hollywood uralma következett. Jelenleg a fejlődés centruma kétségkívül Észak-Amerikában van, és a világ többi része különböző fejlettségi fokon álló perifériának tekinthető, ám ez utóbbin belül is komoly különbségek vannak.

Az alábbi írás szándéka szerint a posztmodernizálódott euro-atlanti régió és az 1989 utáni Közép-Kelet-Európa között zajló – véleményem szerint alapvetően egyirányú – „interakció” néhány – elsősorban a kultúrához köthető – jelenségét járja körül.

Történészek és politológusok szerint 1989-ben véget ért a hosszú 19. századot (1789–1914) követő rövid 20. század, azóta a 21. században élünk. A hidegháború vége, a Szovjetunió fölbomlása és Kelet-Európa „felszabadulása” nyomán Francis Fukuyama japán-amerikai(!) történész nem kevesebbet hirdetett, mint a történelem végét.

A liberális demokrácia *eszményét* nem lehet meghaladni [...] az alapvető elvek és intézmények nem fejlődnek tovább. Nem a történések értek véget, [...] hanem a Történelem, vagyis az egyetlen, összefüggő és következetes fejlődési folyamatként értelmezett történelem (Fukuyama 1994: 5).

Az első „tudományosan megtervezett társadalom”, a szocializmus történelmi kísérlete zsákutcának bizonyult. Vezető államalakulatának összeomlása után a szovjet típusú társadalmak – a történelemben páratlan módon – egy korábbi gazdasági-társadalmi formációhoz „kanyarodtak vissza”, és ez valóban Fukuyamát látszik igazolni. Vannak azonban olyanok, akik némileg sötétebben látják a dolgot:

Amikor leomlott a berlini fal, és rés nyílt a szabadság felé, a keletkezett ürt nyomban az internacionalizmus új formája töltötte be. Miközben az Egyesült Államok politikusai azon ujjongtak, hogy „véget ért a hidegháború, és mi nyertünk”, a nemzetközi Tőke bejelentette minden ideológia végét. Ami nem csupán azt jelenti, hogy a kommunizmus halott, de azt is, hogy a „demokratikus republikanizmus” beteljesítette hivatását és üres bálvány lett. Ettől kezdve kizárólag egyetlen erő „uralkodik”: a pénz racionalitása (Wilson 1996).

Miközben a „szocializmus építésében” részt vett országokban a kései modernizmus értékeit (folyamatos gazdasági növekedés, teljes foglalkoztatottság, szociális biztonság) fogalmazták meg követendő célként, az euro-atlanti kultúrák gyors ütemben posztmodernizálódtak. A fogalom itt annak a posztindusztriális, jóléti társadalomnak a kialakulását jelöli, amely a hatvanas évektől kezdve az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában volt megfigyelhető. Miközben az európai integráció nyomán Nyugat-Európában hanyatlóban van a nemzetállami szint, Kelet-Európát az etnikai feszültségek fokozódása jellemzi. A posztmodernitásban, a globális és lokális világában, a helyi problémák megoldásához a nemzetállam túl nagy, a globális kérdések szempontjából túl kicsinek tűnik. A Nyugat a globális integráció, a Kelet a regionális dezintegráció és az anakronisztikus nemzeti autonómia irányába tart, miközben képtelen az etnikai és más kisebbségeket érintő kérdések kezelésére. A posztmodern egyik jellemző vonásának tartott multikulturalizmusnak – szavú kritikus szerint ez pusztán egy „stratégia, mely »Amerikának« mint ideának és mint társadalmi ellenőrzésnek a megmentésére szolgál” (Wilson 1996) – a keleti régióban szerény esélyei vannak.

A közép-kelet-európai történelem „elkanyarodásának” időszaka nagyjából egybeesett a posztmodern szemléletmód amerikai és nyugat-európai térnyerésével. Erről az információk szabad áramlásától előbb hermetikusan, majd oldottabban, de mindvégig többé-kevésbé elszigetelten „fejlődő” országokban nagyon keveset lehetett tudni. A „visszakanyarodást” követően a közép-kelet-európai országok az új, posztmodernizálódott „első világgal” találták szemben magukat.

A végső paradoxon a rendszerváltással jött létre. A kelet-európai színpadon megjelent a kínálati piac, a multi- és szupranacionális javak teljes repertoárja. Ezzel együtt azonban továbbtűnt a kalkulálható biztonság, a szolid, ám stabil életszínvonal, melyet a korábban jelentős, de most gyors apadásnak indult középosztály élvezett. A magyar és – itt talán megengedhető az általánosítás – a kelet-európai fejlődés nagy kérdése, hogy abból a pofonból, amelyet a rendszerváltás nem kívánt következményeivel való szembesülés jelent, merre tántorognak tovább ezek a társadalmak (Dessewffy 1993: 20).

A posztmodern berendezkedésű, viszonylag stabil Nyugattal ellentétben a keleti államok társadalmi struktúrája, politikai viszonyai és kulturális jellemzői az átalakulás szakaszában vannak. A felszíni és látványos elemek a nyugati modell felé történő közelítést mutatják, a mélystruktúrák mozgása viszont az attól való eltávolodásról árulkodik.

A 20. század második felében beköszöntő posztmodern korszak teoretikusai körében széles körű egyetértés mutatkozik a nagybetűs Történelem befejeződésével kapcsolat-

ban. Szerintük a Történelem abban az értelemben ért véget, hogy befejeződött a felvilágosult racionalizmus, illetve metafizikai és pozitivista változatainak uralma, amely a középosztálybeli fehér férfiak eurocentrikus hatalmát jelentette. Ami befejeződött, az a „hivatalos”, az univerzális, az egységesített, rasszista, szexista, imperialista Történelem és történetírás, a mindenkori győztesek történelme. A Történelem vége a „történelmek” kezdetét jelenti, a sokféleség, a másság, a relativizmus, a mellérendelés előnyben részesítését a lineárisan és teleologikusan felfogott Történelemmel és annak krónikáσαιval szemben.

A modernitás korát fölváltó posztmodern korszak egyszerre jelöl egy társadalmi állapotot, egy művészeti stílust, egy mentalitást, egy Történelem utáni időszakot és a jelenkori kultúra általános feltételrendszerét. A posztmodern lényege a modernista kánon elutasítása a megközelítésmódok sokfélesége, a műfajok és irányzatok keveredése jegyében; állítása a modern – vagy talán az egész – kultúra kimerülése és hanyatlása. Érvénytelennek nyilvánítja vagy szkepszissel kezeli a „metanarratívákat”, a világot egységesen magyarázni kívánó „nagy elbeszéléseket” (Lyotard 1993: 8). Kopernikusz, Darwin és Freud munkássága nyomán az újkori ember három nagy illúzióját volt kénytelen feladni: nem ő az Univerzum középpontja, az állatvilágtól nem minőségileg, csak fejlettségében különbözik, és nem ura saját tudattalanjának sem. A posztmodern dekonstruál és decentralizál; a minden jelenséget racionalizáló, osztályozó és címkéző, törvényhozó, teleologikus és monologizáló Modern Ész felvilágosult uralmával szemben a nézetrendszerek pluralizmusát, a különböző diskurzusok egymásmellettségét tartja kívánatosnak. A „posztmodern feltétel” egy olyan posztindusztriális fogyasztói társadalom kialakulását feltételezi, amelyben a társadalom „tojás alakú”: a tetején (kiugróan gazdagok) és az alján (nagyon szegények) viszonylag kevesen vannak, a döntő többséget a stabil jólétben élő középosztály alkotja. Ebben a társadalomban kulcsfontosságú szerepet játszanak az új technológiák és a tömegközlelési eszközök. A kései (poszt)kapitalizmusban a társadalom mint olyan átesztétizálódott, a lehető legtágabban értelmezett (tömeg)kultúra pedig áthatja a mindennapi életet. A posztmodern az általánostól az egyedi, az egységtől a sokféleség, a mélységtől a felszín, az eredetitől a másolat, a szerzői műalkotástól az olvasói „szöveg” (Barthes 1991) felé tart. A nagybetűs Igazságot a kisbetűs igazságokkal, a Történelmet történelmekkel váltja föl; úgy gondolja, hogy senki sincs általánosan érvényes tudás birtokában, a legjobb esetben is csupán a helyhez és időhöz kötött részismeretek érvényesek.

A posztmodern a régimódi kizárólagosság helyett az eklekticizmust juttatja szóhoz [...] könnyed, mozgékony, semmiféle hitvallásba nem merevedő szemlélet, amely iszonyodik a végleges elköteleződéstől. [...] Minden kultúra egyaránt legitim és minden dolog kulturális jellegű. [...] a sport, a divat, a szabadidő kopogtat a kultúra ajtaján” (Finkelkraut 1996: 141–145).

A „posztmodern a kései kapitalizmus kulturális logikája” (Jameson 1984: 53), amelyben a műalkotás a „technikai sokszorosíthatóság” (Benjamin 1969: 301) révén elvesztette auráját. A reprodukció (fotó, film, video, xerox) és az új információátviteli technológiák (hanglemez, magnetofon, CD ROM) következtében – a történelemben először – az emberiség kulturális öröksége tömegmértékben hozzáférhetővé vált, és bármilyen jellegű felhasználás számára nyitott. A posztmodern sajátossága, hogy az ironia, a stílusutáztatás, az intertextualitás, az újraértelmezés és a módosítás eszközeivel fordul feléjük, kulturális tevékenysége leginkább az idézet, a montázs, a parafrázis, a módosítás, az el- és áttemelés, a kisajátítás és a dekonstrukció fogalmaival írható le.

Már a modern korszak „kultúrhipa” (Adorno és Horkheimer 1990: 147) tömegtermelésre rendezkedett be, és jelentős mértékben hozzájárult a tömegfogyasztás rendszerének

kialakulásához. A fordizmus futószalag-logikája szerint készült sztenderdizált és szabványosított szériadarabok „a kultúra kibékíthetetlen elemeit, a művészetet és a szórakozást egyetlen hazug képletbe, a kultúripar totalitásába foglalják” (Adorno és Horkheimer 1990: 165). A fogyasztó ebben a szisztémában olyan tárgy vagy gép, amely semmiféle önállósággal nem rendelkezik, és akit a kultúripar felülről képes manipulálni és integrálni. A kultúripar célja az eladható és hasznot hozó termékek előállítása, alapvető érdeke pedig önmaga bővített újratermelése. Legfontosabb terméke a hirdetőknak eladható, áruvá alakított fogyasztó. A kapitalizmus a munka világán túl a szabadidőre is kiterjesztette hatalmát. Például a televíziós során – amellyel közreműködünk önmagunk áruvá tételében – legalább olyan keményen dolgozunk az árukapitalizmus számára, mint a munkás a futószalag mellett. A szélsőséges jelenségek integrálása nyomán kialakuló látzólagos kulturális sokféleség alapvetően a rendszer stabilitásának a záloga.

A kultúripar majdnem teljes hegemoniára tett szert a modern lélek felett, és mint a kulturális értékek első számú alakítója saját ideológiai céljait ülteti az emberek fejébe a társadalmi ellenőrzés érdekében; ennek eredményeként a népszerű kultúra az elnyomás egyik legfontosabb eszköze lett. Amikor a kultúripar azt adja az embereknek, amit szeretnének, valójában azt adja nekik, aminek a kívánására korábban már ránevelte őket, vagyis azt, amit a kulturális manipulátorok akarnak. A kanti „cél nélküli célszerűség” helyébe a „céltudatos céltalanság” lépett; a mindent átható szórakoztatás a felszínesen odafigyelő passzív és kritikátlan befogadást célozza, amit a bevett minták alapján készülő kulturális termékek gyártásával és forgalmazásával ér el. A termékek strukturális hasonlóságai a kultúripar által alkalmazott technika – a terjesztés és a reprodukció – következményei. A kultúripar igyekszik fenntartani az újdonság és az eredetiség látszatát, a fogyasztó szabad választásának mítoszát is (Coca Cola és Pepsi Cola, Westel és Pannon, McDonalds és Burger King). A kultúripar megpróbálja előírni a helyes és elvárt fogyasztói viselkedést és reakciókat is. Legfőbb célja a fogyasztói reakciók automatizálása, az egyéni ellenállás forrásainak gyöngítése. A „történelmen túli” ideálisnak tekintett világállapotban, a konszenzus és a béke társadalmában a javakban bővelkedő fogyasztó számára az életminőség kérdései kerülnek előtérbe. A posztmodern korszakban a magaskultúra és a tömegkultúra közötti évszázados elkülönülés és megkülönböztetés is eltűnni látszik. A posztmodern kulturális állapot alapvető problémáit – a politikai és osztályszempontú megközelítéseken túllépve – az olyan kulturális „szövegekkel” és eljárásmodokkal kapcsolatos gondolkodás és elemzés jelenti, amelyek korábban kívül estek az akadémiai tudományok érdeklődési körén. Az átalakulást érzékelő kulturális elemzések – többek között a *Cultural Studies* és az *Annales-kör* munkássága, a (poszt) strukturalizmus, a nyelvfilozófia és a kulturális antropológia szemléletmódjának térnyerése nyomán – olyan jelenségekkel foglalkoznak, mint a sport, a divat, a reklám, a hajviselet, a bevásárlás, a játékok és a társadalmi rítusok. Környezetszennyezés, ózonlyuk, globális fölmelegedés, az állatok jogai, bio- és *body*-politika, a nőmozgalmak és a feminizmus, a szexuális és etnikai kisebbségek önszerveződésai, a hagyományos szexuális szerepek és identitások változásai, a család mint intézmény válsága és eróziója, a fogyasztó rejtett manipulációja a médiumok segítségével, az öregedés társadalmi kezelésének kérdései – fontossági sorrend nélkül a posztmodern érdeklődési körének néhány kikristályosodási pontja. Ezek a vizsgálódások olyan komoly elméleti felkészültséggel történnek, mint korábban bármely magaskultúrában létrejött alkotás esetében. Bizonyos értelemben már önmagában ez is posztmodern jelenség, ami a korábbi hierarchikus különbségek oldódására, annak a kulturális mezőnek a kiszélesedésére utal, ahol a társadalmi, a gazdasági és a kulturális jelenségek, a munka és a szabadidő, a szórakozás és a vásárlás elkülönülése már nem olyan egyértelmű, mint a modernizmusban.

Lead, follow, or
get out of the way
(Amerikai irodafelirat)

Amerika – felfedezésétől kezdve – szinte mindent az öreg kontinensnek köszönhet, de az európai örökséggel egyedi módon bánt, ezáltal az Óvilág félreeső transzcendenciájából mára excentrikus új centrummá lett (Baudrillard 1996: 104). A rövid 20. századot teljes joggal keresztelték el „Amerika századának” a történészek. Itt kell megemlíteni azt a jelenséget, hogy a hétköznapi beszédfordulatokban az „Amerika” szó konszenzuális alapon az így nevezett kontinens egyetlen – igaz, területileg hatalmas – országát, az Amerikai Egyesült Államokat jelöli, kizárva ezzel további másfél tucat nemzetet/országot. (Az egyszerűség kedvéért a továbbiakban én is ebben az értelemben használom a szót.) „Amerika” mint az USA szinonimája a „megvalósult utópia”, „a promiszkuitás, a nemzeti és faji keveredés, a versengés és a heterogenitás kultúrája. Az egész világ egyfolytában róla álmodik, miközben ő uralkodik rajta és kihasználja” (Baudrillard 1996: 35).

Az Egyesült Államok a posztmodern világ vezető hatalma, mintacsországa. Két világháborúból került ki győztesen, szuperhatalmi státusában megerősödve. Gazdasági hegemóniája és (tömeg)kulturális termelésének nagysága és terjesztési hatóköre lehetővé teszi, hogy nyelvét, életmódját és kultúráját – szelíden vagy durván – ráerőszakolja a világra. Amerika területére soha nem lépett idegen hadsereg, a szabadság (értsd: az amerikai érdekek) nevében folytatott mérsékelten sikeres gazdasági háborúit a világ távoli pontjain vívta. Kulturális gyarmatosítása viszont jóval hatékonyabbnak bizonyult. Amerika mintát ad az igazodáshoz, követendő sztenderdet jelent. Amerika büszkén vállalja a vezető szerepet, és úgy érzi, joga van hozzá. Ennek a státusnak számtalan kézzelfogható megnyilvánulása van. Néhány szembeűnő példa: a dollár gyakorlatilag egyetemes fizetőeszközként működik, New Yorkban, „a világ fővárosában” van az ENSZ székhelye. Az Egyesült Államokban – példa nélkül álló módon – tizenhat éven belül kétszer rendeztek olimpiát, annak ellenére, hogy az 1996-os, évfordulós játékok megrendezésére Athén is jelentkezett; egy olyan országban rendezték meg az 1994-es labdarúgó világbajnokságot, amely ezt az eredendően európai játékot gyakorlatilag csak hírből ismerte; 1992-ben az egész világ megünnepelte Amerika felfedezését – vagyis az ott élő kultúra leigázásának kezdetét. Az *1492* című filmhez komponált Vangelis-zene egyfajta nemzetközi himnusszá nemesedett (ám ez nem gátolja meg telefonzeneként történő praktikus alkalmazását – Bachhoz és Beethovenhez hasonlóan). Friss hír, hogy egy amerikai üzletember építtette újra Shakespeare Globe színházát. A CNN huszonnégy órás hírtélevízió mint a világ önjelölt „vezető hírforrása” olyan anyagi és technikai lehetőségekkel rendelkezik, amelyek révén előben képes a világban lezajló bármilyen általa fontosnak ítélt esemény közvetítésére. A posztmodern korszak eszperantójává vált (amerikanizált) angol – az uralkodó pragmatikus életfilozófiához hasonlóan – rendkívül ökonomikus nyelv: ahol lehet, racionalizál, rövidít, tömörít, sűrít. A mozaikszavak (pl. UCLA, WASP, CV, PC stb.) beépültek az írott és a beszélt nyelvbe, bár a rövidítések egy része az idegen fül számára gyakorlatilag érthetetlen. Amerika adja a tudományos Nobel-díjak tekintélyes részét, jó nevű egyetemei és intézetei (Harvard, Yale, MIT) a kutatások és fejlesztések fellegrárai. Amerika az évszázadokra visszatekintő autentikus művészet hiányát – saját logikájából következően – egyedi módon pótolja: oda csábítja a művészeket, és fölvasárolja a műalkotásokat. A modern világ műalkotásainak jelentős része ma a keleti part múzeumaiban látható. Az egyik legeredetibb amerikai művész, a cseh származású Andy Warhol komoly szerepet játszott a „klasszikus avantgárd” utáni művé-

szet felbomlasztásában. Warhol a pop pápájaként magát a technikai sokszorosíthatóságot változtatta művészetté, amelybe beemelte a harsány banalitást, az unalmat, a reklámok és a fogyasztói társadalom mindennapi tárgyait. Tükröt tartott Amerikának, és az örömmel ismert magára, miközben a gesztust teljesen félreértette. A szintén Amerikába távozó francia Marcel Duchamp, valamint a Warhol nevével fémjelzett alkotásmód nyomán kerültek meg a „magas művészet” utolsó pozíciói, aknamunkájuk az „anything goes” (minden mehet/mindent lehet) posztmodern esztétikájának nyitott utat. Marcel Duchamp bajuszt rajzolt a magaskultúra legismertebb ikonjára, a „Mona Lisa” egyik reprodukciójára, és hétköznapi „talált tárgyakat” (*ready made*) állított ki. A kultúra elfáradását, kiürülését jelzi a posztmodern székszövege az újítás lehetőségével szemben. Az egyetlen új dolog annak kimondása lehet, hogy lehetetlen újat alkotni. A hollywoodi filmipar sorra készíti el a korábbi sikerek újrafeldolgozását („remake”) (*Desperado, Egy nő illata, Szökésben* stb.), az irodalmi művek „megfilmésítését” (*A skarlát betű, A Notre Dame-i toronyőr, Szellem a házban, A három testőr* stb.) és az egyazon alapötletre vagy szereplőre épülő sorozatokat (*Rambo, Indiana Jones, Halloween, Cápá, Mad Max, Nicsak, ki beszél, Reszketetek, betörők, Alien* stb.). Nemsokára megnézhetjük a kiszínezett *Casablancát*; egyre gyakrabban tűnik fel az európai filmek amerikai ízlésszten-derdek szerint újraforgatott változata (*Nikita, Három férfi és egy bébi, A sakál napja* stb.). Az önmaga körül forgó tömegkultúrát szemlélve helytálló Jancar megfigyelése, aki szerint „a század elején voltak gondolkodóink, és volt művészetünk, most, a század végén van technikánk és politikánk. Akkor gazdag sokszínűség volt, ma egyre nagyobb az egyformaság” (Jancar 1996).

„Amerika mindent megvalósít, és ehhez empirikusan és vadul fog hozzá” (Baudrillard 1996: 125). Amerika úgy érzi, olyan univerzálisnak hatékony gazdasági és társadalmi modellt dolgozott ki, amely a világ többi részén is működőképes, a fejletlenebbnek tartott régiókban meghonosítja a szabadság, a piac, a demokrácia, a jólét és a bőség társadalmát. Amerika – nem teljesen önzetlenül – missziót teljesít, amikor boldogítani akarja az emberiséget. Nem akarja megérteni, ha valaki másképpen képzei el a fejlődés/haladás útját, ha bevált eljárás módjai csődöt mondanak, törekvései fennakadnak a helyi gazdaság buktatóin, az eltérő mentalitáson vagy kulturális hagyományokon. Amerika úgy gondolja, hogy azon a helyes úton jár, amelyre másokat is rá kell vezetni. Az „American way of life” (az amerikai életmód) világszabadalom és milliók álma. A „vezess, kövess, vagy tűnj el az útból” üzleti és életfilozófiája az amerikai gondolkodásmódnak tömörségében is sokatmondó megfogalmazása, egy, a történetének kezdetétől (piaci) versenyre alapuló társadalom *ars poeticája*. Egy gazdasági-katonai szuperhatalom és kulturális olvasztótégely *credója*, amely sikeresen diznilendizálta és mekdonal-dizálta (Ritzer 1993) a világ többi részének számottevő hányadát. Egy, a számítógépek bináris logikájához hasonlóan szerveződő, fekete-fehér végletekben gondolkodó társadalom meghatározó elve, ahol a verseny és az állandó hierarchizálás kényszere munkál. Egy „bestseller” szemléletű kultúra jelmondata, amely a toplisták, eladási számok, növekedési százalékok és a folyamatos terjeszkedés büvöletében él. Valaki/valami vagy jobb, vagy rosszabb, állandó a rivalizálás kényszere. Ha egy vállalat vagy üzletág nem mutat évről évre növekedést, az már a hanyatlás jele. Az amerikai társadalom magasan jegyzett értékei: a dinamizmus, az előrejutás, a terjeszkedés, a fiatal(os)ság, az életvidámság, az egészség. Csak rajtad múlik, hogy „megcsinálod-e magad”, nézz körül, láthatod, hogy az erős, az ügyes, a kitartó kis szerencséjével boldogul – így szól az „American dream” (amerikai álm) és a „self-made man” (önerőből feltört ember) bevándorlók millióit vonzó mítosza.

A nagy modern kori gyarmatosító államok (Spanyolország, Portugália, Anglia, Franciaország) a második világháborút követően egyre inkább az Egyesült Államok kulturá-

lis gyarmatbirodalmának részei lettek. A háború utáni Európában az atlanti és a szovjet típusú fejlődési modell állt szemben egymással. Eltérésük mibenléte és mértéke a kettéosztott Németország nyugati és keleti felének 1989 utáni összevetéséből vált nyilvánvalóvá. A hatalmas pénzügyi injekciók nyomán talpra álló nyugat-európai országok a hatvanas években arra eszméltek, hogy a segítségnek komoly ára volt: az Egyesült Államokkal folytatott gazdasági versenyben a kulturális piacon a másik fél áll nyerésre, nemzeti kultúrájukat komolyan fenyegeti az amerikai eredetű termékek piaci aránya. Ezalatt a végpontjára jutott Modernitás „orgiájából” (Baudrillard 1994) kimaradó kelet-közép-európai országok folyamatos elszovjetesítési kísérleteknek voltak kitéve (a politikai rituáléktól az akadémiai központi tudományos élet megszervezésén át a kulturális kínálat összetételének művi meghatározásáig). A negyven évig sikerrel ellenálló országok a kollektivitás utópiájának csődje nyomán 1989-et követően elfordultak a kényszerűen adoptált gazdasági és kulturális modelltől. Zsigerből utasítottak el mindent, ami Keletről jött, beleértve a klasszikus orosz kultúra egészét. Magyarországon ma kelet-európai és orosz filmet forgalmazni, a régióban alkotó szerző művét előadni, kiadni vagy színpadra állítani több mint kockázatos vállalkozás.

Egyre nyilvánvalóbbá válik, hogy Közép-Kelet-Európa a nyugati modell gravitációs mezőjében kényszerpályán mozog. Gazdaságilag és kulturális értelemben egyaránt az euro-atlanti világ amerikanizált perifériája lett, amely jóindulattal veszi tudomásul integrációs törekvéseit, de szeretné minél tovább a jelenlegi státusban tartani. Az 1989 utáni Amerika-recepció a posztmodernizálódott euro-atlanti világ gazdasági és kulturális berendezkedésével szembesítette a közép-kelet-európai társadalmakat. Gazdasági fejlettségük nem teszi lehetővé posztmodern társadalmak kialakulását, a kultúra azonban paradox módon számos vonatkozásban a posztmodern állapot vonásait viseli magán. A Nyugatról Keletre tartó posztmodern hullám nem a tolerancia térhódítását, a sokféleség és a másság tiszteletét vagy a változatos és elérhető árú kulturális kínálatot hozta magával. Közép-Kelet-Európában inkább a posztmodern árnyoldalaival találkozhatunk: a magaskultúra visszaszorulását és a kommersz diadalútját, az amerikanizálódás és a kultúrgyarmattá válás jeleit, az értelmiség talajvesztését és az általános társadalmi lecsúszást láthatjuk magunk körül. A társadalom itt nem tojás, hanem piramis alakú, amelynek alja egyre szélesebb. Közép-Kelet-Európa – és ezt a viccek eltűnése jól jelzi – a megélhetésért való görcsös küszködésben elvesztette legendás iróniáját és önreflexivitását, amelyre pedig a posztmodernben nagy szüksége lenne. Ökológikus gondolkodásmód helyett – ha teheti – hivalkodó és pazarló módon fogyaszt, felelőtlenül szennyez, üzleti és szellemi beruházásaiban rövid távon gondolkodik. „A tőle telhető leggyorsabban szívja magába a Nyugat leghitványabb produktumait, miközben saját értékes dolgaival ugyanilyen gyorsasággal próbál megszabadulni” (Janca 1996).

A térségbe a rendszerek bukása nyomán a posztindusztriális országokban a kulturális termelés szerves részét képező – és némileg megunt –, de Keleten tilosnak vagy hiánycikkeknek számító műfajok és termékek kerültek be elsőként nagy számban (pornó- és erőszakfilmek, szórakoztató elektronika stb.), kiegészülve a politikai okokból betiltott művészi alkotásokkal. A korábbi tiltások és korlátozások elmúltával, a szabadság mámorában kéjes örömmel habzsolta ezeket a tegnap még alattvalóként kezelt kelet-európai polgár. Nem vette (és máig nem veszi) észre, hogy – a választás lehetőségének illúziójától elvakítva – önként teszi ugyanazt, amire korábban rá akarták kényszeríteni. A fogyasztói szabadság tobzódásáról a Mariahilfer Strasse boltosai tudnának mesélni, akik 1988–1989-ben nem győzték feltölteni raktáraikat a „vidékre még jó lesz” típusú árukészlettel.

A politikailag stabilabbnak tűnő volt szocialista országokban az 1989 után ide beáramló külföldi tőke a gazdasági hatalomátvétellel együtt a kulturális gyakorlatok és el-

járásmódok egész sorát honosította meg. A McDonalds, a Burger King és a Pizza Hut gyorsfalodái átvették a tömegétkeztetést a lepattant zsíros tálcás önkiszolgálóktól és népkonyháktól. A *shopping mall*ok, a multifunkcionális bevásárlóközpontok (Pólus, Duna Plaza, Csepel Plaza) a vásárlást szórakoztató játékká és családi programmá tették. Korcsolyapálya, többtermes mozik, éttermek, játéktérmegek, butikok és nagyruházak olyan komplex együttesei ezek, amelyek biztonságot, meleget, parkolási lehetőséget kínálnak. A városközpontok boltjainak forgalma már megérezte a városszéli új, mesterséges „városok” elszívó hatását. Ennek ellenére csak Budapesten több tucat hasonló beruházást engedélyeztek. A *mall*ok mesterségesen természetes belső környezete, steril céltudatossága, professzionális térszervezése, felhasználóbarát berendezései és szolgáltatásai egy jól bevált modell szerint működnek, amelynek célja a szabadidő kulturált eltöltésének szinte észrevétlen összekapcsolása a fogyasztással. Hazai sikerük és forgalmi adataik azt mutatják, hogy valódi igény van rájuk. 1997 a budapesti multiplexek sikeréve volt, a többtermes mozikombinátok ma már a nézők több mint felét tudhatják magukénak. Egy családi McDonalds-ebéd közös élmény, egy adott márkájú sportcipő vagy baseballsapka kulturális szimbólum lett. A multiplex mozikban szinte kizárólag hollywoodi filmeket játszanak, amelyeket Coca és Pepsi Colát ivó, popcornrt rágesáló, baseballsapkás, előrekoptatott farmeros fiatalok néznek. Az óriásposzterek és televíziós reklámok a globális változat – gyakran szánalmas – helyi mutációi, a legnagyobb áruházláncok ugyanúgy külföldi tulajdonosok kezében vannak, mint a sajtó és a könyvkiadás nagyobbik része. A kereskedelmi csatornákhöz hasonlóan az agyonszponzorált és a kultúrától csaknem teljes sikerrel megtisztított, illetve azt az MTV – országos szinten nem fogható – 2. csatornájára száműző közszolgálati televízió legnézettebb műsorai a Nyugaton már jól bevált különféle *show*-k, vetélkedők és sorozatok. Ahogy a különböző márkájú autók formája egyre inkább hasonlít egymásra, úgy válnak kísértetiesen hasonlóvá az európai nagyvárosok – köztük Budapest – központjainak utcaképei is. A nemrég még hiánygazdaságként „működő” közép-kelet-európai országok kiválóan alkalmasak a befektetésre még akkor is, ha a Benetton faji békét hirdető óriásplakátjain néha horogkeresztek bukkannak föl. A gigantomániában szenvedő reklámszakember Budapestet egyetlen hatalmas *Keravill City*nek szeretné látni; napihír lehet abból, hogy „a kulturális államtitkár felavatta az Aral legújabb töltőállomását”. A reklámok egy része azért „tegezi” a potenciális fogyasztót (Kaptd be!, Hangolj rá!, Tedd ki a répát!), mert az angolban nincs magázás. Vulgáris konnotációikat nem ez, hanem „kreatív” alkotóik gátlástalansága magyarázza. Óriásplakátok, nemzetközi cégek üzletei, parkolóházak, üveg-beton székházak, nyugati és japán autók és autószalokok, benzinkutak árasztották el a városközpontokat; kereskedelmi rádiók, plakátok, szórólapok, emberi hirdetőtáblák csábítanak állandó fogyasztásra. Eltűnt vagy átalakult a mozik, a könyvesboltok, az önkiszolgálók, a trafikok, a presszók, a kocsmák nagy része; a fiatalok nappali közösségi életteireit a gyorséttermek és a bevásárlóközpontok alkotják. Egyre több angol szó szívárog be a nyelvbe, már csak a számítógép-kultúra hatására is (software, joystick, winchester, printelni stb.), elterjedt a pár száz szavas „szókincsből” építkező *Euroenglish* mint a nemzetközi érintkezés eszköze. Egyre gyakrabban találkozhatunk a „Hunglish”, az angol–magyar keveréknyelv használatával is. Immár „magyar” szónak vagy kifejezésnek számít a *show*, az *after shave*, a *shop*, a *logo*, a *night club*, a *mountain bike*, a *nonstop*, a *body bulding*, a *fitness club*, az *exkluzív* stb... Az O.K. és a *no comment* használatának logikus folytatása a „Maximum íz, No cukor” és a „Lépj tovább! No cigi!”. A filmcímek és a hirdetések lefordítására egyre kevesebb gondot fordítanak, aki érteni szeretné őket, az tanulja meg az új világnyelvet. „The city never sleeps!” „Let’s make things better!”.

Miközben a kelet-európai államok látszólag kulturális túltermelési válsággal küzdenek, valójában három alapvető változást hozó kulturális átrendeződésen mennek keresz-

tül. A „létező szocializmusban” a kulturális termékek olcsón elérhetők – de politikailag cenzúrázottak – voltak. A most kiépülő új feltételrendszerben – majdnem – mindent szabad, de a piacon csak az él meg, amire (tömeg)kereslet és igény is van. A kultúra a „létező szocializmusban” átpolitizálódott, rejtjelezett üzenetei hordozták megfelelő fórumok híján az ellenállás mozzanatát, s a sorok között olvasni tudók megértették metaforákba burkolt rendszerkritikáját. A Tiltás-Tűrés-Támogatás világában egy fontos könyv kiadása, egy rázósbabb tanulmány megjelenése, egy allegorikus színházi előadás, egy kényes történelmi időpontról szóló film bemutatása igazi kulturális esemény volt. Kelet-Európa a biztonságos unalom világából érkező nyugati látogató számára sajátos, kiszámíthatatlan logika alapján működő rendszer, a titkok, tiltások, íratlan szabályok rejtélyes és izgalmas labirintusa volt. A „szabad világból” érkezett látogató egzotikus borzongással figyelhette a dzsungellakó benszülöttek furcsa rituáléit, megfigyelhette barbár szokásait. Értelmiségi divat volt Közép-Európával foglalkozni. 1989 után a pikantéria gyorsan elmúlt, a szabadság világában mi is unalmasak és kiszámíthatók, sőt, bizonyos mértékig gazdasági vetélytársak is lettünk. A művészetek egészére érvényes a leírás, amely szerint „az irodalom, ami Kelet-Európában részben a rendszer üdvöskéje, részben a feszült ellenzéki lét színtere volt, [...] nem létezhet légüres térben” (Jancar 1996). A közép-kelet-európai kultúra a nyomás elmúltával hirtelen légüres térbe került, korábbi politikai szerepét az intézményesült pártok vették át. A régebben kulturális (és gyakran politikai) jelentést hordozó események egy szűkülő értelmiségi elit belterjes ügyeivé váltak, nem kíséri őket társadalmi visszhang. Az elitkultúra azon fáradozik, hogy megtartsa végvárait a tömegkultúra áradatával szemben. Mivel ma a védőfalak mögött jóval kevesebben férnek el, mint korábban, belső harc indult a pozíciókért, a megjelenés, a kiállítás, a filmkészítés lehetőségéért.

A munkanélküliség és a tömeges elszegényedés, a középosztály és a kispolgárság lecsúszása, az értelmiség nagy részének egyre kilátástalanabb helyzete nyomán elsőként a bizonyos rétegek számára immár luxusnak számító kulturális fogyasztás csökkent drasztikusan. Eladhatatlan újságok és könyvek, üres házak előtt vetített filmek, megbukott színdarabok és koncertek jelzik azt a folyamatot, amelynek valószínű végeredménye a kulturális kínálat és fogyasztás Nyugat-Európában és Amerikában kialakult rendszerének kiépülése lesz. Ebben a modellben a multinacionális cégek által előállított, reklámozott és eladott „mainstream” (főirányú) kulturális termeléssel szemben csak az alternativitás gettója marad (Bahia, közösségi rádiók, art-mozik, néhány könyvesbolt, alternatív lemezbolt, fanzinek, művészkozmák, galériák). A kulturális palettának ez a posztindusztriális társadalmakat jellemző kettőssége a mindenkori alkotók számára szinte megoldhatatlan dilemmát állít föl. Aki integrálódik a főáramba, annak hatása a médiumok segítségével jóval tömegesebb lesz, ennek azonban ára van, és ez legtöbbször a korábbi autenticitás elvesztése. Ezt az utat járta be például a könnyűzene szinte minden új irányzata a hatvanas évek elejétől. Keleten a betiltás (vagy a tűrés), Nyugaton az integráció és a megvásárlás eszközét tartották hatékonyabbnak. A posztmodern társadalmak végtelenül rugalmasak bármilyen transzcendencia kezelésében.

A tömegkultúra és a magaskultúra közötti különbségnek a posztmodern által feltételezett eltűnése, a kultúra különböző szintjeinek – lefelé történő – nivellálása és a „mindent szabad” elve és gyakorlata nyomán megkérdőjeleződik az értelmiségi korábbi szabályalkotó szerepe. Úgy tűnik, a posztmodern létállapot kialakulásának egyik legnagyobb vesztese az értelmiség. A diskurzusok és nyelvjátékok pluralizmusa a kultúrát korábban saját magántulajdonának tekintő és annak mindenkori szabályait kidolgozó értelmiség Törvényhozó szerepét a Tolmács szerepévé degradálta (Bauman 1987). Az értelmiség jelenkori státuszválsága saját irrelevanciájának fölismeréséből ered, abból az új helyzetből, amelyben a politikai hatalom már nem tőle várja legitimációjának megerő-

sítését. A szabadság, amelyért munkálkodott, váratlanul érte a helyzeténél fogva szinte természetes módon ellenzéki közép-kelet-európai értelmiséget, és többségük helyzetén nemhogy javított volna, inkább aláásta azt. A humán értelmiségi szaktudása jobbra a kultúrához kötődik, és nehezen konvertálható gazdasági előnyökre. Az akolmeleg szolidaritást fölvaltotta a kenyérharc, a kultúráról zajló viták – akár a könyvkiadók privatizálása, akár a televízió közszolgálatossága a témájuk – alapvetően a korábbi befolyásukat elvesztett szabályalkotók sérelmeiből táplálkoznak. Az új helyzetben a tudományok és a művészet képviselői folyamatos legitimációs harcot vívnak a piac könyörtelen logikája ellen. Ott, ahol hallgatólagosan egész tudományterületek és oktatási irányok minősülnek improduktívnak és az optimális *input-output* mutatói szerint fölöslegesnek, az önlegitimáló diskurzusokat gyártó értelmiségi a kihalófélben lévő bölény vagy az intellektuális fakír pozíciójába kerül. A tudományos igényű értekezések komoly hányada a tudomány művelésének lehetetlenségéről szóló beszámoló. A posztmodern fordulat a szkeptikus szemlélők szerint nem más, mint az értelmiségi diskurzus újrafogalmazása, az akadémiai szféra belső küzdelme a pozíciók újraelosztásáért, a „posztmodernek” hatalomátvételi kísérlete.

A kontinenseken és országhatárokon átívelő multinacionális cégek üvegpalatáiban székelő menedzsereket mindez hidegen hagyja, ők a „fehér harmadik világ” újonnan megnyílt, ígéretesnek tűnő piacait szeretnék sikeresen bekebelezni. Ebben a hadjáratban a kelet-európai kisállamok csupán a felvonulási terep és a tesztlaboratórium szerepét játsszák, az igazi célpont Oroszország és Kína. James Bond tehát legyőzte Stirlitzet, a Knight Rider Kántort, a Dallas Bors Máté kalandjait, Rimbaud helyett Rambo, Lukács György helyett George Lucas ideje érkezett el. A közép-kelet-európai kisállamok kulturális paradigmaváltása az amerikanizált „világkultúra” rendszerébe történő belépést, valamint az adott országok kulturális termelésének és fogyasztásának ehhez a modellhez való igazodását jelenti.

Történik mindez egy olyan feltételrendszerben, amelyben a világ elfogadja egy – a kisázsiai, a keleti és az európai kultúrákhoz képest mindenképpen – gyökértelen és „történelem nélküli” ország kulturális hegemoniáját, és saját múltjától és adottságaitól idegen attitűdöket, mentalitásokat, életvitelt és gondolkodásmódot erőltet magára. Amerika márkanév lett, a fogyasztás szabadságának szinonimája. Vannak ugyan tétova – elsősorban Franciaországból kiinduló – kezdeményezések (Eurimage, Euronews, Félix-díj, Arte tévécsatorna, műsorkvóták stb.), amelyek a dominancia ellen irányulnak, de ezek csak apró homokszemek a hatékony amerikai gépezet fogaskerekei között. A francia gondolkodók (Foucault, Lyotard, Baudrillard, Deleuze, Guttari, Derrida) posztmodern elméleteit a valóság igazolni látszik, és ez nem túl kedvező fejlemény a francia kultúra számára.

A posztmodernben a totális szórakoztatássá súlytalanodott egykori kultúra területén „a nyilvános diskurzus egyre inkább a *showbusiness* formáját ölti” (Postman 1985: 3). Az „entertainment” skálája a tévéfilmtől az elnökválasztásig, az oktatástól az utcaképig terjed; a televíziós műsorfolyam, az óriásplakátok, a rádióhirdetések, a feliratos póloingek, a rockkoncertek, a videoclipek egyaránt a folyamatos jelen időben élő posztmodern zanzavilág részei, amelyben nem történik más, mint a már meglévő alkotóelemek újrafelhasználása, játszadozás a darabokkal. A posztmodern a másolatok és utánpótlások világa, olyan törmelék-kultúra, amelyben csupán a már ismert összetevők szokatlan és újszerű átcsoportosítása jelent eseményt. Mintha ezt a kultúrát írják le Joseph Heller találó sorai: „hiteles hellenisztikus utánpótlás volt egy görög szobormásolatnak, amelynek soha nem létezett hiteles eredetije” (Heller 1980: 12). A posztmodern a sarkok legömbölyítésén dolgozik, a társadalmi ellentmondások kanalizálásán, az osztálytársadalmi konszenzus, jólét és béke érdekében. Az elnyomás és a csábítás eszközeivel infantilizálja a fogyasztót, akinek a rendszer fenntartása érdekében optimális magatartása a „don't think, buy!”

(Ne gondolkozz, vásárolj!). A posztmodern ugyanakkor az unalom világa is, minden nap „an other boring day in Paradise” (még egy unalmas nap a Paradicsomban), amelyben az élet kalkulálható szabályok szerint működik, a hatalom a „join them or buy them” (csatlakozz hozzájuk, vagy vedd meg őket) logikája szerint a legújítób, legfelforgatóbb kulturális irányzatokat, mozgalmakat is képes integrálni. Stockholmtól Madridig, Londontól Bécsig ugyanaz a stílus, divat, hajviselet, zene, film, plakát néz ránk, megérkezünk a létező világok legjobbjába, nincs probléma, tehát nincs kérdés sem.

Videoclip az életed
Túl sok benne a vágás
Veszélyes! Veszélyes! Nézd, milyen éles
A kép, milyen szép ez a hányás
Amiben élsz
(Sziámi 1993)

A kultúra és a szórakozás közötti határ egyre elmosódottabb, a posztindusztriális társadalom a szabadidőt (is) jövedelmezővé akarja tenni, ahelyett, hogy felszámolná. Az öröm elve kormányozza a szellemi életet, a jelenkor hedonizmusa felfedezi a haszontalanság hasznát, [...] és miután a kultúrát az improduktív kiadások rangjára lefokozta, most minden szórakozást kulturális méltóságra emel. A múlt nagy szerzői túlélték a felejtés és a mellőzés századait, de vajon képesek lesznek-e túlélni e szórakoztató változatát mindannak, amit mondani akartak (Hannah Arendtet idézi Finkielkraut 1996: 154).

A „szórakoztató változat” kulcsszó az amerikanizált kultúra megértéséhez. Azokra a közérthetővé, tömegfogyasztásra alkalmassá tett, kontextusukból kiragadott, meghúzott és átalakított, hatalmas tömegben előállított és terjesztett produktumokra utal, amelyeket kultúraként adnak el. A megfilmesített regényekre, a *happy end*-del megfejelt hollywoodi változatokra, a *Reader's Digest*, az előre kiválogatott és megemésztett irodalom világára, a *44 Fontos Regény*, az *55 Fontos Dráma*, a *Best of Beethoven* és *Megahits of Mozart* típusú összeállításokra, a „Mona Lisa”, a „Lenni vagy nem lenni” és a „Für Elise” szintjén ismert magaskultúrára utal. Ennek az „új kultúrának” az alapzaját a reklámmuzika, a bevásárlóközpontokban folyamatosan fülünkbe duruzsoló „muzik” és a kereskedelmi rádiók adják.

Az uniformizált világkultúra piacának ellátásáról, a globális szórakoztatás *showbusiness*-ének működtetéséről a multinacionális álmagyárosok gondoskodnak. A közszolgálati televíziózás hanyatlásával párhuzamosan megjelentek a médiamogulok, a televíziózás és a nyomtatott sajtó számottevő részét birtokló nemzetközi monopóliumok (Maxwell, Murdoch, Hersant, Berlusconi, Bertelsmann, Springer). A nyolcvanas évek nagy kivásárlási játéka nyomán (lásd a *Tőzsdecápák* című filmet) a szórakoztatóipari birodalmak egyre nagyobbak lesznek (Time–Warner egyesülés, Spielberg-féle Dreamwork szuperstúdió); fokozódik a *hardware–software* integráció és az az egyoldalú globalizáció, amelyben Európa importőr, de alig exportál. Az amerikai filmek túlnyomó többségét világszerte bemutatják, Amerikában viszont 98 százalékban ott gyártott filmeket vetítenek. A Sony megveszi a Columbia Picturest, a japán „hardware” és az amerikai „software” fuzionál, a végeredmény: Európa hollywoodi filmeket néz japán készülékeken. Az angol nyelvű könyvkiadás (Routledge, Sage, Macmillan) gyakorlatilag közös angol–amerikai vállalkozássá vált, a nemzetközi zenei ipart hat multinacionális cég uralja.

„Az elektronikus-kommunikációs ipar ma már nem egyszerűen a világtermelés húzóágazata, hanem az új, digitális világ gazdaság alapja” (Füzes 1996). A nyomtatáson alapuló Gutenberg-galaxist felváltó százéves Lumière-galaxis is a végéhez közeledik (Báron 1996: 25), hogy átadja helyét a digitális információ uralmát jelentő „Gates-galaxis-

nak”. Ma már határozottan körvonalazódik az az új kommunikációs világrendszer, amely a különféle elektronikus közlési csatornák összefonódásával egyetlen hatalmas, globális, interaktív (multi)média konglomerátum kialakulásának irányába tart. Ennek legfontosabb csatornája a becslések alapján jelenleg már hatszázmillió felhasználó által igénybe vett Hálózat lehet, amelynek óriási jelentősége abban van, hogy – egyelőre még – a reklámok és a cenzúra kiiktatásával képeket, szövegeket és hangokat tehet „virtuálisan” nyilvánossá. A Hálózat a szerző és a szerzői jog hagyományos fogalmát is megkérdőjelezi, a számítógépkalózkodók (*hackerek*) védett adatbankok feltörésével kísérleteznek a demokratikus hozzáférhetőség nevében. A Hálózatnak saját etikája és nyelvezete alakult ki, és terjedése kapcsán megfigyelhető egy új társadalmi választóvonal az információ-áramlásban részt vevők és az abból kiszorultak között.

Háromezer dollárért kapható a Toshiba televíziója, amelyen minden ma ismert módon lehet kommunikálni: rádió- és tévéműsort adni-venni, internetezni, újságot, könyvet olvasni, festményeket nézni, zenét kottázni és hallgatni, adatbankokra kapcsolódni, elektronikusan levelezni, faxolni, videózni (Füzes 1996).

A monitorok uralma kapcsán azonban komoly kételyek is megfogalmazódnak.

A mai tömegkommunikáció rendszerében egyre több az információ és egyre kevesebb a jelentés. Az új, a hipertérben, a globális információs sztráda testében összefüggéstelen, egymástól konkrét egységként el nem választható, a valóság és a fikció határait elmosó, bináris struktúrába kódolt fölösleges információtömeg áramlik majd végtelen folyamatosan. A kommunikáció extázisában a valaha volt jelentés „beomlik”, bekövetkezik a hiperreális szimulakrumok, a soha nem volt eredeti alapján létrejött utáztatok egyetemes uralma (Baudrillard 1983, 1987).

A kulturális termékek a zenétől az irodalomig „elklipesedtek”, mozaikszerűvé váltak, elsősorban a televízió hatására. Létrejött egy olyan kondenzált kultúra, amelyet felületes és töredezett tudás- és ismeretszilánkok folyamatosan változó halmaza alkot. A multinacionális cégek importálták a sterilizált és professzionális – a McDonalds étteremlánc mintájára szerveződő – kulturális gyorsétkeztetés rendszerét, a hatékony „kulturálódás” amerikai változatát, a posztmodern „háromperces kultúráját” (Ignatieff 1989), amelyben „a közönség befogadóképessége véges, figyelme a szüntelen bombázások következtében képtelen egy röpké másodpercnél hosszabban időzni a versengő csábítások bármelyikénél is” (Bauman 1994: 52).

Mivel a posztindusztriális társadalmakban a megtermelt javak sikeres eladása legalább olyan fontos része az önfenntartást biztosító gazdasági folyamatnak, mint a tényleges termelés, ezért az „új kultúraközvetítő” (Bourdieu-t idézi Featherstone 1991: 19), „a forma- és arculattervezésben, a médiumoknál, a hirdetési és a divatiparban paraintellektuális tevékenységet végző, szimbolikus javak előállításával, hirdetésével és terítésével foglalkozó” „middleman” szerepe legalább olyan fontossá vált, mint a termelőé. A „menedzserek forradalma” hatalomra segítette azokat az apparátusokat, amelyek egyetlen feladata a társadalom többi tagját fogyasztásra bírni. Ők elsősorban (mozgó)képek segítségével próbálják eladni a termékeket.

A vizualitás korunk gyermekbetegsége lett (S. Nagy 1988), hatására visszaszorult a beszéd és az írott szó kultúrája, s ha nem figyelünk oda, gyermekeink a könyvet is távirányítóval próbálják majd lapozni. A kelet-európai értelmiségi hajdani büszkesége, a házikönyvtár is egyre inkább anakronisztikussá válik az internet világában. A nyomtatott változat (*hard copy*) helyét átveszi a képernyő (*soft copy*), a lexikonokét a CD ROM. A Gutenberg-galaxis végét jelzi a hagyományos olvasás perifériakussá válása és hanyatlása, a szükséges információkat egyre inkább képernyők és monitorok hordozzák. Rövidülnek a könyvek, és hosszabbodnak a filmek, Hollywood monopolizálta a történetmesé-

lést, a szerzői filmet kiszorította a populáris mítoszokat használó tömegfilm, a mozizás az olvasás helyébe lépett. Amerika szinte mindennek elkészíti az „autentikus változatát”, legyen az a Holocaust (*Schindler listája*) vagy Eva Perón élete (*Evita*).

A széles körben elterjedt és egyre olcsóbb elektronikus szórakoztató eszközök alapvetően befolyásolják a tér- és az időérzékelést. A folyamatosan sugárzó Neotévé és a távirányító használata átalakította a hagyományos televíziózási szokásokat, a néző úgy érezheti, hogy a kezében van a folyamat ellenőrzése, holott a csatornák tucatjain történő „szörfölés”, a „saját clipek” létrehozása csupán a „mintha befogadás” létmódját erősíti. A videokészülék a felvételek későbbi lejátszásával megteremti az időeltolás (*timeshift*) lehetőségét, a videokamera a környező világ birtoklásának illúzióját adja. A CD a digitális technológia segítségével a hangfelvételek lehető legtökéletesebb rögzítését és visszajátszását teszi lehetővé, kiküszöbölve minden zajt, zavarforrást, szükségtelen hangot – vagyis az emberi mozzanatot. A számítógépes szimulátorok virtuális világokba csábítanak, miközben a természeti világnak és a távoli kultúráknak – György Péter találó kijelentése szerint – lassan már csak a „National Geographic változatát” ismerjük. Közel járunk ahhoz az állapothoz, amelyben

a barbárság végül hatalmába keríti a kultúrát. E hangzatos kijelentés árnyékában egyidejűleg nő az intolerancia és az infantilizmus. Ha nem a kulturális identitás bőrtöngri be az egyént [...], akkor a szabadidőipar, a technika korának vívmányai süllyeszti a csillogó csecsebecse szintjére a szellem alkotásait. (Ahogy Amerikában mondják: *entertainment* lesz mindenkől.) És a gondolkodó élet csendben átadja a helyét a fanatikus és a zombi iszonyú és nevetségés szembenállásának (Finkielkraut 1996: 173).

A posztmodernből a közép-kelet-európai társadalmak túlnyomó többségének egyelőre csak a szimulációk, Amerikából pedig a hollywoodi álmok világa jutott. Itt – ahol nem is olyan régen még minden kicsi, szürke és műanyag volt – ma a színes, szélesvásznú multimarketing üli diadalát: minden eladó. Marcuse és Marx helyére Michael Jackson és Madonna került, a ruháikon posztmodern totemeket viselő Budmill hátizsákos tizenévesek két hamburger között Sony *walkmen*jükön a legmenőbb New York-i rappeket hallgatják, szüleiknél otthonosabban mozognak a számítógép világában, szókincsükben angol kifejezések keverednek a magyarral. Ők már a „másodlagos frissességi” Amerika nagybani fogyasztói, akik nem ismerik a közkeletű tanácsot: „Ha a Titanicon utazol, legalább menj az első osztályra!” (Grossberg 1992: 325).

HIVATKOZOTT IRODALOM

- Adorno, T. W. és M. Horkheimer (1990 [1947]): A kultúripar. In *A felvilágosodás dialektikája*. Bayer J. ford. Budapest: Atlantisz.
- Báron Gy. (1996): A Lumière-galaxis vége. In *Nappali Ház*, 4.
- Barthes, R. (1991): A műtől a szöveg felé. Kovács S. ford. In *Pompeji*, 3.
- Baudrillard, J. (1983): *Simulations*. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1987): *The Extasy of Communication*. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1994): Az orgia után. Lőrinszky I. ford. In *Liget*, 1.
- Baudrillard, J. (1996 [1986]): *Amerika*. Tótfalusi Á. ford. Budapest: Magvető.
- Bauman, Z. (1987): *Legislators and Interpreters. On Modernity, Postmodernity and Intellectuals*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (1994): A világ varázstanításának vége, avagy a posztmodern története. Melis I. ford. In *Liget*, 3.
- Benjamin, W. (1969): A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korában. In *Kommentár és prófécia*. Barlay L. ford. Budapest: Gondolat.
- Dessewffy T. (1993): Gulyásposztmodern? In *2000*, 2.
- Featherstone, M. (1991): *Popular Culture and Postmodernism*. London: Sage.

- Finkelkraut, A. (1996): *A gondolkodás veresége*. Vidor Pálné ford. Budapest: Osiris.
- Fukuyama, F. (1994 [1992]): *A történelem vége és az utolsó ember*. Somogyi P. L. ford. Budapest: Európa.
- Füzes O. (1996): A Gates-galaxis. In *Népszabadság*, december 7.
- Grossberg, L. (1992): *We Gotta Get Out of this Place. Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York: Routledge.
- Heller, J. (1980): *Képzeltétek el*. Budapest: Európa.
- Ignatieff, M. (1989): A háromperces kultúra. Tillmann J. A. ford. In *Filmvilág*, 11.
- Jameson, F. (1984): Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism. In *New Left Review*, 146.
- Jancar, D. (1996): Eszmék romjain. In *Népszabadság*, június 22.
- Lukacs, J. (1994): *A huszadik század és az újkor vége*. Barkóczy A. ford. Budapest: Európa.
- Lyotard, J. F. (1993 [1979]): A posztmodern állapot. In J. Habermas, J.-F. Lyotard és R. Rorty: *A posztmodern állapot*. Bujalos I. és Orosz L. ford. Budapest: Századvég–Gondolat.
- Postman, N. (1985): *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin.
- Ritzer, G. (1993): *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- S. Nagy K. (1988): A vizualitás mint korunk gyermekbetegsége. In *Jelenkor*, 5.
- Wilson, P. L. (1996): A multikulturalizmus ellen. In *Élet és Irodalom*, július 19.